

ЗАРУБЕЖНАЯ ПЕЧАТЬ

002
3-35

ЗАРУБЕЖНАЯ ПЕЧАТЬ

СБОРНИК СТАТЕЙ
ПОД РЕДАКЦИЕЙ Я. Н. ЗАСУРСКОГО

54766
828с



ИЗДАТЕЛЬСТВО
МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
1964



Сборник статей «Зарубежная печать» включает в себя статьи, посвященные отдельным малоизученным проблемам печати зарубежных стран. В книге содержатся работы по коммунистической печати Польши, Индии, статьи о буржуазной прессе и системе пропаганды Англии, Италии, Японии, ФРГ, а также библиография основной литературы на русском языке по зарубежной печати за десять лет (1954—1963 гг.)

Сборник рассчитан на студентов факультетов и отделений журналистики университетов и всех, кто занимается изучением зарубежной печати.

М. М. ШЕСТОПАЛ

БРАТСКАЯ СОЛИДАРНОСТЬ ТРУДЯЩИХСЯ И РЕВОЛЮЦИОННАЯ ПРЕССА

Одним из основных и незыблемых принципов марксистско-ленинского учения является принцип пролетарского интернационализма, международной братской солидарности трудящихся в борьбе за свои жизненные интересы, за мир, демократию и социальный прогресс.

Пролетарский интернационализм воплощает в себе единство интересов трудящихся всех стран в борьбе против общего врага — капитализма, единство их великой цели — построение коммунизма, единство их гуманистической идеологии — идеологии дружбы и братства народов.

Интернационализм — неотъемлемая черта коммунистического движения, порождаемая условиями жизни и борьбы рабочего класса.

Братская солидарность трудящихся — ярчайшая страница всемирной истории. Она вдохновенно воспета рабочей и коммунистической печатью, являющейся знаменосцем идей пролетарского интернационализма. Не случайно эта печать носит на своих страницах гордый девиз: «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!».

Благодаря печати рабочего класса боевой призыв Маркса и Энгельса, выдвинутый ими более ста лет тому назад, был услышан массами и стал одной из руководя-

щих идей международного рабочего движения, могучей силой, с помощью которой трудящиеся добились величайших побед, оказавших решающее влияние на ход мирового развития.

Когда в 1917 г. в России совершилась Великая Октябрьская социалистическая революция, пресса социалистов-интернационалистов первой восторженно приветствовала ее, первой сказала о ней свое авторитетное и правдивое слово. Победу российского пролетариата она справедливо рассматривала как величайший поворот в истории человечества на пути его окончательного избавления от империалистического и колониального рабства.

Болгарский «Работнически вестник» 12 ноября 1917 г. встретил радостную весть о революции передовой статьей «Победа большевиков». В этой статье говорилось, что призыв большевиков о немедленном демократическом мире, земле и свободе «найдет отклик во всех уголках необъятной русской земли... и во всех концах света». То, что сегодня происходит в России, делала вывод газета, имеет великое историческое значение.

Орган английских социалистов-интернационалистов еженедельник «Колл» 13 декабря 1917 г. отмечал: «Героическая борьба, которую ведут большевики, — не только борьба за победу русского рабочего класса. Это борьба за победу рабочих во всем мире».

Читая сегодня эти строки, нельзя не восхищаться историческим оптимизмом их авторов, ясным, глубоким предвидением значения Октябрьской революции для судеб мира.

«Честь и слава вам, русские трудящиеся! — писала 26 ноября 1917 г. румынская газета «Адевэрул». — Да славятся ваши имена, русские товарищи! Вы своим героическим решением, своей пролитой кровью в борьбе с врагами народа укрепили в нас веру в силы социализма и показали всему миру правильный путь, который ведет к миру, братству народов».

Победоносный гром пушек «Авроры» докатился до далекой Индии. В январе 1918 г. нелегальные индийские газеты опубликовали послание, которое было получено в Москве только в ноябре 1918 г. и напечатано в «Правде». В послании говорилось:

«...Индия поздравляет вас с великой победой, одержанною вами в интересах демократии всего мира. Индия восхищается благородными и гуманными принципами, которые вы провозгласили, взяв власть в свои руки».

«Сияние русской революции» — так была озаглавлена восторженная статья Марселя Кашена в «Юманите» от 5 февраля 1918 г.

Волна горячих симпатий к трудящимся Советской республики прокатилась по всем странам мира. Как писала «Юманите», в те годы не было возможности публиковать все сообщения и резолюции рабочих собраний с выражением «социалистических и революционных чувств», чувств солидарности с русской революцией.

И тем не менее именно прогрессивная, в первую очередь рабочая и коммунистическая, пресса наиболее полно и правдиво отражала дух времени, размах и характер той борьбы народов, на которую их вдохновил героический пример российского пролетариата.

Обезумевшие от страха и классовой ненависти империалисты всего мира решили во что бы то ни стало задушить российскую революцию. С этой целью они двинули против молодой Советской республики огромные полчища интервентов. Враги внешние и внутренние несколько лет подряд терзали Россию, надеясь в крови рабочих и крестьян потопить свободу народа.

В этот ответственный и напряженный период рабочие капиталистических стран, движимые чувством братской солидарности, выразили твердую решимость помочь русскому пролетариату отстоять великое дело революции. Неоценимую поддержку революции оказали, в частности, иностранные рабочие, находившиеся тогда в нашей стране. Героической летописью их самоотверженной борьбы в защиту завоеваний Октября были многочисленные газеты, издававшиеся у нас для граждан зарубежных стран.

Ко времени Октябрьской революции на территории России находилось несколько миллионов военнопленных: немцев, венгров, чехов, австрийцев, болгар, словаков, турок, военнослужащих Польши, Румынии, Сербии, рабочих из Финляндии, Бельгии и других государств [1].

[1] По приблизительным данным, в России насчитывалось 2 млн. польских беженцев и военнопленных, около 500 тыс. югославов, 200 тыс. чехословаков, 100 тыс. венгров и т. д.

Наиболее сознательные из них, проникаясь идеями большевизма, становились на сторону Советской власти. В начале 1918 г. они стали объединяться в коммунистические группы. Для руководства работой коммунистов-иностранцев в мае 1918 г. была создана Центральная федерация иностранных групп РКП(б). Федерацию возглавлял видный деятель международного рабочего движения и вождь Венгерской советской республики Бела Кун.

В состав федерации входили 8 групп: английская, немецкая, французская, итальянская, венгерская, чехословацкая, югославская и румынская. Польская, финская и другие группы имели свои особые бюро при ЦК РКП(б).

В силу того что Украина ходом событий стала форпостом наступления империалистов всех стран и народов на революционную Россию и именно через Украину шли вражеские полки немецкого и англо-франко-американского империализма, в Киеве по московскому образцу в марте 1919 г. была также создана Федерация иностранных коммунистов при ЦК КП(б)У. В состав федерации входили коммунистические группы Болгарии, Германии, Австрии, Венгрии, Румынии, Чехословакии и Югославии. Украинская федерация поддерживала тесную связь с Центральной федерацией в Москве. Некоторое время (до сентября 1919 г.) вся работа с иностранными коммунистами была сосредоточена на Украине.

Коммунистические группы федераций вели широкую издательскую деятельность. Кроме брошюр, листовок, воззваний каждая из них выпускала на своем языке одну или несколько газет, главным образом в местах нахождения больших масс читателей.

Так, на польском языке в Москве выходила газета «Интернационалист», в Киеве — «Штандар комунизму», в Минске — «Млот», в Петрограде — «Трыбуна». Последняя, переименованная позже в «Трыбуну комунистычну», была наиболее распространенным изданием. Ее редакцию возглавляли Юлиан Ленский, Юзеф Уншлихт и др.

Газета выходила под лозунгом «Да здравствует революционный Интернационал!», отражавшим дух интернационализма, дух неразрывности братского союза польского и российского пролетариата. Первый номер «Трыбуны» от 27 мая 1917 г. открывался редакционной статьей, в которой говорилось, что газета «будет идти вперед

дорогой интернациональной борьбы... Мысль Маркса будет для нас проводником в лабиринте жизненных проблем». Она широко распространялась в воинских частях, среди беженцев, переправлялась в оккупированные районы страны и сыграла выдающуюся роль в сплочении польских трудящихся на борьбу за победу революции в России.

Чехословацкая группа имела вначале еженедельник «Прукопник». Он издавался в Петрограде 10-тысячным тиражом. В Киеве, как одном из важных центров сосредоточения военнопленных чехов и словаков, с октября 1917 г. выходила газета «Свобода». С отступлением революционных войск из Украины отходила также и редакция газеты. По пути один номер был выпущен в Полтаве, три — в Таганроге. Затем обе газеты были слиты в одну — «Прукопник свободы», которая издавалась в Москве. Вскоре ей на смену пришла газета «Правда», существовавшая в течение 1919—1920 гг. Кроме того, в Пензе выходила красноармейская газета «Чехословенска Руда Армада», в Иркутске — «Коммунист» и др.

Главным органом югославов была еженедельная газета «Светска революция». Она издавалась с июля 1918 г. по июль 1919 г. в Москве на сербско-хорватском языке. Иногда в ней печатались материалы на болгарском языке. Газета имела тираж около 20 тыс. экз. «Светска революция» пользовалась большим авторитетом среди читателей и распространялась по всей стране: в Сибири, на Украине, на Урале. Наряду с центральным органом группа имела издания: в Киеве — «Югославянский революционер», в Иркутске — «Коммуну», в Ташкенте — «Црвены баряк» («Красный флаг»).

Венгерские коммунисты во многих городах страны (Москве, Омске, Пензе, Иркутске) издавали свои газеты. Важнейшей среди них была «Социалиш форрадалом». Газета выходила в Москве под редакцией Бела Куна и Тибора Самуэли.

Влиятельным немецким изданием была газета «Вельтреволюцион». Она выходила в 1918 г. на четырех полосах и имела тираж, доходивший до 38 тыс. экз. Газета распространялась по всей Советской России, среди немецких оккупационных войск и посылалась в Германию, Австрию, Финляндию, Швецию, Данию, Голландию, Швейцарию. В начале декабря 1918 г. в Курске стала

выходить газета «Вельткоммюне», издававшаяся в течение 1919 г. на Украине — сначала в Харькове, а затем в Киеве.

Среди войск интервентов и военнопленных англичан и французов распространялись газеты: «Колл» — на английском языке, «Лантерн», «III Интернационал» — на французском. В изданиях французской коммунистической группы деятельное участие принимали Инесса Арманд и Жанна Лябурб. Как говорил В. И. Ленин, русские большевики «французских рабочих и английских солдат встречали агитацией на их родном языке» [1].

Издание такого большого количества газет и другой пропагандистской литературы, да еще в столь тяжелое для нашей Родины время, когда в результате бумажного голода «Правда» выходила на двух полосах, само по себе является знаменательным. Это свидетельствует прежде всего об интернациональном характере Советской власти, об ее огромной заботе и внимании к нуждам иностранных трудящихся, находившихся в Советской России.

Коммунистические группы использовали эти газеты для организации и политического просвещения военнопленных, воспитания их в духе пролетарского интернационализма и солидарности с трудящимися массами Советской России. Они знакомили иностранных рабочих и крестьян, одетых в солдатские шинели, с революционным учением марксизма-ленинизма, информировали о важнейших событиях внутренней и международной жизни, пропагандировали идеи Октябрьской революции. Эти небольшие листки форматом в четверть газетного листа пользовались огромным доверием среди войск интервентов. Они рассказывали солдатам Антанты, что их послали защищать в России власть помещиков и капиталистов, душить революцию.

Важнейшей заслугой коммунистических групп и их печати было то, что они страстно и последовательно выступали в защиту молодой Советской республики, против вооруженной интервенции и белогвардейцев. Разъясняя смысл происходящих событий, газеты призывали бывших военнопленных вступать в Красную Армию, создавать интернациональные отряды и с оружием в руках поддерживать героический пролетариат России.

[1] В. И. Ленин. Соч., т. 30, стр. 360.

«Братья и товарищи! — писала югославская «Светска революция» в номере от 4 ноября 1918 г. — Венгры, сербы, болгары и немцы, рабочие и крестьяне, по примеру героических русских товарищей, по примеру русского пролетариата вступим в бой за социализм!».

Издававшаяся в Пензе венгерская газета «Вилагсабадшаг» в передовой статье в номере от 21 февраля 1918 г., озаглавленной «Солдаты революции», обращалась к венграм-красноармейцам, парням с берегов Тиссы», со следующими словами:

«Не только пером, но и мечом пишут историю.

Воины красного знамени мечом напишут историю новой эпохи, из которой навеки исчезнут цари и короли, правящие «по воле божьей». Лишь тогда история станет историей господства пролетарских масс... Верно и с честью защищайте русскую революцию, берегите ее и не щадите никого, кто против нее».

Слова газеты свидетельствуют о глубоком понимании бывшими солдатами империалистических держав того, что их совместная борьба в рядах Красной Армии являлась борьбой не только за дело российского пролетариата, но и за интересы трудящихся всего мира.

Это придавало борцам революции непоколебимую веру в победу, служило источником их самоотверженности и героизма. Газеты коммунистических групп, как и вся советская печать того времени, изобилуют примерами массового героизма и личной отваги защитников революции. Например, орган Первой Конной армии газета «Красный кавалерист», выходившая на русском, украинском и польском языках, рассказывала о многочисленных подвигах легендарного героя гражданской войны серба Олеко Дундича.

О героической борьбе Красной Армии на фронтах Советской Украины и России много писали газеты «Вельткоммюне» и «Фолькерфрайхайт» — органы немецкой группы КП(б)У. Под рубриками «С наших фронтов», «С Украины», «На красных фронтах борьбы» газеты сообщали о положении на Восточном фронте, где шли бои с Колчаком, о борьбе с Деникиным, Петлюрой и т. д.

В статье «Наши интернационалисты на фронте» газета «Фолькерфрайхайт» с гордостью писала о славных боевых делах 1-го интернационального полка, который дрался с петлюровцами у Проскурова. «Полк шлет ис-

крепний привет всем пролетариям Украины, — писала газета 8 июня 1919 г., — и надеется в самом скором времени увидеть рядом с собой в борьбе за свободу тех товарищей, которые остались в тылу».

В течение 1917—1921 гг. в рядах Красной Армии сражались сотни тысяч интернациональных борцов. 80 тыс. венгров, десятки тысяч немцев, чехов, сербов, поляков, румын и представителей других народов вели упорную борьбу плечом к плечу с народами Советской России.

В числе верных друзей и защитников Советской власти были такие выдающиеся сыны и дочери народов зарубежных стран, как американцы Джон Рид и Альберт Рис Вильямс, французы Жак Садуль и Жанна Лябурб, венгры Бела Кун и Матэ Залка, чех Ярослав Гашек и серб Олеко Дундич. Поляки дали революции целую плеяду прославленных деятелей: Феликса Дзержинского, Феликса Кона, Юлиана Мархлевского, Юлиана Ленского, Юзефа Уншлихта, Эдварда Прухняка, Кароля Сверчевского.

Роты и полки интернационалистов сражались на самых ответственных участках фронтов. С лозунгом «Смерть или победа» они бесстрашно шли в бой и умирали, если этого требовали интересы победы. Когда осенью 1918 г. враг осадил Петровск, в числе защитников города сражалась рота венгров. Газета «Социалиш форрадалом», сообщая об их борьбе, 12 октября 1918 г. писала:

«Все они погибли героически и пали под огнем врага без единого слова... Они пришли в социалистическую Красную Армию защищать власть Советов рабочих и крестьян... Честь и слава вам, дорогие товарищи! Россия рабочих и крестьян с благодарностью вспомнит о вашей героической самоотверженности. И жители Дагестана, вернувшись в Петровск, поставят достойный памятник на ваших могилах!».

Защищая революцию, многие отдали свою жизнь в этой борьбе. В центре г. Пензы находится братская могила, на мраморной доске которой горят слова: «Вечная память и слава борцам революции», а под ними высечены имена павших борцов: русских, чехов, немцев, украинцев. Имена Джона Рида, Олеко Дундича и других высечены на Кремлевской стене в Москве как символ братства народов в борьбе за освобождение человечества.

Когда в 1919 г. в Венгрии образовалась Советская республика, там по примеру братской России также начали издаваться для национальных меньшинств и военнопленных различных национальностей газеты на их родных языках: немецком, румынском, сербском, словацком, русском, украинском, французском, итальянском, польском.

Нет ничего удивительного в том, что после начала интервенции Антанты многие военнопленные, находившиеся в Венгрии, целыми группами влились в ряды венгерской Красной Армии. Боевая дружба венгерских, русских и украинских солдат, рожденная в огне Октября, крепла в боях за Советскую Венгрию. Об этом убедительно свидетельствует статья, напечатанная 3 июля 1919 г. в газете «Червона Украина», выходившей в Венгрии:

«Первым шагом нашей Будапештской коммунистической организации был призыв к украинским рабочим вступить в украинскую Красную Армию в Венгрии. Мы, живущие здесь, должны всеми силами, до последней капли крови, жертвуя даже своей жизнью, стремиться выручить своих венгерских братьев-рабочих... Вступим же все мы, украинские рабочие и крестьяне, в Красную Армию, покажем здесь, за пределами нашей родины, что и у нас есть революционный размах, что мы не отстаем от наших отцов, братьев и сыновей, которые уже два года служат солдатами революции на великой Украине».

В то время как «Червона Украина» обращалась к рабочим, лесорубам и крестьянам Закарпатья, из Харькова, бывшего тогда столицей Советской Украины, в защиту венгерской революции прозвучал голос выдающегося украинского писателя, публициста и общественного деятеля, основоположника украинской советской печати Василя Эллана (Блакитного). В статье «Все для революции» он страстно призывал трудящихся Украины встать к оружию, чтобы отстоять «оплот всемирной рабоче-крестьянской революции — Россию, Украину, Венгрию, Латвию».

Движимые чувством интернациональной солидарности, лучшие сыны народов на разных фронтах боролись за общее дело, дело международного пролетариата.

* * *

Работа иностранных групп в России составляла одну

из важных страниц в деятельности Российской коммунистической партии. Важность этой работы с особой силой проявилась в связи с возвращением военнопленных и солдат интервентов на родину, куда они, по выражению Ленина, занесли с собой «бациллы большевизма».

Вернувшись на Родину, революционно настроенные солдаты, многие из которых были очевидцами и даже непосредственными участниками событий в России, встали в ряды добровольных пропагандистов революции — распространяли среди населения листовки, брошюры, призывали следовать примеру русских рабочих. Правда о героическом российском пролетариате, сбросившем цепи империалистического рабства и завоевавшем себе свободу, революционизировала умы трудящихся, возбуждала желание «сделать так, как в России».

В листовке, распространявшейся среди рабочих Берлина в апреле 1917 г., Союз Спартака под влиянием февральской революции писал:

«Русские рабочие сокрушили царизм и завоевали демократическую республику, создали народное правительство!

А мы?

Будем ли мы и дальше терпеливо переносить прежнюю нищету, эксплуатацию, голод и бойню народов — причину всех наших страданий и мучений?!

Нет! Тысячу раз нет!»

Так решительно были настроены не одни только немцы. Газета г. Брно «Ровность» (Чехословакия) в номере от 18 июня 1918 г. писала: «Русский народ показывает нам дорогу. Пойдем и победим!». Итальянская «Аванти!» в январе 1919 г. выражала пожелание, чтобы программа русских революционеров «была принята во всем мире и послужила к тому, чтобы довести до конца борьбу против буржуазии и военного господства». Этот номер газеты обратил на себя внимание В. И. Ленина, который с удовлетворением цитировал его в своей речи об основании Коммунистического Интернационала.

«...Везде стучится в дверь рабочая революция» [1], — говорил в те дни Ленин. И действительно, в ноябре 1918 г. германский пролетариат сверг кайзеровскую монархию. В январе следующего года была провозглашена Бременская, а в апреле — Баварская советские республики. В июне 1919 г. советской становится Словакия. 133 дня героически держится власть рабочего класса Венгрии.

[1] В. И. Ленин. Соч., т. 28, стр. 459.

В условиях могучего подъема революционного движения рождаются молодые коммунистические партии Европы и Америки. В течение 1918 г. возникли коммунистические партии в Германии, Австрии, Финляндии, Венгрии, Польше, Греции, Аргентине. В 1919 г. образовалась компартия в США, Мексике, Болгарии, Югославии, Дании. В 1920 г. — во Франции, Англии, Индонезии, Австралии, Турции, Румынии, Уругвае. В 1921 г. — Италии, Бельгии, Канаде, Чехословакии и других странах.

Вместе с марксистскими партиями возникают новые органы пролетарской печати. В большинстве случаев это были, по словам Ленина, листки, которые выходили не чаще раза в неделю и имели распространение в несколько сот или несколько тысяч экземпляров.

С самого появления на свет эти газеты наряду с существовавшими ранее социалистическими изданиями, перешедшими на позиции марксизма-ленинизма, считали своим священным интернациональным долгом выступить в поддержку борющегося пролетариата России.

Первый номер немецкой «Роте фане» вышел поздно вечером 9 ноября 1918 г. А на следующий день утром в газете было опубликовано приветствие Советской республике: «Роте фане» шлет свой первый и самый горячий привет Российской Социалистической Федеративной Советской Республике и просит довести до сведения наших русских братьев, что берлинский рабочий класс отметил первую годовщину русской революции, совершив революцию в Германии».

Печать братских компартий выражала гневный протест рабочих масс против разбойничьей антисоветской войны, призывала трудящихся решительными действиями вынудить Антанту вывести свои войска из России.

Белградская коммунистическая газета «Радничке новине» в номере от 15 июля 1919 г. напечатала статью «Международная пролетарская солидарность», в которой говорилось:

«Пролетариат предупреждает международную буржуазию, что дело русской и венгерской революции есть

дело не только русского и венгерского рабочего класса, но и дело всего международного пролетариата. Борьба против России и Венгрии означает борьбу против пролетариата всего мира».

В том же номере газета опубликовала обращение компартии с призывом организовать 21 июля повсеместные демонстрации протеста с тем, чтобы противопоставить происка империалистов международный отпор масс.

В ответ на призыв партии и ее газеты в назначенный день по всей стране состоялись массовые выступления рабочих, вылившиеся во всеобщую забастовку, невиданную раньше по своим масштабам. По сообщениям печати и непосредственных участников этих событий, забастовка парализовала жизнь страны.

В городе Вуковаре, например, были закрыты не только промышленные предприятия, но все кафе, магазины, гостиницы. В Загребе не работали даже частные канцелярии и банки. Стояли трамваи, автомобили, фиакры. 21 июля не вышла ни одна газета. Весь Загреб являл собой вид пустого и мертвого города.

Одновременно произошли и революционные волнения в армии. Хорватские отряды, посланные в район Сегеда против венгерской Красной Армии, восстали, отказались сражаться с венгерскими солдатами и побратались с ними.

Решительное выступление рабочего класса и солдатских масс сорвало авантюрные планы сербской военщины. Правящие круги сербо-хорвато-словенского государства вынуждены были отказаться от участия в антисоветской интервенции. Это было серьезной победой югославского пролетариата и его существенным вкладом в дело международной пролетарской солидарности с трудящимися Советской России и Венгрии.

Во время вооруженного похода капиталистических держав Запада против Советской республики много сделала рабочая печать Франции. Марсель Кашен, несколько десятков лет руководивший газетой «Юманите», в своих воспоминаниях отмечал:

«Полтора года мы разоблачали на страницах «Юманите» новое преступление правителей Франции. Громко прозвучал наш призыв к пятнадцати тысячам французских моряков, посланных на Черное море, и к семидесяти

тысячам французских солдат, отправленных под командованием генерала Франше д'Эспере в Бессарабию, на Украину, в Крым. Это был призыв отказаться стрелять в русских революционных рабочих и крестьян» [1].

«Товарищи! Ни одного шага по русской земле, против русского народа. Ни одного выстрела по революции...», — писала «Юманите» 7 ноября 1919 г.

Кашен был первым корреспондентом «Юма», совершившим в 1920 г. длительную поездку по Советской стране и рассказавшим о ней правду французскому народу на страницах газеты. Кашен писал о положении интеллигенции в России, о советской демократии, об аграрной политике, о пролетарской культуре и образовании, о правосудии, здравоохранении, о внешней политике, об отношении к духовенству, о кооперации и профсоюзах. Кашен выступал против помощи, которую оказывал Мильеран Врангелю, разоблачал буржуазные нападки на партию большевиков.

Со страниц «Юманите» в защиту русской революции выступали Анатоль Франс, Анри Барбюс, Поль Вайян-Кутюрье, Поль Ланжевен, Ромен Роллан и многие другие выдающиеся умы Франции.

Мощное движение народов мира против антисоветской интервенции проходило под боевым лозунгом «Руки прочь от Советской России!». Рабочая и коммунистическая печать выступала с призывами не допустить вооруженного вмешательства в дела России, публиковала материалы о многочисленных митингах, на которых трудящиеся требовали от своих правительств немедленного вывода из Советской страны войск интервентов, печатала сообщения об отказе рабочих грузить и перевозить оружие и военное снаряжение, предназначенное для врагов российского пролетариата.

«Английский рабочий класс не позволит, чтобы его использовали для разгрома социалистической республики», — писала газета «Колл» 9 января 1919 г. 10 мая того же года со страниц «Уоркерс дредноут» к трудящимся Англии обратился Гарри Поллит: «Я призываю тех, чье сердце проникнуто чувством дружбы к нашим русским друзьям, отказываться грузить пароходы с оружием и снаряжением, которое отправляется в Россию».

[1] Цит. по журн. «Огонек», 1954, № 16.

Прогрессивная печать Соединенных Штатов решительно требовала: «Ни одного солдата для войны против Советской России, ни одного цента, ни одной винтовки в помощь этой войне!». Коммунистический журнал «Класс стругл» в ноябрьском номере за 1919 г. писал:

«На каждое предложение играть роль Каина в отношении русских братьев, на каждое требование американского правительства завербоваться на действительную службу в России или вести суда для белой армии должен быть один ответ: «Руки прочь от Советской России!».

Газета «Украински щоденни висти» от имени всего украинского населения США клеймила позором «разбой, творимый в России и на Украине международной бандой буржуазных грабителей». Выразив благодарность шведским, французским, итальянским и английским транспортным рабочим за отказ грузить оружие против советских республик, газета горячо приветствовала «непобедимые красные русские и украинские армии, грудью отстаивающие добытые в битвах права».

Борьба в защиту Советской России поднялась с новой силой во время польско-советской войны 1920 г. Очередная авантюра международного империализма повсюду вызвала глубокое возмущение рабочего класса. В буржуазно-помещичьей Польше, стране-агрессоре, коммунистическая партия находилась на нелегальном положении. Несмотря на репрессии и преследования, печать партии мужественно подняла свой голос в поддержку Советского государства.

Обращаясь накануне 1 Мая 1920 г. к трудящимся страны, «Червоны штандар» указывал, что Польша является единственной страной, упорно продолжающей вести бессмысленную войну против Советской России и Украины. Газета с горечью писала: «Позор для нас, что трудящийся народ Польши до сих пор не смог выбить из рук буржуазии оружие в этой преступной империалистической войне против интересов рабочих и крестьян, что он силой не прекратил этой войны, являющейся вместе с тем войной против польского рабочего класса, против его стремлений к социализму». Центральный орган партии призывал рабочих добиваться немедленного прекращения военных действий по всему фронту, считая это не только важнейшей задачей времени, но и делом чести всего польского народа.

Отношение немецкой коммунистической печати к агрессии белополяков образно выразила немецкая газета «Роте фане». «Каждый выстрел по Красной Армии — это выстрел в сердце немецкого пролетариата», — писала она в те дни.

14 августа 1920 г. под шапкой «В защиту России» вышел специальный номер «Юманите». В этом номере были опубликованы сообщения о большом антивоенном митинге в Париже и резолюция его участников.

«10 тысяч гражданок и граждан, собравшихся 13 августа по призыву социалистической партии в парижском цирке, — говорилось в резолюции, — ...заявляют о своей солидарности с русским пролетариатом и русской революцией, обещают всеми силами бороться против попыток новой войны, направленной на поддержку авантюристов, подкупленных капиталом».

Кроме резолюции митинга «Юманите» поместила также статью Марселя Кашена, обращение Анатоля Франса и другие материалы, посвященные Советской России. Содержание этого спецвыпуска было вкратце изложено газетой «Правда» в номере от 22 августа 1920 г.

Самая сильная волна революционного возмущения действиями империалистической реакции прокатилась по Англии в связи с ультиматумом Керзона. Рабочие массы выдвинули перед правительством грозное требование: «Мир за границей или война здесь!». Тем самым они показали, что прежде, чем предпринять что-либо в отношении России, нужно сначала спросить об этом у самих рабочих. События августа 1920 г. оставили неизгладимый след в истории английского рабочего движения. По мнению Ленина, они имели для Англии такое же значение, как для России февральская революция 1917 г. Отмечая огромное значение поддержки, которую оказали Советскому государству рабочие капиталистических стран, Ленин говорил на VII съезде Советов: «...Мы отвоевали у Англии, Франции и Америки их рабочих и крестьян» [1].

* * *

Пролетарская печать тех лет — это летопись великой истории международного братства трудящихся, волнующая книга, рассказывающая о бессмертном подвиге

---

[1] В. И. Ленин. Соч. т. 30, стр. 194.

2 Зак. 183

Агитколлекция Библиотека Ин-т Ростковед. АН Арм. ССР
Общественных Библиотека

рабочего класса, о величии и красоте идей пролетарского интернационализма.

С победой Великой Октябрьской социалистической революции практика международного братства трудящихся приобрела новый богатый опыт, нашедший свое выражение в единодушной поддержке зарубежными пролетариями первого в мире государства рабочих и крестьян.

Существовавшие ранее и вновь возникшие в разных странах марксистские органы прессы запечатлели на своих страницах бессмертный подвиг мирового рабочего класса, вставшего на защиту завоеваний Октября.

Печать зарубежных друзей российской революции первой откликнулась на ее победу, первой выразила к ней свои симпатии, сочувствие и поддержку. Пропагандируя и защищая внутреннюю и внешнюю политику молодой Советской власти, эта печать призывала рабочий класс своих стран последовать примеру российских пролетариев, учила разговаривать с буржуазией «по-русски».

В 1917—1920 гг. печать братских коммунистических и рабочих партий, так же как и издания иностранных групп РКП(б), сделала лозунг «Руки прочь от Советской России!» боевым оружием масс в борьбе против иностранной военной интервенции, за великое дело трудящихся.

Защита Советской России, отечества международного пролетариата, была вместе с тем защитой коренных интересов рабочего класса всех стран. Эта мысль благодаря марксистской печати все больше проникала в умы трудящихся, вдохновляла и поднимала их на борьбу за свои жизненные права, за мир, демократию и социальный прогресс.

Изучение опыта и боевых традиций рабочей и коммунистической печати в деле пропаганды пролетарского интернационализма и международной братской солидарности трудящихся — почетная обязанность и актуальная задача историков печати. Знание этого опыта вооружает наши журналистские кадры в борьбе против буржуазной идеологии, служит делу торжества социализма и коммунизма.

Е. В. КРУГЛОВ

У ИСТОКОВ ИНДИЙСКОЙ КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

Великая Октябрьская социалистическая революция сыграла огромную роль в пробуждении колониальных народов Азии. Не успели умолкнуть залпы Великого Октября, как на огромном азиатском континенте бурным потоком разлилась река национально-освободительного движения. Некоторым странам, например Афганистану, удалось сравнительно быстро сбросить с себя цепи колониализма. В других странах национально-освободительное движение было подавлено, и господство империалистов продолжалось там еще многие годы. Народы, поднявшие знамя борьбы за независимость, с надеждой и гордостью смотрели на страну, где рабочие и крестьяне взяли власть в свои руки и строили социалистическое государство.

С восхищением и симпатией следили за развитием русской революции и в Индии. Это под влиянием Великого Октября начала отступать волна террористического движения в Индии, чтобы дать дорогу подлинной борьбе масс за свое освобождение. В разных городах страны возникали гигантские митинги и демонстрации, началось забастовочное движение.

До 1917 г. в Индии почти не знали о марксистском

учении. Не было и революционных рабочих организаций. Народное движение носило лишь антиколониальный характер. Начавшись с великого восстания 1857 г., волна национально-освободительной борьбы быстро охватила самые разные слои населения. Основной партией, направлявшей эту борьбу, был Индийский национальный конгресс. Он включал в себя и рабочих, и представителей национальной буржуазии, и большое число крестьянского населения. Из среды Конгресса вышли руководители индийского национально-освободительного движения Балган-Гадхар Тилак и Махатма Ганди. С влиянием Конгресса вынуждены были считаться и колониальные власти.

После Великого Октября национально-освободительная борьба принимает новые черты, не характерные для старой Индии: в промышленных центрах страны поднимается рабочее движение, которое наряду с национальными отстаивало рабочие, классовые интересы. В Мадрасе, Бомбее, Ахмадабаде, Джамшедпуре и других городах возникают профсоюзы, организовавшие целую серию крупных забастовок.

Однако рабочее движение еще многие годы оставалось под влиянием национально-освободительной борьбы, а рабочие партии, возникшие в последующий период, даже организационно были тесно связаны с Национальным конгрессом. Все это сказалось на характере рабочего и коммунистического движения в Индии 20-х годов, породило многие недостатки в работе первых рабочих партий и коммунистических групп. Не удивительно, что и первые индийские рабочие газеты встретились с громадными трудностями, а потому были слабыми и сыграли свою роль лишь как первый этап, первый шаг в создании массовой коммунистической прессы.

После Октябрьской революции в Индию начинает проникать марксизм. Из-за границы переправляется коммунистическая литература, главным образом листовки, брошюры, газеты. Они в значительной степени подготовили почву для появления в стране коммунистических групп.

Первые такие группы возникли в 1918—1921 гг. Основателями их были те, кто уже раньше изучил марксистское учение в Европе или в Америке.

С появлением коммунистических групп в Индии при-

ток коммунистической и другой прогрессивной литературы из-за границы усилился. Англо-индийские власти почувствовали опасность распространения марксистского учения и начали репрессии. Была введена строжайшая цензура. Чтобы обмануть бдительность полиции, английские и американские коммунисты посылали в Индию ежедневные коммунистические газеты, вложенные в лондонскую «Таймс», в «Нью-Йорк геральд трибюн» или другие газеты такого же характера. Книги обертывались в обложки популярных романов или религиозных изданий.

Привозные книги и газеты несколько восполнили потребность в марксистской литературе. Но рабочее движение и рост коммунистических групп требовали ее больше, чем могли дать зарубежные коммунисты. Да и то, что присылалось из-за границы, будучи запретным, становилось достоянием лишь узкого круга лиц, в основном профессиональных революционеров. Перед рабочим движением Индии встала важная задача — создать свою национальную печать, способную вооружить массы передовым марксистским мировоззрением. Такая печать должна была соединить рабочее движение с социализмом.

Первая рабочая газета в Индии возникла еще в 1891 г. Она называлась «Дина бандху» («Друг»). Редактором ее был лидер бомбейских рабочих Локхандей. Но, просуществовав всего пять лет, газета закрылась, так и не оставив заметного следа ни в революционном движении, ни в истории индийской прессы.

Первые попытки издания марксистской литературы в Индии относятся к 1920 г. Это были случайные, не имевшие особого значения брошюры, листовки. Для повседневного, систематического воспитания рабочих масс нужна была хорошо организованная периодическая печать.

Это была серьезная задача, и за нее взялся молодой индийский коммунист Шрипат Амрит Данге. Еще в колледже Данге принял активное участие в студенческом движении, за что был исключен с предпоследнего курса. Это не остановило его, и он включился в революционную борьбу рабочих Бомбея. В самый разгар классовых боев ему удалось создать одну из первых в Индии коммунистических групп. В 1922 г., когда рабочее движение настоятельно требовало создания своей революционной

печати, Данге приступил к изданию еженедельника «Социалист» (на английском языке).

К этому времени Данге уже знали как автора книги «Ганди против Ленина», явившейся результатом расхождений Данге с гандистским движением. В этой работе молодой журналист говорил об огромном влиянии русской революции на революционное движение Индии.

1-й номер еженедельника «Социалист» вышел 5 августа 1922 г. Восемь страниц небольшого формата, крупный шрифт, очень простое оформление — так выглядел этот первый в истории Индии коммунистический журнал.

Хотя во главе журнала стояли коммунисты, редакция не могла официально назвать его коммунистическим органом: в Индии в это время преследовалась всякая прогрессивная деятельность, и открытое провозглашение в еженедельнике программы коммунизма вызвало бы немедленные репрессии против него. Возможно, поэтому редакция не стала помещать, как это принято, программы журнала.

И все-таки программу и направление журнала можно было понять с первых строк первого номера: это защита марксистско-ленинского учения, пропаганда социализма. Первые недели существования «Социалиста» были периодом нащупывания правильных путей, когда пропаганда социалистических идей велась осторожно, нерешительно. Журналу Данге приходилось в этой пропаганде начинать с «азов», ибо рабочие почти не знали еще ни марксизма, ни социалистического движения. Не удивительно, что «Социалист», призванный, казалось бы, идти впереди рабочего движения, быть душой этого движения, в своих первых номерах почти не касался насущных задач борьбы рабочего класса Индии. В журнале помещались статьи о Советской России, о коммунистических партиях зарубежных стран, о тех или иных сторонах марксистско-ленинского учения, часто давались списки книг по основам социализма, обычно начинавшиеся «Коммунистическим манифестом» К. Маркса и Ф. Энгельса. Но об индийском рабочем движении журнал почти не писал.

Тем не менее и от первых номеров «Социалиста» веяло боевым, революционным духом. По всему чувствовалось, что это орган революции. В обращении «Нашим товарищам по перу», опубликованном в 3-м номере (от

19 августа 1922 г.), прямо сказано:« Мы смотрим на индийских политических деятелей с нашей, социалистической точки зрения и о действиях политических партий также судим с позиций социализма. Наше дело — дело пролетариев, и мы будем бороться за завоевание политической власти в Индии».

Постепенно «Социалист» приближается к конкретным задачам индийского рабочего движения. Громче становится голос журнала в защиту интересов рабочих, в защиту их требований во время забастовок и демонстраций. С № 6 (9 сентября 1922 г.) внешний вид «Социалиста» несколько изменился. Число страниц осталось прежним, но размер их увеличился; редакция отказалась от крупного шрифта и перешла на более мелкий. Все это дало много дополнительного места в журнале, и редакция смогла уделять больше внимания конкретным вопросам дня.

В журнале использовались разные формы подачи материалов: статьи, беседы, нередко иллюстрировавшиеся примерами из жизни Советской России. Читатели живо откликались на эти материалы, писали письма с просьбой ответить на те или иные вопросы, чаще всего просили объяснить некоторые положения марксизма.

Под влиянием этих писем в еженедельнике появился специальный бюллетень «Курс изучения социализма», в котором редакция отвечала на вопросы читателей. Первый номер такого бюллетеня с подзаголовком «Обзор научного социализма» был помещен в журнале 14 октября 1922 г. Читатели спрашивали: «Какую роль в истории играют великие люди?», «В чем причина появления новых идей?», «Объясните коротко закон прибавочной стоимости», «Что определяет стоимость рабочей силы?», «Дайте определение классовой борьбы» и т. д. Для таких неискушенных читателей, какими были рабочие, подобный бюллетень должен был стать путеводителем, справочником марксистского учения.

Чтобы давать не просто абстрактную теорию научного социализма, редакция нередко поднимала какой-нибудь конкретный вопрос и показывала, как следует его рассматривать с точки зрения теории марксизма. Это были в основном вопросы политики, экономического положения трудящихся, быта и т. п. Так, журнал поставил вопрос, волновавший передовых людей того времени не только

в Индии, но и во многих странах мира, — вопрос о положении женщины. В статье «Женщины будущего» (21 октября и 25 ноября 1922 г.) автор писал, что рабское положение женщин в стране, их неравноправие с мужчинами —глубокая социальная несправедливость. По мнению журнала, женщина достойна играть большую роль не только в семье, но и в общественной жизни. Причем в статье прямо указывается, что только социализм по-настоящему раскрепостит женщину.

«Сошиалист», будучи первым коммунистическим органом в Индии, уже тогда увидел в зарождавшемся фашизме серьезную угрозу для народов. В 17-м номере журнала от 25 ноября 1922 г. редакция напечатала статью одного из создателей Итальянской компартии У. Терначини «Фашисты сорвали с себя маску». Автор писал о том, что фашистская идеология и фашистский переворот несут с собой опасность для дела мира.

Как уже говорилось, еженедельник имел тесные связи со своим читателем. В редакцию приходило много писем, в основном от рабочих, которые делились своими думами, своими радостями и бедами. Сотрудники «Сошиалиста» сумели увидеть в этих письмах прочную опору для коммунистической печати и решили поддержать у читателя желание писать. В 6-м номере редакция опубликовала правила, которые учили рабочих корреспондентов писать заметки.

Еженедельник «Сошиалист» просуществовал шесть месяцев, его последний, 26-й номер вышел 27 января 1923 г. Редакция прекратила выпуск еженедельника в связи с началом издания ежемесячного журнала того же названия. Это изменение было вызвано обстановкой, которая сложилась к тому времени в Индии.

1922 год был последним годом подъема рабочего движения. К концу этого года борьба рабочего класса и национально-освободительное движение в Индии идут на спад. Воспользовавшись нерешительностью лидеров Конгресса, английские власти смогли легко расправиться с революционным движением. В результате уменьшается количество забастовок, почти прекращаются стихийные выступления крестьян. Первый этап революционного движения в Индии закончился.

Еженедельник «Сошиалист» выходил в то время, когда рабочее движение еще продолжалось, хотя и шло на

спад. Как орган рабочего класса, «Сошиалист» стремился сам активно участвовать в борьбе, быть боевым пропагандистом этой борьбы. И то, что журнал выходил еженедельно, давало возможность ему лучше освещать текущие события.

Когда же волна революционного движения прошла, задачи коммунистической печати изменились. Несколько позже редакция так писала о причинах превращения еженедельника в ежемесячник:

«В ежемесячном журнале можно было поместить больше полезных статей, чем в еженедельнике. Действительно, еженедельник более необходим как боевой пропагандистский орган, в то время как ежемесячный журнал больше дает для образования... Мы решили издавать ежемесячник до тех пор, пока не убедимся, что сделали достаточно, знакомя наших читателей с принципами социализма, выдвинутыми Марксом и Энгельсом» [1].

В одном из последних номеров еженедельника вместе с объявлением о начале издания ежемесячного журнала был напечатан призыв к читателям собирать средства в фонд рабочей печати. Это обращение за помощью к рабочим массам было первым в истории индийской коммунистической прессы. И несмотря на это, кампания по сбору средств прошла успешно. Она приблизила новый ежемесячный журнал «Сошиалист» к рабочим, а главное, были собраны средства для издания этого журнала и приобретения типографии. Раньше еженедельник и первое время ежемесячник печатались в частной типографии «Хиндустан пресс». Это представляло неудобства для коммунистического органа, вынужденного зависеть от администрации и хозяев, очень далеких от идей социализма. Поэтому редакторы «Сошиалиста» долго лелеяли мечту о своей типографии. И вот мечта осуществилась: майский номер журнала (№ 4 за 1923 г.) был уже напечатан в новой типографии «Лейбор пресс» («Рабочая печать»), приобретенной на средства рабочих.

Первый номер ежемесячного журнала «Сошиалист» вышел в феврале 1923 г. с подзаголовком «Журнал международного социализма». Кроме изменения внешнего вида (новый орган представлял собой небольшую книжку в 40—48 стр.), здесь все осталось прежним: тот же со-

[1] «Socialist», Bombay, 1923, No. 5.

став редакции во главе с Данге, даже та же нумерация страниц, продолжающая нумерацию еженедельника (1-й номер нового журнала начинался с 209 стр.).

Редакция осталась верна социалистическому направлению журнала и строго следовала основной цели нового издания — политическому воспитанию рабочих в духе марксизма. На страницах журнала появились такие статьи, как «Самоопределение и социализм», «Коммунизм на практике», «Разум, любовь и свобода» и др. В 4-м, майском, номере была опубликована статья В. И. Ленина «Материалистическое понимание истории» (одна из глав его биографического очерка «Карл Маркс»).

Как и еженедельник, журнал продолжал знакомить своих читателей с рабочим и коммунистическим движением за рубежом, писал о политике грабежа и насилия, характерной для международного империализма. Политике некоторых западных держав посвящена, например, статья «Мировая погоня за нефтью» (1923, № 2—3, март — апрель).

Много внимания редакция уделяла формам подачи материала. Приходилось искать жанры более легкие, более доступные для понимания. Среди других жанровых форм почетное место заняли сатира и юмор.

Основным объектом для осмеяния в журнале было капиталистическое общество, буржуазия. Авторы старались в сатирической форме показать античеловеческую сущность капитализма так, чтобы рядовые читатели сами делали вывод, подкрепляя уже знакомые им положения марксизма.

Как уже говорилось, «Сошиалист» неоднократно обращался к примерам из жизни Советской России. Это закономерно, ибо в Индии хотели больше знать о первой стране социализма. Своими материалами редакция старалась воспитывать читателей в духе дружбы с рабочими и крестьянами России, старалась показать, что социализм — это будущее и индийских рабочих и крестьян.

Тематика материалов, посвященных России и Октябрьской революции, была довольно разнообразной. Журнал писал о вожде революции В. И. Ленине (1923, № 4, май), о жилищном строительстве в России, в 3-м номере поместил рецензию на книгу В. Чайкина «Расстрел 26 бакинских комиссаров».

В мартовском номере за 1923 г. один из участников

конгресса Коммунистического Интернационала делился впечатлениями о Петрограде; в своей статье «Красный Петроград» он с восхищением говорил о городе, где началась русская революция, о конгрессе, куда съехались лучшие представители коммунистического движения.

Интересно, что не только редакция, но и читатели стали связывать социализм и социалистическое учение с русской революцией. В этом отношении характерно письмо, присланное в редакцию «Сошиалиста» из Мадраса. Автор его — М. Велаюдхам — пишет: «В нашей стране многие верят в то, что социализм якобы ведет к анархии. Это не их ошибка, этому их учит буржуазное правительство. Изучайте русскую революцию, и вам все станет ясно» [1].

Индийские революционеры действительно изучали русскую революцию. В этом немалую помощь оказывал им журнал «Сошиалист». Журнал этот был с небольшим тиражом, но хлопот доставлял много—и достопочтенным индийским буржуа, и реакционным кругам. Большая англо-индийская пресса, отражая взгляды своих хозяев, не раз с издевкой писала об этом пропагандисте коммунистических идей, пытаясь унизить его, уменьшить то влияние, которое оказывал журнал на рабочие массы. Еще в октябре 1922 г. крупная буржуазная газета «Таймс оф Индиа» с насмешкой сообщила своим читателям об еженедельнике «Сошиалист», который, по ее словам, якобы зависит от русских; «Таймс оф Индиа» называла еженедельник «маленькой большевистской газетой».

Журнал «Сошиалист» еще не был всеиндийским органом, но тем не менее его влияние распространялось далеко за пределы Бомбея. Подытоживая свою работу за год, редакция писала в июньском номере журнала (1923 г.):

«Мы весь год знакомили наших читателей с основными принципами социализма, печатая статьи и комментарии по всем важнейшим событиям новейшей истории Европы. Положение в Европе привлекало нас главным образом потому, что европейские вопросы имеют огромное влияние на события остального мира. Мы анализировали каждый такой вопрос с точки зрения марксистской философии. Мы верим, что разрешение их в соот-

[1] «Socialist», Bombay, Dec. 9, 1922.

ветствии с учением великого Маркса будет высшим благом для человечества. Поэтому мы думаем, что и великие индийские вопросы будут разрешены путем обращения к марксизму».

Первый марксистский журнал «Сошиалист» сыграл большую роль в истории индийской коммунистической печати. По словам индийских коммунистов, «Сошиалист» «зажег искру, которую невозможно было уже потушить» [1], а «Данге был первым человеком, распространявшим коммунистические идеи в Индии с помощью своего еженедельника» [2].

Старый индийский коммунист С. Гхате так говорил о том впечатлении, какое производил «Сошиалист» на своих читателей: «Мы услышали о газете «Сошиалист», которую распространители продавали в разнос. Мы не только услышали о ней, мы купили эту газету, а прочитав, почувствовали, что должны немедленно познакомиться с ее редактором — Данге» [3].

Гхате действительно познакомился с Данге и стал одним из сотрудников редакции, а позднее, после ареста Данге, некоторое время сам редактировал журнал.

Надо заметить, что Данге, несмотря на свою молодость, обладал большими организаторскими способностями. Он был не только журналистом, редактором коммунистического журнала, он был хорошим пропагандистом, имел широкие связи с рабочими. Позднее Данге стал бессменным руководителем индийского профсоюзного движения, а в настоящее время — председателем ЦК Компартии. В качестве редактора «Сошиалиста» Данге не раз выступал перед аудиторией с лекциями, беседами. Основными темами в выступлениях Данге были: социализм, революция, независимость. Так, в мае 1923 г. он выступил в Насике с лекцией на тему «Революционная независимость». Данге объяснял слушателям марксистскую точку зрения на современную структуру индийского общества. Он обвинил партии Национального конгресса в том, что они игнорируют интересы рабочих и крестьян. Через несколько дней, 18 мая, Данге прочитал лекцию «Независимость и социализм». Пропагандистская работа редактора увеличивала влияние журнала. К тому же информация о лекциях, а часто и их изложение помещались в «Сошиалисте».

[1] «New Age», weekly, New Delhi, Oct. 4, 1953.
[2] «Cross Roads», weekly, Bombay, Dec. 14, 1951.
[3] «New Age», monthly, New Delhi, 1958, No. 4, pp. 62—63.

* * *

Вместе с бомбейским журналом «Сошиалист» большое значение для рабочего движения имел еженедельник на языке бенгали «Джанавани» («Голос народа»), выходивший в Калькутте. Еженедельник редактировался одним из основателей Коммунистической партии Индии — Музаффаром Ахмадом. Опыт работы в вечерней ежедневной газете «Навающ» («Новая эра») дал возможность М. Ахмаду хорошо поставить издание этой небольшой марксистской газеты. «Джанавани» начала выходить в 1923 г. и просуществовала около года.

В северо-западной части Индии, в Лахоре, столице тогдашнего Пенджаба, в это же время издавался другой коммунистический орган — ежемесячный журнал на языке урду «Инкилаб» («Революция»). Журнал, называвший себя «органом рабочей политики», много внимания уделял вопросам социализма, пытался помочь рабочим в поисках новых, боевых методов своего освобождения. Редактором ежемесячника был лидер лахорских коммунистов Гхулам Хуссейн.

Г. Хуссейн работал преподавателем экономики в государственном колледже Пешавара, когда с ним встретился его давний друг коммунист Мухаммед Али. После ряда бесед Г. Хуссейн убедился в необходимости включиться в революционную борьбу. Так преподаватель пешаварского колледжа оказался в Лахоре, где предполагал создать коммунистическую партию. Партию он не создал, да и не мог создать в то время, а коммунистическая группа образовалась. Гхулам Хуссейн стал руководителем этой группы и одновременно — секретарем Северо-западного союза железнодорожников. Печатным органом этих организаций и был ежемесячный журнал «Инкилаб». (Позднее, в 1924 г., под угрозой суда и тюремного заключения Гхулам Хуссейн отказался от коммунистических взглядов.)

Коммунистические группы работали независимо друг от друга, так же обстояло дело и с их изданиями. Это было главным недостатком коммунистической печати

Индии тех лет. Как вспоминал потом Музаффар Ахмад, с Данге он впервые встретился лишь в 1924 г. в канпурской тюрьме, а до этого они только вели переписку. С Хуссейном он вообще не встречался и даже не переписывался.

Люди, работавшие в первых коммунистических изданиях, были честными марксистами, преданными делу рабочего класса. Не всегда у них хватало глубоких политических знаний. Даже руководителям коммунистических групп приходилось иногда учиться непосредственно на практике. М. Ахмад писал о своих первых шагах в революционном движении: «Нас было очень мало. Я знал, что сил недостаточно, к тому же мои знания марксизма были очень поверхностны» [1].

И все-таки, несмотря ни на что, «Социалист», «Джанавани», «Инкилаб» способствовали усилению влияния коммунистов в рабочем движении. Во многих возникавших в то время профсоюзных и других рабочих организациях коммунисты избирались на руководящие посты.

Однако так продолжалось недолго. Англо-индийские власти решили нанести удар молодому рабочему движению. В 1924 г. они организовали провокационный Канпурский процесс. К суду по обвинению в «заговоре против короля-императора» были привлечены четыре руководителя коммунистических групп: Шрипат Амрит Данге, Шаукат Усмани, Музаффар Ахмад и Налини Гупта. Все четверо были приговорены к четырем годам тюремного заключения. Этот процесс должен был, по замыслу его организаторов, покончить с так называемым «большевистским заговором», то есть с коммунистическим движением. Но случилось наоборот: нашумевший процесс дал возможность более широким массам узнать о коммунистах и их идеологии.

Арест лидеров рабочего движения отрицательно сказался на коммунистической печати. Прекратилось издание газет и журналов, в том числе «Социалиста» и «Джанавани». Впрочем, одной из причин закрытия журнала «Социалист» был недостаток средств.

Ш. А. Данге незадолго до своего ареста попытался начать издание ежедневной газеты на английском языке

[1] Muzaffar Ahmad. Communist Party of India. Iears of formation 1921—1933. Calcutta, 1959, p. 8.

«Морнинг стар». Была создана небольшая издательская компания, собраны средства, был напечатан даже проспект газеты, но на этом дело и кончилось [1].

В 1922—1924 гг. коммунистическая печать делала только первые шаги, но и в этот период она предприняла успешную попытку соединить рабочее движение с социализмом, вооружить рабочий класс передовой, марксистской теорией. А главное, она помогла создать условия для объединения первых коммунистических групп, работавших в разных областях Индии, и образования коммунистической партии.

Решение о созыве Всеиндийской конференции и создании партии было принято еще до Канпурского процесса. Аресты и суд над лидерами рабочего движения помешали осуществить этот план. Однако оставшиеся на свободе коммунисты продолжили начатое дело. Свои указания, советы, инструкции присылали им из канпурской тюрьмы Ш. Данге, М. Ахмад и другие.

Наконец, в декабре 1925 г. собралась Всеиндийская конференция, результатом которой явилось создание Коммунистической партии. Первым ее секретарем стал С. В. Гхате [2].

Это была еще слабая, малочисленная партия, с небольшой материальной базой и столь же небольшим влиянием в массах. К тому же, тяжелые политические условия, репрессии, аресты в значительной степени тормозили деятельность молодой партии, которая фактически была поставлена в нелегальное положение. Вот почему коммунисты и их газеты еще многие годы боролись за укрепление своей партии, за расширение ее влияния в рабочем движении. Для этой цели они использовали легальные организации, такие, как рабоче-крестьянские партии, созданные несколько позднее в крупных районах страны.

В 20-е годы от имени индийских коммунистов издавались также газеты за границей. Основателем и редактором их был М. Н. Рой. Газеты выходили с 1922 по 1928 г. в Берлине, Цюрихе и Париже. Одна из них — «Вангард» — даже носила подзаголовок «Центральный орган КПИ». Однако ввиду ошибочной, непоследова-

[1] «New Age», weekly, Delhi, Oct. 20, 1963.
[2] Ibid.

тельной позиции, занятой Роем, особого значения в истории коммунистической прессы эти газеты не имели.

* *
*

Несмотря на спад рабочего движения, стачки и локауты в Индии не прекращались. В 1926—1927 гг. было около 130 стачек ежегодно. Резкий поворот в забастовочном движении произошел в 1928 г.: за один этот год рабочие провели 203 стачки и локаута и потеряли 32 млн. рабочих дней. Начинался новый подъем рабочего движения.

Наряду с профсоюзами в Индии в этот период появляются первые массовые политические организации рабочего класса. Почти все они уделяли большое внимание работе среди крестьянства и поэтому стали называться рабоче-крестьянскими партиями. В центральных комитетах этих партий находилось немало коммунистов, что придало самим партиям боевой дух. Коммунисты руководили и печатными органами рабоче-крестьянских партий.

Рабочая печать к этому времени приобрела ярко выраженное марксистское направление. Став органом рабоче-крестьянских партий, эта печать сделалась важным пропагандистом коммунистических идей.

Однако нужно иметь в виду, что рабоче-крестьянские партии входили организационно в состав Индийского национального конгресса и поэтому испытывали значительное влияние его идеологии. Отсюда и те слабости, которые имели как сами рабоче-крестьянские партии, так и их печать.

Первая рабоче-крестьянская партия появилась в феврале 1926 г. в Бенгалии. Она возникла из существовавшей с ноября 1925 г. внутри Национального конгресса Рабочей свараджистской (от слова «сварадж» — независимость) партии. Свараджистская партия издавала с 16 декабря 1925 г. свой еженедельник на языке бенгали «Лангал» («Плуг»). Во главе этой газеты стояли Музаффар Ахмад и революционный поэт Бенгалии Кази Назрул Ислам. В первом номере «Лангала» была опубликована известная поэма Назрула Ислама «Самьябади» («Коммунист»). В газете систематически печатались статьи о работах К. Маркса и Ф. Энгельса, много внимания еженедельник уделял пропаганде диалектического материализма. Заслугой «Лангала» было и то, что в нем впервые появился перевод на язык бенгали романа М. Горького «Мать».

После образования рабоче-крестьянской партии еженедельник просуществовал еще два месяца, и 15 апреля 1926 г. вышел его последний, 16-й номер. Издание прекратилось из-за недостатка средств. Некоторое время у молодой партии не было своего печатного органа. Наконец, 12 августа 1926 г. вышел 1-й номер официального еженедельного органа рабоче-крестьянской партии на языке бенгали «Ганавани» («Голос масс»). Во главе новой газеты встал уже известный рабочим коммунист, бывший редактор «Джанавани» и «Лангала» Музаффар Ахмад.

Вся деятельность «Ганавани» была направлена на укрепление рабоче-крестьянской партии и превращение ее в сильную организацию, способную бороться против империализма, за полную независимость страны. Газета отвергла политику Национального конгресса, противопоставляя ей политику своей партии. Газета заявляла, что рабочие и крестьяне — единственная сила, которая может положить конец империализму.

Кроме «Ганавани», выходившей в Калькутте, политику Бенгальской рабоче-крестьянской партии проводил еженедельник на языке бенгали «Джагаран» («Пробуждение»), издававшийся в городе Кустиа одним из членов этой партии — Хеманта Кумар Саркаром.

В марте 1927 г. была создана рабоче-крестьянская партия в Бомбее. Здесь коммунисты имели наибольшее влияние. Под их воздействием партия возглавила ряд крупных экономических и политических выступлений рабочего класса. В Бомбее и в ряде городов Бомбейской провинции при участии рабоче-крестьянской партии были созданы революционные профсоюзы.

Большую роль в той борьбе, которую вели Бомбейская рабоче-крестьянская партия и стоявшие во главе ее коммунисты, сыграл орган этой партии, еженедельная газета «Кранти» («Революция»). «Кранти» издавалась на языке маратхи — языке большинства населения Бом-

бея. Редактором ее стал вернувшийся из тюремного заключения Шрипат Амрит Данге.

1-й номер «Кранти» появился через два месяца после образования Бомбейской рабоче-крестьянской партии, то есть в мае 1927 г. С этого времени до конца своего существования «Кранти» была подлинно марксистским еженедельником, боевым органом рабочего класса. Подвергаясь строжайшей цензуре и репрессиям, редакция несколько раз прекращала выпуск газеты, но всегда снова возобновляла его.

«Кранти» отражала и революционные взгляды профсоюза бомбейских текстильщиков «Гирни камгар» («Красный флаг») и поэтому справедливо считалась его органом. К тому же редактор «Кранти» Ш. А. Данге в в течение ряда лет был одним из руководителей этого профсоюза.

Характерно оформление «Кранти». Уже сам заголовок говорит о задачах и направлении еженедельника. Набранное крупным шрифтом слово «Кранти» стоит на фоне земного шара, обвитого цепями; рабочий, размахнувшись молотом, пытается разрубить цепь, сзади — силуэты людей, поднявшихся на революцию, справа и слева — флаги с изображением серпа и молота.

«Кранти» сделала серьезную попытку начать широкую популяризацию идей марксизма. Это было важно особенно потому, что к тому времени на языке маратхи не было переводов произведений классиков марксизма. Редакция стремилась внести в сознание своих читателей-рабочих марксистские идеи и понятия, создав для этого специальный теоретический отдел в газете. Популярно излагая принципы марксистского учения, газета подкрепляла их фактами из современной жизни Индии, в особенности фактами из рабочего движения Бомбея. Так, статья, посвященная истории празднования 1 Мая, была иллюстрирована материалами о проведении этого дня в Бомбее и фотографиями бомбейских первомайских демонстраций. Подготовив широкие массы к пониманию принципов марксизма, введя в широкое обращение соответствующую терминологию, редакция предполагала после этого приступить к переводу на язык маратхи классиков марксизма.

Деятельность еженедельника особенно активизировалась, когда рабочее движение резко пошло на подъем.

В этот период (1928—1929 гг.)—период мощных выступлений бомбейского пролетариата — значение печатного слова было очень велико. Страницы «Кранти», тираж которой поднялся к этому времени до 20 тыс. экз., были полны призывов к рабочим, газета помещала требования, которые предъявляли бастовавшие своим хозяевам. Непримиримый классовый дух газеты в наибольшей степени выразился во время крупнейшей забастовки бомбейских текстильщиков, начавшейся 16 апреля 1928 г. Когда рабочие вернулись на фабрики после того, как администрация частично удовлетворила их требования, газета предупреждала их, чтобы они не особенно верили обещаниям предпринимателей. «Помните, — писала «Кранти»,—что забастовка не кончается, она только временно прекращается. Хотя мы возвращаемся на фабрики, мы делаем это скрепя сердце. Мира не будет до тех пор, пока не будет побежден капитализм. Капитализм строит опасные планы — срезать заработную плату, сократить число рабочих, удлинить рабочий день. В дальнейшем обо всех этих планах вы сможете каждую неделю читать в «Кранти» («Кранти», 13 октября 1928 г.) [1].

Для участников забастовок каждый номер этой революционной газеты был хорошим другом, советчиком. «Кранти» не только информировала читателей о событиях, но и проводила большую организаторскую и революционно-пропагандистскую работу. В дни напряженной забастовочной борьбы в 1929 г. (в феврале — апреле) газета печатала руководства для бастующих, призывала их идти к крестьянам. Не испугали газету и аресты руководителей рабоче-крестьянских партий и профсоюзов. В номере за 19 мая 1929 г. «Кранти» мужественно заявляла, что «борьба «Красного флага»... будет продолжаться до тех пор, пока существует капитализм».

Позднее, несмотря на спад рабочего движения, «Кранти» осталась верна своему направлению. Ее статьи говорили о новом наступлении капитализма, об обнищании рабочего класса. В своей передовой статье от 31 мая 1931 г. «Кранти» писала: «Капитализм выбросил тысячи рабочих с работы... Повсюду, на фабриках и заводах, в доках, их подвергают чрезвычайному гнету.

[1] Цит. по книге: M. M a s a n i. The Communist Party of India. N. Y., 1954, p. 274.

В стране 50% безработных. Нормы выработки удвоили, а зарплату уменьшили на 50%. В таких условиях среди рабочего класса наблюдается сильное брожение, всюду распространяется стачечное настроение...» [1].

Между тем влияние Бомбейской рабоче-крестьянской партии в массах росло. Увеличивалось число ее членов. Рабочие покидали реформистские организации, чтобы вступить в боевую рабоче-крестьянскую партию. Теперь, когда партия превратилась в значительную силу, встал вопрос и об усилении ее печати: одного еженедельника было явно недостаточно. И вот появляется новый орган партии — журнал «Спарк» («Искра») на английском языке. Редактором журнала был молодой индийский журналист М. Г. Десай, в числе сотрудников редакции находился известный уже тогда коммунист доктор философии Г. Адхикари. Новый партийный орган имел подзаголовок «Социалистический еженедельник». Десай довольно смело отстаивал свои убеждения, на грубые выпады буржуазной прессы против журнала отвечал статьями, проникнутыми едким сарказмом. Однажды это послужило поводом для ареста Десая, после чего «Спарк» прекратил свое существование.

Восстановить партийное издание было предложено английскому журналисту Лестеру Хатчинсону. Л. Хатчинсон приехал в Индию, полный романтических иллюзий. Он искал приключений и славы. «Я ехал как журналист, — писал позднее Хатчинсон, — со скромным опытом, но с большими планами. Я надеялся приобрести необходимые навыки, работая в редакции индийской газеты, что повысило бы мне цену на журналистском рынке. Но еще до прибытия в Индию я понял, что мои надежды были построены на песке» [2].

Действительно, чтобы сделать карьеру в Индии в то время, надо было стать одним из тех писак, которые заполняли тогда редакции англо-индийских буржуазных газет и журналов. Хатчинсон был честным человеком с довольно прогрессивными взглядами и пойти в редакцию буржуазной газеты он не мог. Вот почему, когда руководители Бомбейской рабоче-крестьянской партии предложили Хатчинсону возглавить новую газету, он после недолгих раздумий согласился. Он не хотел, чтобы его газета была копией еженедельника Десая и озаглавил ее «Нью спарк» («Новая искра»).

[1] Цит. по журн.: «Коммунистический Интернационал», 1931, № 24, стр. 32.

[2] L. Hutchinson. Conspiracy at Meerut. London, 1935, pp. 29—30.

По законам того времени Л. Хатчинсон должен был пойти в главный магистрат города и зарегистрировать себя как издателя и ответственного редактора своей новой газеты. Он объявил, что будет печатать газету, потому что настоящий владелец типографии, где печаталась «Нью спарк», не хотел нести за нее ответственности.

Еще до издания своей газеты Л. Хатчинсон побывал во многих местах Индии, познакомился с лидерами коммунистической партии, присутствовал на конференциях рабоче-крестьянских партий, установил контакты с руководителями профсоюзного движения. Все это открыло большие возможности для Хатчинсона как журналиста и редактора «Нью спарк». Не удивительно, что газета с самого первого номера, вышедшего в начале мая 1928 г., стала пользоваться довольно большой популярностью.

Трудностей у редакции было много. Средства, на которые издавалась газета, в значительной степени состояли из доходов от объявлений. Бизнесмены и владельцы крупных предприятий, естественно, не собирались давать объявления в газету, которая призывала к экспроприации буржуазии. Поэтому работникам редакции приходилось самим искать рекламодателей. Другая трудность заключалась в распространении газеты. Продавцы не выставляли «Нью спарк» на своих полках, а иногда просто прятали ее под другими газетами. Имевшиеся у редакции свои распространители газеты не имели достаточного опыта. Так что более или менее регулярный доход газета получала только от постоянно увеличивавшегося числа подписчиков и от частных взносов.

В начале 1930 г., после ареста виднейших индийских коммунистов и организации пресловутого Мирутского процесса, в Бомбее возникает новый орган рабоче-крестьянской партии на английском языке «Уоркерс уикли» («Рабочий еженедельник»). Он должен был заменить закрывшуюся после арестов газету «Нью спарк» и поддержать еженедельник «Кранти», главный редактор которого Ш. А. Данге был арестован.

Первый номер нового еженедельника вышел 22 янва-

ря 1930 г. Как и всякая рабочая газета, «Уоркерс уикли» главное внимание уделял положению рабочих и их борьбе за свои права. Еженедельник посвящал много материалов теоретическим вопросам — вопросам марксистского учения, классовой борьбы, рабочего движения. «Уоркерс уикли» указывал на необходимость участия рабочего класса в антиимпериалистическом движении, на необходимость создания массовой марксистской рабочей партии.

«Уоркерс уикли» горячо отстаивал рабочую политику, независимую от компромиссной политики лидеров Конгресса. В одном из апрельских номеров (23 апреля 1930 г.) еженедельник с удовлетворением писал, что рабочее движение и идейно и политически далеко превзошло гандистские кампании несотрудничества с властями («сатьяграха»).

Вообще для этого еженедельника была характерна трезвая, марксистская оценка текущего момента. Его теоретические статьи разбирали причины успехов и неудач в рабочем движении, предлагали свое решение тех или иных вопросов, намечали ближайшие задачи, которые предстояло решать рабочему классу. Так, в статье «Значение Мирутского процесса», опубликованной в номере от 20 марта 1930 г., автор подводит итоги индийского рабочего движения, поднимаясь до больших обобщений. «Широкие массы индийского рабочего класса, — писала газета, — переживают быстрый процесс революционного воспитания, основанного на опыте повседневной жизни и борьбы. В Индии социалистическая интеллигенция мало старалась вносить социалистические идеи в массы; социалистические группы не вели предварительной пропагандистской работы. Индийский рабочий класс обязан своим революционным воспитанием исключительно горькому опыту своей борьбы. Это фактически единственная школа, которую проходил индийский рабочий» [1]. Интересно, что в этом же номере опубликовано «Воззвание к крестьянам», в котором редакция призывает крестьянские массы присоединяться к рабочим. «Организуйте революционные крестьянские комитеты для предстоящей борьбы за свободную и счастливую жизнь, — пишет газета. — Отберите землю у империалистов и заминдаров для тех, кто ее обрабатывает. Свергните власть принцев, заминдаров, ростовщиков. За Индию, освобожденную от британского империализма! За рабоче-крестьянскую республику!» [1].

[1] Цит. по журн.: «Коммунистический Интернационал», 1930, № 25, стр. 35.

Вопросам аграрной революции еженедельник уделял много внимания. Не ограничиваясь своей газетной площадью, редакция выпускала иногда специальные листовки, посвященные тем же проблемам. В одной из таких листовок ставились вопросы борьбы крестьян, захвата ими земли, создания революционных комитетов на селе, союза с рабочим классом, создания рабоче-крестьянского правительства. Эту листовку успешно распространяли среди крестьян члены Нагпурского союза молодежи.

Большую роль играла газета и в организационном и идеологическом оформлении юношеского движения в стране. С помощью газеты был создан целый ряд юношеских организаций, проводивших в основном революционную политику. Хорошим примером является создание молодежной организации в Бомбее. Однажды в «Уоркерс уикли» была напечатана статья о молодежи. Буквально на следующий день в редакцию еженедельника пришли представители бомбейской молодежи и попросили содействия в организации Союза рабочей молодежи. Союз был создан. Вокруг газеты «Уоркерс уикли» объединились также калькуттская организация «Союз молодых товарищей» и молодежная организация Пенджаба. Члены этих организаций любили газету и были наиболее активными ее распространителями.

Несколько позже, чем в Бенгалии и Бомбее, образовалась рабоче-крестьянская партия в Пенджабе. Она возникла в результате слияния двух рабоче-крестьянских групп, существовавших в Амритсаре и Лахоре. Амритсарская группа вела работу главным образом среди крестьян, лахорская — среди молодежи, железнодорожных рабочих и текстильщиков Дхаривала. Обе эти группы имели свою печать: в Амритсаре с 1926 г. издавался журнал на языке пенджаби «Кирти» («Рабочий»), в Лахоре выходил еженедельник на языке урду «Михнаткаш» («Трудящийся»), который просуществовал, правда, всего шесть месяцев и закрылся из-за финансовых трудностей. В 1928 г. амритсарская и лахорская группы

[1] Мохаммед Али. Пролетариат Индии. М.—Л., 1930, стр. 42.

объединились в Пенджабскую рабоче-крестьянскую партию. С этого времени «Кирти» стал органом партии и издавался на двух языках: урду и пенджаби. Кроме «Кирти», партия издавала на тех же языках еженедельник «Маздур-Кисан» («Рабочий и крестьянин»).

«Кирти», главный орган партии, редактировавшийся коммунистом Соханом Сингхом Джошем, ставил перед собой задачу распространять среди рабочих и крестьян идеи социализма. На его первой странице, рядом с заголовком, как символ рабоче-крестьянского единства стояли серп и молот. В отличие от боевых марксистских газет Бомбея и Калькутты, «Кирти» не всегда последовательно стоял на коммунистических позициях. Здесь сказалось влияние, которое оказывали на рабоче-крестьянскую партию террористические организации, центром которых был Пенджаб. Террористы занимали важные посты в рабоче-крестьянской партии, активно сотрудничали в ее печати. Видный деятель этого движения Бхагат Сингх некоторое время был сотрудником журнала «Кирти».

Террористы ненавидели колониализм и боролись против колонизаторов своими методами. Многие из них поплатились за это жизнью, в том числе и Бхагат Сингх. Но политика террора мешала рабочему классу и дезориентировала его. Эти ошибки в политике партии отражались и на направлении журнала «Кирти». Газета «Нью спарк» отмечала однажды (в номере за 5 мая 1929 г.) в деятельности «Кирти» элементы мелкобуржуазной революционности, отсутствие боевого духа и подлинно революционной критики.

Тем не менее печать Пенджабской рабоче-крестьянской партии во главе с «Кирти» сыграла свою роль. Она оказала влияние и на террористов. Марксистское учение, которое пропагандировалось в «Кирти» и других партийных органах, привлекло к себе значительное число участников террористического движения. Некоторые из них стали коммунистами. В этом немалая заслуга и редактора журнала С. С. Джоша, сделавшего все, чтобы поставить свой ежемесячник на правильный путь.

Действительно, несмотря на все свои недостатки, «Кирти», как и другой партийный журнал «Маздур-Кисан», оставил большой след в деле распространения

марксистской мысли в Индии. Стоит сказать, что «Кирти» и «Маздур-Кисан» первыми в Индии навели порядок в марксистской терминологии, бытовавшей тогда в индийских языках. Если почти во всей предшествовавшей литературе одним и тем же словом обозначались «коммунизм» и «социализм» («самьявад») и «коммунист» и «социалист» («самьявада»), то «Кирти» и «Маздур-Кисан» отказываются от этих довольно неопределенных терминов («самьявад» означает «учение о равенстве») и, употребляя европейские термины, вносят соответствующую ясность в понятия [1].

Тематика журнала «Кирти» соответствовала направлению и политике Пенджабской рабоче-крестьянской партии. Большое внимание на его страницах уделялось крестьянскому вопросу, международному революционному движению, в частности, там печатались сообщения о революции в Китае, много места отводилось антивоенной пропаганде. Последнее было связано с тем, что в Пенджабе, граничащем с Афганистаном, были наиболее заметны военные приготовления Англии.

Почетное место в журнале заняли пропаганда опыта первой страны социализма — СССР, рассказы о русской революции. В октябре 1926 г. редакция выпустила специальный номер «Кирти», посвященный Октябрьской революции. Все это дало повод реакции заговорить о каких-то связях журнала с русскими большевиками. В официальном отчете англо-индийского правительства за 1926—1927 гг. прямо говорится, что появление журнала «Кирти» якобы связано с «интригами Советов, заключивших союз с недовольными сикхами в Америке, Китае и Индии». Ответ редакции на эти измышления появился в июньском номере «Кирти» за 1928 г.

«Мы заявляем, — пишет редакция, — что не имеем никаких связей с большевистской Россией и не получаем никакой материальной помощи оттуда... Но мы не отрицаем того факта, что многие наши принципы совпадают с принципами большевистской России. Они разрешили проблему голода масс, мы тоже хотим это сделать. Они хотят покончить с войнами, мы тоже этого хотим. Они избавились от экономического неравенства, мы тоже хо-

[1] А. П. Баранников. Популяризация марксизма в Индии. В сб.: «Памяти Карла Маркса». Изд-во АН СССР, Л., 1933, стр. 820.

тим установить общественный строй на началах равенства и справедливости. Они уничтожили у себя империализм, мы тоже питаем такие намерения. Мы верим, что до тех пор, пока остается существующий порядок вещей, угнетенные рабочие и крестьяне всего мира не перестанут делать усилий, чтобы освободиться от железных оков рабства» [1].

Кроме Бенгальской, Бомбейской и Пенджабской рабоче-крестьянских партий, существовала такая партия (с сентября 1928 г.) также в Соединенных провинциях, но влияние ее было невелико. Эта партия издавала на языке хинди газету «Кранти-Кари» («Революционер»). Редактором ее был секретарь партии студент-юрист Аллахабадского университета Пури Чандра Джоши, позже ставший генеральным секретарем ЦК Компартии Индии и редактором коммунистического еженедельника «Нью эйдж».

Руководители рабочего движения понимали, что существование отдельных разрозненных рабоче-крестьянских партий мешает сплочению революционных сил в Индии. Вот почему встал вопрос о создании единой, всеиндийской партии рабочих и крестьян. В декабре 1928 г. в Калькутте состоялась конференция, на которой и была образована Всеиндийская рабоче-крестьянская партия.

Наряду с этим большое значение имела в те годы боевая молодежная организация Науджаван Бхарат Сабха (Союз индийской молодежи). Основателями ее были Бхагат Сингх и его товарищи, которые хотели приспособить эту организацию к целям своей террористической партии. В то же время они считали, что Науджаван Бхарат Сабха должна пропагандировать социалистические идеи, доказывать необходимость прямых действий против британского господства [2]. Этот боевой союз индийской молодежи многое сделал, чтобы марксизм проник и в ряды индийских юношей и девушек. Боевой характер союза особенно отразился в его печати.

Науджаван Бхарат Сабха издавала немало газет и журналов. В Бомбее выходил орган союза, газета на

[1] Цит. по журн.: «Большевик», 1928, № 13—14, стр. 68—69.
[2] A. Ghosh. Bhagat Singh and his comrades. Bombay, 1946, p. 3.

английском языке «Революлт» («Восстание»). В начале 1930 г. ее редактор в числе других руководителей молодежного союза был арестован и приговорен к одному году тюремного заключения. Газета была конфискована. Однако, несмотря на репрессии, газета продолжала выходить регулярно и свободно продавалась в городе [1].

* * *

Небывалый подъем рабочего движения и особенно рост влияния в массах коммунистических идей испугали англо-индийское правительство. Оно начало жестокие репрессии. В марте 1929 г. власти организовали Мирутский процесс над наиболее видными руководителями рабочего движения. Было арестовано 32 человека, большинство из них были коммунистами.

Организаторы Мирутского процесса ставили своей целью нанести удар и коммунистической печати. Это в некоторой степени им удалось сделать, ибо в числе мирутских узников оказались многие работники газет и журналов. Были арестованы редактор газеты «Кранти» Ш. А. Данге, редактор «Ганавани» М. Ахмад, редактор журнала «Спарк» М. Г. Десай, сотрудник этого же журнала доктор Г. Адхикари, редактор «Кранти-Кари» П. Джоши, редактор «Кирти» Сохан Сингх Джош, редактор бомбейской рабочей газеты на языке урду «Паяма уздур» Ш. Усмани, редактор «Нью спарк» Л. Хатчинсон, — словом, к суду были привлечены лучшие силы рабочей и коммунистической печати.

Не испугавшись ни репрессий, ни суда, подсудимые мужественно вели себя на процессе. Ни один коммунист не отказался от своих убеждений. Лестер Хатчинсон не был членом коммунистической партии, но и он объявил себя на суде коммунистом.

Мирутский процесс коммунисты пытались использовать как трибуну для пропаганды своих коммунистических взглядов. Это им удалось, тем более что печать Индии и других стран широко освещала суд в Мируте.

Один из подсудимых, редактор «Паяма уздур» («Известия рабочих») Шаукат Усмани смело заявил на про-

[1] «International Press Correspondence», Berlin, 1930, No. 41, p. 854.

цессе: «Я коммунист, придерживаюсь марксистско-ленинской идеологии». Усмани подчеркнул, что только коммунизм сможет разрешить экономические, социальные и политические проблемы и ликвидировать эксплуатацию человека человеком [1]. Подобные выступления часто можно было услышать в зале суда. «Я имел коммунистическую литературу, — говорил в своей речи журналист Г. Адхикари, — был членом рабоче-крестьянской и коммунистической партий, выступал на митинге в день годовщины смерти Ленина и, наконец, написал несколько статей в еженедельник «Спарк». Эти действия не говорят ни о чем другом, как о распространении политических идей и принадлежности к политической партии, которая открыто выступает за завоевание независимости Индии... путем революции» [2].

Мирутский процесс продолжался около четырех лет. В январе 1933 г. подсудимым были вынесены очень тяжелые приговоры: М. Ахмад был приговорен к пожизненной каторге, Ш. А. Данге и Гхате — к 12 годам каторжных работ, Ш. Усмани, Б. Бредли и Мираджкар — к 10 годам каторжных работ, остальные — к различным срокам тюремного заключения. Протесты мировой общественности против бесчеловечного приговора вынудили власти в дальнейшем сократить эти сроки.

Время, последовавшее за арестами, было трудным для рабочего движения. Однако борьба не стихала. Рабочие все больше приобщались к широкой политической деятельности. Примером их возросшей активности может служить отношение к своей рабочей печати. В газетах и журналах они видели огромное подспорье для своей борьбы. Не удивительно, что в газетах, в их редактировании начинают принимать участие сами рабочие. Когда был арестован редактор газеты «Паяма уздур» коммунист Шаукат Усмани, его место занял рабочий-текстильщик Сидик. Однако через некоторое время и он был арестован и приговорен к двум годам тюремного заключения. Тогда по меньшей мере 20 рабочих пришли и предложили себя в качестве редакторов газеты («Уоркерс

[1] И. Хашимов, Л. Шапошникова. К истории рабочего движения в Индии. Ташкент, 1961, стр. 208.

[2] Н. Сомин. Мирутский процесс в Индии и колониальная политика лейбористов. «Вопросы истории»,1949, № 3, стр. 113.

уикли», № 9, 20 марта 1930 г.). Печать, таким образом, стала кровным делом рабочего класса.

Широкое участие приняла печать рабоче-крестьянских партий в праздновании 1 Мая 1930 г. Вопреки стараниям властей ослабить организованность рабочих, празднование 1 Мая прошло под знаком сплочения революционных сил. Вышли специальные майские номера журнала «Кирти» и бомбейского еженедельника «Уоркерс уикли». В «Кирти» были напечатаны статьи о 1 Мая, о Карле Марксе, В. И. Ленине, Карле Либкнехте, Розе Люксембург. Кроме специального номера «Кирти» Пенджабская рабоче-крестьянская партия выпустила к 1 Мая несколько брошюр и плакатов, пропагандировавших международный рабочий праздник. В первомайском номере газеты «Уоркерс уикли» был опубликован призыв к народным массам Индии сделать 1 Мая символом борьбы против империализма, против международного реформизма и социал-фашизма [1].

Наряду с развитием печати рабоче-крестьянских партий в этот период происходит усиленный рост собственно коммунистической печати. В основном это были листовки, брошюры, плакаты, нелегально издаваемые организациями коммунистической партии. В 1928—1929 гг. в Индии было три наиболее крупные организации КПИ: бомбейская, которой руководил доктор Г. Адхикари, калькуттская, руководимая Музаффаром Ахмадом, наконец, третья организация действовала на севере Индии, ее возглавлял П. Ч. Джоши.

Основной задачей, стоявшей в это время перед рабочим классом и коммунистами, было укрепление всеиндийской коммунистической партии путем объединения разных групп. Этой задаче коммунисты подчинили как свою нелегальную печать, так и издания легальных организаций.

Широкую агитацию за создание массовой коммунистической партии развернула газета «Уоркерс уикли». Будучи сама органом рабоче-крестьянской партии, эта газета тем не менее критически относилась к ее программе, считая, что только компартия может быть настоящим вождем рабочего класса. Уже в 8-м номере от

[1] «International Press Correspondence», 1930, No. 27, p. 489.

12 марта 1930 г. «Уоркерс уикли» заявляла, что «позиция рабоче-крестьянских партий в своих основных теоретических положениях была конгрессовской. Их программа не была коммунистической программой». И в следующем номере газета прямо ставит вопрос о создании подлинно боевой марксистской партии:

«Дальнейший рост революционной сознательности индийского пролетариата и его способности повести за собой крестьян и руководить их совместной борьбой зависит в настоящее время от способности марксистских революционеров создать пролетарскую партию. Передовые индустриальные рабочие понимают это и настаивают на организации такой партии. Отсутствие такой партии является главным препятствием в нашей борьбе» [1].

Агитация, проведенная рабочей и коммунистической печатью, сделала свое дело: в 1930 г. индийские коммунисты издали «Платформу КПИ», в которой была изложена подробная программа партии. Теперь встал вопрос о создании широко разветвленной сети партийной прессы. Печать должна была стать тем остовом, на основе и вокруг которого росла бы и укреплялась массовая коммунистическая партия.

Создание такой печати — дело нелегкое, тем более что у индийских коммунистов в этом отношении почти не было опыта. На помощь к ним приходят братские коммунистические партии. В одном из номеров органа Коминтерна журнала «Коммунистический Интернационал» появляется «Открытое письмо ЦК КП Китая, ЦК КП Англии, ЦК КП Германии индийским коммунистам». В этом письме центральные комитеты трех компартий делятся с индийскими товарищами своим богатым опытом в деле партийного строительства, в том числе и в организации партийной печати.

В письме говорилось, что отсутствие такой печати (а подмена ее одной профсоюзной печатью дела не меняла) не только мешало выработке единой партийной линии, но и сыграло «отрицательную роль в строительстве коммунистической партии, в укреплении связей между различными районами, развитии классовой борьбы против империалистов и буржуазии и завоевании

[1] Цит. по журн.: «Коммунистический Интернационал», 1930, № 25, стр. 36.

рабочих и революционной молодежи на сторону компартии... Необходимо твердо усвоить учение Ленина о центральной партийной газете как агитаторе и организаторе партии и масс, что особенно важно для нынешнего этапа индийского коммунистического движения» [1].

Дружеская критика и советы зарубежных коммунистов помогли индийской компартии создать свою печать. Что касается нелегальных изданий, то здесь все зависело от собранных средств, личной инициативы и находчивости самих коммунистов. Труднее было с легальной печатью, так как британские власти в начале 30-х годов предприняли целый ряд репрессивных мер по отношению к революционным изданиям. В это время еще действовали карательные законы о печати 1908 и 1910 гг., в силу которых правительство приобретало право немедленно закрывать любую газету, призывавшую к «преступлениям, мятежу, к убийствам или насилиям», передавать дело в суд и, сверх того, наказывать наложением крупных штрафов. Мало того, в 1930 г. правительство лорда Ирвина издало два новых закона о печати. Согласно этим законам, конфискации подлежали как газеты, так и типографии, а уполномоченным каждого магистрата давалось право решать, какая статья газеты «призывает к бунту» и подлежит конфискации. Правительство объясняло, что оно не потерпит пропаганды, разжигающей классовую ненависть, и поэтому можно было ожидать, что почти все революционные газеты будут вынуждены закрыть свои легальные издания.

Новые законы и преследования коммунистов сильно гормозили создание коммунистической партийной прессы. Мало было средств. Кроме того, мешали разногласия среди некоторых членов партии во взглядах на партийную литературу. Отдельные коммунисты считали невозможным в индийских условиях издавать нелегальные газеты. Открытое письмо компартий Германии и Англии помогло покончить с неразберихой в этом вопросе.

Большим подспорьем в работе коммунистов Индии были многочисленные листовки, которые издавали коммунистические организации в разных местах страны. В своем номере от 10 июня 1930 г. «Калькутта газетт» поместила длинный перечень таких листовок, выпущен-

[1] «Коммунистический Интернационал», 1933, № 29—30, стр. 18.

ных только за короткое время. В этих листовках, публиковавшихся на бенгали, хинди и английском языках, подчеркивалась необходимость создания сильной компартии. Листовки призывали рабочих объединиться под руководством коммунистов для ниспровержения британского империализма.

Между тем компартия все больше принимала форму единой всеиндийской организации. В 1933 г. был избран временный Центральный Комитет партии.

Новый ЦК начал издавать свой орган, который должен был стать первым всеиндийским периодическим изданием коммунистов. Первый центральный орган был нелегальным. Он был назван «Комьюнист» («Коммунист»), с подзаголовком «Орган временного Центрального Комитета Коммунистической партии Индии (секции Коммунистического Интернационала)». Редактором журнала стал доктор Г. Адхикари. В жизни индийской коммунистической печати начался новый период.

* *
*

Трудно переоценить то значение, какое имели первые десять лет в истории коммунистической прессы Индии, этой тогда еще колониальной страны. О тех годах и сегодня с гордостью говорят индийские коммунисты, ибо опыт первых скромных изданий позволил компартии позднее создать сильную и очень влиятельную, широкоразветвленную партийную прессу, сначала нелегальную, а потом и легальную, открыто зовущую массы к своему освобождению.

Р. АБРАМОВИЧ

«ДЗЕННИК ПОПУЛЯРНЫ» В БОРЬБЕ ЗА НАРОДНЫЙ ФРОНТ В ПОЛЬШЕ (1936—1937 гг.)

В марте 1937 г. полицейские власти буржуазной Польши закрыли газету «Дзенник популярны» («Ежедневная популярная газета»), издававшуюся с сентября 1936 г. Эта газета была в сущности органом Народного фронта борьбы против фашизма, в защиту демократических прав, хотя этот фронт официально не был провозглашен в Польше.

Интересно проследить историю этой боевой газеты, рассмотреть общественную почву, на которой зародилась идея ее создания, и политические отношения, сложившиеся в последние годы существования буржуазной Польши.

ПОЛЬША В 1936—1937 гг.

Мировой кризис капиталистической системы хозяйства вызвал обострение противоречий как внутри капиталистических стран, так и в отношениях между этими странами, привел к дальнейшему закабалению экономически неразвитых стран и колоний.

Для экономики Польши, в которой высокие формы организации капитала переплетались с широко разви-

тым мелким производством и полуфеодальными отношениями в деревне, экономический кризис оказался особенно глубоким и опустошительным. Резко сократился уровень производства: добыча угля упала с 40,6 млн. тонн в 1926 г. до 29,2 млн. тонн в 1934 г., выплавка стали уменьшилась соответственно с 1,4 млн. тонн до 0,85 млн. тонн, выплавка чугуна с 0,68 млн. тонн до 0,36 млн. тонн. В целом за этот период объем промышленной продукции страны сократился на 46%. Число безработных составляло почти 500 тыс. человек.

Правящие круги капиталистических стран испугались усиления недовольства среди трудящихся, роста их классовой сознательности. Для подавления народных масс буржуазия призвала фашизм, самую реакционную, террористическую диктатуру финансового капитала. Победа фашизма в феврале 1933 г. в Германии не могла не оказать влияния на усиление всех реакционных элементов и в соседних странах.

Господствовавшая в Польше с 1926 г. клика Пилсудского предприняла ряд действий, направленных против завоеванных в 20-х годах демократических свобод. «Санация» (то есть «оздоровление» — так принято называть лагерь Пилсудского) издала ряд антидемократических законов, носивших откровенно реакционный характер: о социальном обеспечении, о собраниях и митингах, о союзах, об органах самоуправления. Были введены военно-полевые суды и смертная казнь. Завершением этого было принятие сеймом обманным путем в апреле 1935 г. новой конституции и нового антидемократического избирательного закона.

Конституция 1935 г. (так называемая «апрельская») узаконивала режим личной диктатуры главы государства. Объявленный ответственным только перед «богом и историей», президент наделялся правом распускать парламент, назначать правительство, решать вопрос о мире и войне, командовать вооруженными силами и т. д. Новый избирательный закон ликвидировал право избирателей на выдвижение кандидатов, повышал возрастной ценз избирателей с 21 года до 24 лет. Часть членов сената (второй палаты парламента) согласно новому закону назначалась самим президентом.

Народные массы враждебно отнеслись к новой конституции. Забастовки охватили свыше 200 тыс. рабочих.

Особенно наглядно отношение народа к основному закону выразилось во время парламентских выборов в сентябре 1935 г. По призыву компартии и других оппозиционных партий две трети населения бойкотировало выборы. В Варшаве не приняло участия в выборах 73% избирателей, в Лодзи — 87%.

Провал «санации» на выборах толкнул правящие круги на поиски новых форм организации, на которые в дальнейшем мог бы опереться режим. В 1937 г. полковник Коц выступил с программой новой организации под названием «Лагерь национального единства» (сокращенно ОЗН, в просторечии «озон»). Характерными чертами программы были национализм, поповщина, фашизм. Под лозунгами «озона» сгруппировались крайне правые элементы буржуазной Польши. Коммунисты враждебно отнеслись к этому тактическому шагу реакции, постоянно разоблачали перед народом действительные цели нового лагеря.

В брошюре «Защита Польши или защита привилегий» редактор теоретического органа ЦК КПП «Новы пшеглёнд», видный польский публицист Юлиан Брун писал:

«Правительственная печать приветствует декларацию полковника Коца высокопарными, напыщенными, ходульными фразами, которые уже до тошноты опротивели всей Польше, приветствует его языком людей, которые говорят для того, чтобы замазать, извратить действительность.

На глазах всей Польши «санация» надевает новую шкуру. Разыгрывается комедия, как будто никакой «санации» и не было. Полковник Коц выступил с пропагандистской платформой нового «лагеря».

Для чего эта комедия?

Если правящий в течение одиннадцати лет лагерь считает необходимым сменить теперь шкуру, то единственно потому, что старая шкура облезла с него до основания, что из покрывшего себя позором ББВР [1] бежали массы обманутых сторонников, что ББВР постыдно обанкротился.

---

[1] ББВР — Беспартийный блок содействия правительству — массовая организация в буржуазной Польше, основана накануне парламентских выборов в 1928 г.

Поэтому создание объединенного фронта фашистской реакции под названием «Лагерь национального единства» приписывается личной инициативе полковника Коца» [1].

Внутренней политике фашизации страны соответствовала ее внешняя политика, направленная против Советского Союза. Польские правители взяли курс на сотрудничество с исконным врагом польского народа — германским милитаризмом. 26 января 1934 г. в Берлине было подписано польско-германское соглашение о ненападении сроком на 10 лет. В особой декларации говорилось об установлении прочной польско-германской дружбы и об отказе обеих сторон от применения силы для разрешения спорных вопросов. Это соглашение имело целью ослабить бдительность польского народа. Польское правительство предприняло и другой маневр — оно подписало с СССР пакт о ненападении. Но это было только дымовой завесой, дипломатическим трюком со стороны польского правительства. Несмотря на то что гитлеровцы не скрывали, что одной из своих первоочередных задач они считают уничтожение польского государства, «санация» пренебрегла дружбой с СССР, Чехословакией и Францией и выступила против пакта коллективной безопасности в Европе. Эта политика правительства привела Польшу к сентябрьской катастрофе 1939 г.

Коммунисты понимали и разъясняли народу, какими последствиями чревата эта политика национальной измены. Орган ЦК КПП «Червоны штандар» писал: «Польский народ видит в усилении гитлеровцев смертельную угрозу для своей независимости. Никакие софизмы польских прислужников Гитлера не смогут заглушить здорового инстинкта народных масс... Защита независимости Польши является составной частью защиты мира» [2].

Среди польского трудового народа росло недовольство внешней и внутренней политикой «правительства полковников». Рабочие и крестьяне Польши все чаще вступали в борьбу против санационной клики под лозунгами, выдвинутыми коммунистической партией:

Долой фашистское правительство санационной клики!

Долой фашистскую конституцию и фашистское положение о выборах!

Свобода слова, печати, собраний, союзов!

Уничтожить Березу Картузскую [1], освободить политических заключенных!

Долой грабительские кабальные налоги — пусть их платят богачи!

Долой военный союз с Гитлером!

Во главе борьбы стояли коммунисты, подпольная Коммунистическая партия Польши.

В марте 1936 г. КПП опубликовала обращение к рабочим, крестьянам, трудовой интеллигенции, ко всему народу Польши, в котором призвала к единству в борьбе против фашизма. Обращение призывало к решительным действиям: «Ко всем, кто хочет, чтобы Польша была подлинной отчизной, матерью, а не мачехой для рабочего, крестьянина и служащего, не господским поместьем, не оплотом фашизма и реакции, ко всем обращается Коммунистическая партия с призывом: наше спасение, спасение нашей страны — в борьбе!» [2].

Весна 1936 г. — это, по образному выражению редактора «Дзенника популярного» Виктора Гроша, подлинная весна польского народа. По всей стране прокатилась волна забастовок. Не было ни одной отрасли промышленности, ни одного завода, где бы рабочие не встали на борьбу. Три дня бастовали горняки и металлисты Силезского, Краковского и Домбровского бассейнов. Начали забастовку работники коммунальных предприятий Варшавы, работники спирто-водочных заводов всей страны, рабочие железнодорожных мастерских Варшавы и сотни других предприятий во всех промышленных центрах страны. Если в 1934 г. насчитывалось 946 стачек на 940 предприятиях, то в 1936 г. число ста-

---

[1] «Коммунистическая партия Польши в борьбе за независимость своей страны». ИЛ, М., 1955, стр. 334.

[2] Там же, стр. 288.

[1] Концентрационный лагерь в Полесском воеводстве.

[2] «Коммунистическая партия Польши в борьбе за независимость своей страны», стр. 219.

чек выросло до 2056 и охватило более 22 тыс. предприятий.

В начале марта в Лодзи вспыхнула мощная всеобщая забастовка текстильщиков в ответ на срыв фабрикантами коллективного договора, заключенного в 1933 г. Руководимая КПП лодзинская забастовка текстильщиков продолжалась две недели и закончилась победой рабочих. Предприниматели вынуждены были удовлетворить все требования рабочих.

Поднялась волна забастовок в Кракове. Начали забастовку рабочие шоколадной фабрики «Сухарда». К ним присоединились рабочие «Пишингера», горняки Велички, рабочие «Семперита», трамвайщики, служащие. Полиция в марте 1936 г. расстреляла демонстрацию рабочих. Погибло 8 рабочих, несколько десятков человек было ранено. Во многих частях города вспыхивали уличные бои. В ответ на эту кровавую расправу была объявлена всепольская забастовка протеста.

Революционное брожение началось в деревнях ряда воеводств. 28 июня 1936 г. в Новосельцах состоялась двухсоттысячная демонстрация крестьян, прошедшая против воли лидеров Крестьянской партии «Стронництво людове» под антиправительственными лозунгами. Участники демонстрации в своей резолюции, врученной генералу Рыдз-Смиглы, преемнику и продолжателю политики Пилсудского, требовали отставки санационного правительства, восстановления политических прав и изменения внешней политики страны.

Демонстрации, забастовки и выступления крестьян проходили в Вежхословицах, Рацлавицах и многих других местностях. Они говорили о растущей среди крестьянских масс революционной сознательности и стремлении их к борьбе вместе с рабочим классом. Во всех выступлениях участвовало более 1,5 млн. крестьян.

В статье, помещенной в новогоднем номере «Дзенника популярного», видный партийный публицист К. Янковский писал, что в 1936 г. «произошло огромной значимости передвижение сил общества, изменилось все соотношение сил», что основными событиями этого года были: «выход на историческую арену многочисленных групп, до этого времени пассивных, объединение мелких потоков в одну могучую реку, группирование демократических сил».

ОБЩИЙ ВРАГ — ФАШИЗМ

Вооруженная решениями VII конгресса Коминтерна КПП добивалась создания единого Народного фронта под лозунгами борьбы против фашизма, за мир, демократию, социализм. Стремление к Народному фронту укрепилось в народных массах, и особенно в низах Польской социалистической партии — ППС — после расстрела во Львове забастовщиков в марте и безработных в апреле 1936 г. Под знаком борьбы за единый фронт прошли мощные первомайские демонстрации 1936 г.

Предпосылки к созданию Народного фронта вырабатывались в тяжелых боях. Образование Народного фронта было бы равносильно смертному приговору «санации». Поэтому по указке буржуазии активизировали свои раскольнические действия правые лидеры ППС и «людовцев», усилился правительственный террор.

Компартия Польши сразу после VII конгресса Коминтерна приступила к организационной работе по сплачиванию народных масс. Генеральный секретарь ЦК КПП Ю. Ленский (Лещинский) в 1935 г. выступил на страницах теоретического органа компартии журнала «Новы пшеглёнд» со статьей, озаглавленной «Под знаком Народного фронта», в которой заявил: «Все усилия КПП должны быть сейчас направлены на то, чтобы Народный фронт против угнетателей народа и поджигателей войны объединил миллионы трудящихся Польши, Западной Украины и Западной Белоруссии» («Новы пшеглёнд», 1935, № 6 (80).

В марте 1936 г. состоялся IV Пленум ЦК КПП, который проанализировал положение в Польше, рассмотрел возможности организации Народного фронта, отметил ряд недостатков в партийной работе в связи с решениями VII конгресса Коммунистического Интернационала. В решениях пленума говорилось:

«Завоевание демократических свобод, конфискация помещичьей земли и передача крестьянам, уничтожение привилегий и влияния помещиков, военной касты и духовенства, отделение церкви от государства, свобода угнетенным национальностям — вот основные задачи союза рабочих и крестьян, которые наша партия связывает с лозунгом созыва Законодательного собрания.

Отсюда главным звеном деятельности партии должна

быть мобилизация масс вокруг требований, которые уже сегодня могут объединить все демократические антифашистские силы в борьбе за свободу, хлеб, землю и мир, за свержение фашистского строя» [1].

Пленум дал важное тактическое указание — использовать все легальные и полулегальные возможности для сближения с массами. Поэтому партия в борьбе за Народный фронт стремилась использовать все возможные средства, чтобы объединить борцов за свободу и демократию. В организации Народного фронта выдающуюся роль сыграла польская секция Международной организации помощи революционерам (МОПР) и ее газеты «Червона помоц» (на польском языке) и «Червона помощь» (на украинском языке). Для проведения политики, отвечавшей интересам народа, партия использовала и находившиеся под влиянием коммунистов так называемые «классовые» профессиональные союзы.

Компартия Польши неоднократно выступала в этот период с призывом к социал-демократическим и крестьянским партиям выступить в едином фронте. Однако руководство этих партий против воли большинства их членов отказалось от совместной деятельности с КПП, сославшись на то, что компартия находилась на нелегальном положении.

В июле 1936 г. ЦК компартии обратился с открытым письмом к ППС, «Стронництву людовому», Бунду, Центральной комиссии профессиональных союзов, «Вици» [2], ко всем антифашистским рабочим и крестьянским организациям, призывая их объединиться для борьбы с фашизмом. Но на это письмо, как и на ряд последующих, ответа от руководства социалистических и крестьянских партий не последовало.

В октябре 1936 г. КПП вновь обратилась с призывом: «К главному совету ППС! К членам и деятелям Польской социалистической партии, «Стронництва людового» и «Вици»! К рабочим и крестьянам, ко всем людям труда, ко всем, кому дорога будущность польского государства, кому дорога независимая Польша! Знаменательный лозунг, который выдвигает сейчас КПП, это лозунг: «Нет врага внутри левицы, общий враг — фашизм!».

[1] «Коммунистическая партия Польши в борьбе за независимость своей страны», стр. 206.

[2] «Вици» — крестьянская молодежная организация антиклерикального направления.

Проходивший в феврале 1937 г. V Пленум ЦК КПП признал, в общем, правильной политическую деятельность партии и наметил пути дальнейшего объединения народа. Пленум с сожалением констатировал, что ни съезд ППС, ни съезд «стронництва людового» не встали на позиции последовательной защиты мира, с которой тесно связана защита независимости страны. Пленум констатировал, что санационный и эндековский (то есть национально-демократический) фашизм использует в своих интересах слабую консолидацию демократического лагеря. Пленум подчеркнул, что эта слабость мешает вырвать у правительства важнейшие уступки. В решениях Пленума сказано:

«Никакая сила не в состоянии изолировать коммунистов от масс и от их братьев по классу, союзников по борьбе, какими являются рядовые активисты, деятели ППС или «Стронництва людового». Уже сегодня есть возможность достигнуть единства действий, без которого не может победить трудовой народ» [1].

Коммунисты, видя нежелание сотрудничать в общем фронте лидеров социалистов и людовцев, продолжали упорно работать в низовых звеньях: на заводах, в профсоюзных ячейках, в стачечных комитетах. Там, в низах, выковывался в борьбе с общим врагом боевой союз рабочих—коммунистов, социалистов, бундовцев, беспартийных, подлинный боевой союз рабочих и крестьян.

Партия для пропаганды идей Народного фронта использовала многие легальные издания, находившиеся под влиянием коммунистов, в том числе «Левар», «Левы тор», «Нова весь», «Новы уструй», «Обличе дня», «Пшекруй тыгодня», «Угоры», «Наша воля», «Попросту», «Карта», «В оброне покою», «Сыгналы», «Трыбы», «Чарно на бялым».

Но самое видное место в борьбе за Народный фронт принадлежит «Дзеннику популярному» — газете, которая сыграла решающую роль в укреплении единства трудового народа.

[1] «Коммунистическая партия Польши в борьбе за независимость своей страны», стр. 316.

ОБРАЗОВАНИЕ «ДЗЕННИКА ПОПУЛЯРНОГО». СОСТАВ РЕДАКЦИИ

С инициативой создания ежедневной легальной газеты выступил Центральный Комитет КПП. Член Центральной партийной редакции видный революционер Абрагам Маурицы Каган (Серпинский) получил задание сформировать редакцию. Партия направила в создаваемую газету инженера Шимона Натансона (Шимека) и молодого публициста Виктора Гроша.

В руководстве Польской социалистической партии образовалась тогда оппозиционная группа, в состав которой входили Норберт Барлицкий, Адам Прухняк, Ванда Василевская, Станислав Дюбуа. Эта группа, имевшая широкую поддержку в партийных рядах, выступала за сотрудничество с коммунистами, за образование единого Народного фронта. Члены ее не соглашались с правыми лидерами социалистической партии по вопросам единства рабочего класса, отношений с СССР и по многим другим.

Коммунисты быстро нашли общий язык с левыми социалистами, и Норберт Барлицкий, Станислав Дюбуа, Ванда Василевская вошли в состав редакции газеты; от левого крестьянского течения партии «Стронництво людове» сотрудничать в редакции согласились Бронислав Джевецкий и Мариан Кубицкий (псевдоним Марцин Сикора).

И вот 15 октября 1936 г. вышел в свет первый номер органа Народного фронта газеты «Дзенник популярны». «Матерью ему была прекрасная весна 1936 года, настоящая весна польского народа. Из могучих первомайских демонстраций под лозунгом единого фронта, из боевых выступлений польских крестьян, из мук узников Березы Картузской родился этот боевой орган, построенный на энтузиазме, как на единственном своем капитале» [1], — писал в своих воспоминаниях о газете ее редактор Виктор Грош.

«Укрепить мнение, что единство в борьбе с фашизмом в первую очередь необходимо не только рабочему и крестьянину, но оно решает вопрос о жизни или смерти народа — такую задачу поставил перед собой редакционный коллектив «Дзенника популярного», когда в составе нескольких человек приступил к изданию первого номера осенью 1936 года. Задача эта была тем труднее, что идея единства не находила понимания в тогдашнем руководстве легального рабочего и крестьянского движения» [1], — так Виктор Грош определял идеологические основы газеты.

Уже первый номер «Популярняка» (так называли читатели газету) своим содержанием вызвал глубокий интерес общественности. В передовой статье, которую написал главный редактор Норберт Барлицкий, были определены задачи газеты. «Сила трудового мира—в единстве, а к этому ведут не споры, а солидарность и единодушие. Ради солидарности и единодушия мы будем работать в своем скромном масштабе. В них мы видим залог величия, независимости и будущего Народной Польши». Хотя здесь по цензурным соображениям не говорится ясно, за какую солидарность и какое единодушие хотела вести борьбу газета, но для читателей это было достаточно понятным.

Направление газеты ясно определила статья Ш. Натансона «Пикантные детали одних родов», которая разоблачала формировавшийся тогда фашистский «озон» и его главаря полковника Коца. «Все это навеяно ветром с нашей западной границы», — писал автор, подробно разбирая идеологические принципы этой партии. В первом номере мы находим антигитлеровские статьи «Три политики третьего рейха» и «Гданьск под гитлеровским ярмом». Под рубрикой «Гражданская война в Испании» помещено 6 информаций с поля боя, а также две информации о нарушении западными державами принципа невмешательства и в связи с этим нота СССР, направленная правительствам Великобритании и Франции. «Дзенник популярны» был единственной газетой в Польше, которая поместила полный текст ноты.

В номере содержится заметка-призыв Станислава Дюбуа «Молодежь — к нам!». В ней говорится: «Полосы нашей газеты открыты для молодежи. Мы хотим служить делу молодого поколения и его борьбе с националистической ложью и фашистской демагогией». На этот призыв откликнулось много деятелей левых молодежных

[1] «Glos Ludu», 1947, № 62.

[1] «Glos Ludu», 1947, № 62.

организаций. Некоторые из них, такие, как Владислав Петшиковский, Лешек Раабе и Ежи Равич прочно вошли в редакционный коллектив.

В первом номере газеты были опубликованы под заголовком «Путь к народной Польше» решения главного исполнительного комитета Крестьянской партии «Стронництво людове», носившие антиправительственный и антифашистский характер. За опубликование решений второе (провинциальное) издание первого номера газеты было конфисковано, и оно вышло с белым пятном. Первый номер — первая конфискация. Правительство быстро разгадало характер и направление газеты. Да и редакция этого не скрывала. Почти в каждом номере находим шапки: «Наша газета — орган трудового народа», «Защищаем прогресс, мир и независимость» и т. п.

Начав издаваться довольно большим для того времени тиражом в 20 тыс. экз., «Дзенник популярны» к концу 1936 г. имел уже 100 тыс., а отдельные номера выпускались тиражом в 120 тыс. экз. (Орган ППС — «Роботник» издавался тиражом лишь в 20 тыс. экз.) Массы читали «Дзенник популярны», а не «Роботник».

«Дзенник популярны» был вечерней газетой. Это объяснялось тем, что редакция не хотела конкурировать с выходящим по утрам органом ППС — газетой «Роботник», которая по некоторым вопросам (например, гражданская война в Испании, отношение к Гитлеру и т. д.) занимала правильные позиции. Притом необходимо было создать какой-либо противовес буржуазным вечерним газетам, особенно рьяно выступавшим в защиту фашизма и реакции и не гнушавшимся использовать ложь, клевету, фальшивки.

Название «популярный» означало не только то, что газета была органом всеобщим, доступным для всех, но и напоминало читателям о событиях во Франции и Испании, где «Фрон популер» и «Фронте популяре» достигли невиданных успехов в деле объединения рабочего класса и всего общества в борьбе против фашизма.

Не было такого события в Польше и за границей, не было такого серьезного вопроса, по поводу которых «Дзенник популярны» не выступил с разъяснением своего отношения к ним, отвечающего интересам народных масс. Особенно важными были выступления газеты, на-

правленные против внешней политики, проводимой министром иностранных дел Польши Беком. Тогда как вся буржуазная пресса поддерживала профашистскую политику войны, «Дзенник популярны» разоблачал шаги, предпринятые Беком, направленные против усилий Советского Союза заключить пакт коллективной безопасности в Европе. «Дзенник популярны» требовал организовать единый фронт антифашистских государств, предсказывая, что проводимая Беком политика приведет к уничтожению Гитлером Польши. Защищая независимость Польши, газета указывала, что единственный путь к миру — это союз с Советским Союзом против захватнической политики фашистской Германии.

«Дзенник популярны» в отличие от всей буржуазной польской прессы писал слова правды о жизни Советского Союза. За все время своего существования газета ни разу не напечатала какого-либо материала, неверно и тенденциозно освещавшего жизнь страны Советов.

Несмотря на то что газета предоставила трибуну людям с различным мировоззрением, ни разу на страницах «Дзенника» не появилось материала, направленного против единства рабочего класса и крестьянства. «Это стало возможным потому, что в номер шли только те идеи, которые объединяли. В редакционном мусорном ящике оставалось то, что разделяло»[1], — писал Виктор Грош.

Авторы, выступавшие на страницах газеты, из-за жестокой цензуры часто были вынуждены прибегать к эзоповскому языку. Работникам редакции удавалось вводить в заблуждение цензоров, и одним из способов для этого была перепечатка из официальных органов некоторых материалов, которые на страницах «Дзенника популярного» приобретали совсем другой смысл. Часто под незначительным заголовком давались важные сообщения о забастовках, митингах протеста, столкновениях с полицией.

Состав редакции «Дзенника популярного» часто менялся. Аресты и преследования заметно сказывались на численности ее работников. Редакция газеты сформировалась следующим образом. Главным редактором стал член Главного совета ППС Норберт Барлицкий, который к этому времени подверг ревизии свои прежние ре-

[1] «Głos Ludu», 1947, № 63.

формистские взгляды в статье под очень характерным заголовком: «Mea culpa»[1]. Барлицкий был одним из тех лидеров ППС, которые твердо стояли на почве единства действий рабочего класса в борьбе за социальные преобразования, за демократию и мир, против фашизма. Во время гитлеровской оккупации он не прекратил борьбы, был организатором подпольных групп ППС. Барлицкий был арестован гестапо и погиб в 1941 г. в Освенциме.

Заместителем главного редактора работал социалист, видный деятель левых молодежных организаций Станислав Дюбуа. Он также во время оккупации ушел в подполье и в 1940 г. основал и редактировал журнал «Баррикада вольности». В 1942 г. Дюбуа был казнен в Освенциме.

Секретарем редакции был видный деятель коммунистической партии, инженер по образованию, Шимон Натансон, выступавший под псевдонимом «Шимек», который также впоследствии погиб во время оккупации.

Активно сотрудничал в газете коммунист Виктор Грош, работавший заместителем секретаря редакции. Он писал фельетоны и публицистические статьи и был также одним из технических редакторов газеты. Работа в редакции «Дзенника популярного» явилась для Гроша началом кипучей общественной деятельности. После закрытия газеты он публиковал свои материалы в еженедельниках «Сыгналы», «Чарно на бялым», «Эпока» и других прогрессивных изданиях. После нападения гитлеровской Германии на Польшу В. Грош эмигрировал в Советский Союз, где во Львове вместе с Вандой Василевской редактировал газету на польском языке «Нове виднокренги». В мае 1943 г. после сформирования польской дивизии имени Тадеуша Костюшко он стал заместителем командира по политической работе сначала 1-й дивизии, а потом и 1-й армии Войска Польского. Умер Грош в 1956 г., руководя до последних дней жизни польским радиовещанием для эмиграции.

В те годы, годы жестокой реакции, коммунисты не могли официально руководить газетой. Полицейские власти быстро нашли бы повод закрыть ее. Поэтому официальное руководство находилось в руках известных деятелей ППС — Барлицкого и Дюбуа, а также беспартийных, из которых литературовед Северин Полляк был долгое время ответственным редактором газеты. Позже его заменил представитель Союза независимой социалистической молодежи Владислав Петшиковский.

[1] «Моя вина» (лат.)

Экономический отдел в газете вел социалист Юлиан Гохвэльд, в настоящее время известный публицист и ученый.

В крестьянском отделе работали известные деятели партии «Стронництво людове» Бронислав Джевецкий и Марнан Кубицкий, расходившиеся в воззрениях с лидерами этой партии.

В литературном отделе сотрудничали Ванда Василевская, один из талантливейших поэтов того времени Люциан Шенвальд и Янина Броневская, которая вела литературную критику.

Обзоры печати делали С. Дюбуа, Л. Раабе и В. Петшиковский. Эти обзоры в «Дзеннике популярном» носили яркий полемический характер. В них разоблачалась продажная буржуазная пресса, ее клеветнические и фальсификаторские высказывания.

Судебный фельетон вел Станислав Ежи Лец, в настоящее время видный писатель-сатирик. По своей форме этот жанр не особенно отличался от распространенных в тогдашней прессе судебных отчетов. Но по содержанию эти фельетоны соответствовали общему направлению газеты. В них автор защищал простых людей, попавших в тиски буржуазной судебной машины, разоблачал нравы мещанского мира, продажность класса имущих.

Городскую хронику вели Зоя Элигер и Марек Винтер, профсоюзным отделом руководил Михал Шишко, студенческим — Ежи Равич, спортивным — Зигмунт Соболевский. Кстати, и спортивный отдел отличался от соответствующих рубрик в буржуазных газетах. Кроме разнообразной информации в нем освещалась жизнь рабочих спортивных клубов; газета боролась против фашизации и милитаризации спортивных организаций.

Театральную рецензию вел искусствовед Эсмановский, кинорецензию — коммунист Ежи Боссак, обзор украинской печати — известный публицист Ярослав Галан.

В краковской редакции газеты работали видный польский писатель Леон Кручковский, деятели социали-

стической партии Болеслав Дробнер и Казимеж Намысловский, коммунист Эугениуш Мрочек.

«Дзенник популярны» имел своих специальных корреспондентов в Испании. Там находились Ю. Винтер и З. Крамштык.

Большую роль в формировании облика газеты сыграл коммунист Абрагам Маурицы Каган (псевдонимы Сернинский, Ян Клос). Его материалы присылались в редакцию почтой, так как он сам был вынужден скрываться от полиции. Профессиональный революционер, Абрагам Каган был талантливым публицистом. Его материалы в основном и определяли идейно-политическое направление «Дзенника популярного». Именно его статей и заметок искали читатели прежде всего на страницах газеты. (После закрытия газеты Каган находился в Париже, затем в СССР, где стал жертвой культа личности. Посмертно был реабилитирован.)

Лучшими материалами в газете были также корреспонденции из Парижа и Брюсселя виднейшего партийного публициста, главного редактора журнала «Новы пшеглёнд» Юлиана Бруна (Бруновича). В газете печатались также материалы Остапа Длуского — редактора выпускаемого в Париже издания компартии Польши на французском языке «Корреспонданс интернасиональ».

В газете публиковались рассказы, стихи, романы, очерки и статьи крупнейших польских писателей — Юлиана Тувима, Владислава Броневского, Мариана Чухновского, Ванды Василевской, Леона Кручковского, Марии Домбровской, Станислава Добровольского, Анджея Струга, Эмиля Зегадловича, Бенедикта Герца, Ярослава Галана, Александра Гаврилюка, Эвы Шемплинской, Эдварда Шиманского, Леона Пастернака, Войцеха Скуза, Янины Броневской.

«Дзенник популярны», пропагандировавший идею Народного фронта в то время, когда реакция формировала свой фронт — «озон», конечно, не мог долго существовать. В ночь со 2 на 3 марта 1937 г. полиция захватила помещение редакции, арестовала всех, кто утром пришел на работу. В то же время были проведены аресты и обыски в квартирах сотрудников редакции. Но коллектив редакции, закаленный в частых стычках с полицией и цензурой, не сдался. Обманув бдительность полицейских, Натансон и некоторые другие работники

спешно подготовили в типографии последний номер газеты. Когда вечерние буржуазные газеты торжественно объявили о закрытии «Дзенника популярного», по улицам Варшавы прозвучал клич газетчиков: «Популярняк» — последнее издание». В этом номере мы находим сообщение об аресте редакторов. Аншлаг во всю первую полосу: свобода, независимость, демократия — говорил о том, за какие идеалы вынуждены были пожертвовать своей свободой работники редакции. Это был «нелегальный» номер легальной газеты.

Правительство стало фабриковать «дело» против редакторов газеты. Но протесты европейской печати, а также мужественное поведение членов редакции во время следствия заставили полицию изменить свое решение. Она побоялась предоставить трибуну суда Натансону, Барлицкому, Василевской. Правительство превратилось бы тогда в подсудимого, и полиция постепенно стала отпускать всех сотрудников редакции. Процесс по делу «Дзенника популярного» так и не состоялся.

В ЗАЩИТУ ЖИЗНЕННЫХ ИНТЕРЕСОВ ТРУДЯЩИХСЯ

С приходом Гитлера к власти правительство Польши вступило на путь быстрой фашизации страны, введя ряд антидемократических законов, направленных против рабочего класса. «Со времени войны и оккупации в Польше не было еще такой страшной нищеты, какая существует сегодня после десяти лет господства «санации» — говорилось в Обращении ЦК КПП в марте 1936 г.

«Дзенник популярны» активно защищал интересы трудового народа. Несмотря на тяжелый цензурный режим, он регулярно информировал читателей о забастовочном движении, о выступлениях рабочих и крестьян, разоблачал политику правящего лагеря.

Перед нами 19-й номер газеты от 16 января 1937 г. В нем следующие материалы: «Итальянская забастовка в Щакове», «Четыре недели на бастующем заводе», «Совет заводских депутатов в Лодзи», «Закрытие рабочего спортклуба», «Забастовка на заводе «Маковский и Сандлер» в Лодзи», «Предприниматели грабят рабочих», «Забастовка протеста», «Ответ клеветникам» и т. п. Один

перечень заголовков показывает, как много места отводила газета для освещения борьбы рабочего класса за политические и экономические права.

«Дзенник популярны» боролся против захвата иностранным капиталом национального богатства Польши. В статье «Сколько зарабатывает Крезо на польском займе» газета разоблачала махинации польского министерства финансов, предоставившего иностранному капиталу все условия для проведения своей хищнической политики. Этот материал перекликался с известной статьей Франциш ека Фидлера «Иностранный капитал в Польше», помещенной в 42—43-м номерах органа ЦК КПП «Новы пшеглёнд».

В материалах, публиковавшихся на страницах «Дзенника популярного», разоблачались те силы, которые предоставили иностранному капиталу неограниченные права на грабеж польской промышленности. Например, в статье «У истоков спекуляции» показаны действия Общества по эксплуатации монополий по производству спичек. Из-за хозяйничанья шведского капитала, говорилось в статье, эта отрасль промышленности почти перестала существовать: 6 заводов закрыто, две третьих рабочих остались без работы. Виновато в этом прежде всего правительство, которое не контролировало деятельности иностранных трестов и синдикатов.

В цикле статей «Польские «двести семейств» приводились богатые статистические данные из угольной, нефтяной и металлургической промышленности. Уже сами заголовки говорили о характере статей: «Триста миллионов и «двести семейств», «Угольные магнаты уничтожают богатства Польши и разоряют страну», «Достижения польской угольной промышленности и доля шахтеров», «Кто управляет польской угольной промышленностью?». Во всех эти статьях на богатом фактическом материале разоблачались виновники нищеты трудящихся — иностранные и польские капиталисты.

«Дзенник популярны» неоднократно выступал в защиту деятельности профсоюзов от намерений правительства сделать из профсоюзов придаток к правящей государственной машине по примеру действий итальянских фашистов и немецких нацистов. По этому вопросу характерна статья Яна Клоса «За свободу профсоюзной деятельности». Сначала автор подчеркивает сдвиги в де-

ле объединения профсоюзного движения. Так называемые «классовые» профессиональные союзы, охватывавшие наиболее радикально настроенные слои пролетариата и интеллигенции, росли с каждым годом и представляли решающую силу в революционной борьбе. «Не может быть сомнения, что рост профсоюзов, их внутреннее укрепление и сотрудничество между профсоюзами положительно повлияли на выступление рабочих за улучшение быта»,—говорится в статье (№ 79 от 23/XII 1936 г.).

Но как раз в тот момент, когда профсоюзы достаточно укрепились, начались репрессии против их деятельности. «Рабочий класс должен объединиться — продолжает автор. — В противном случае могучие усилия рабочих, вложенные в создание профсоюзных организаций, прежде всего массовых, а также в объединение усилий всех их членов... пропадут даром».

«Дзенник популярны» часто выступал в защиту тружеников деревни, положение которых в капиталистической Польше было еще более тяжелым, чем рабочих в городах. Польская деревня страдала перенаселением — 8 миллионов так называемых «лишних людей» с трудом и то лишь в период жатвы находили работу. Усиливалась эмиграция в поисках хлеба в Южную Америку, Германию, Францию. Газета разоблачала миф буржуазии о процветании деревни в эпоху капитализма. В статье «Тройная беда в деревне» «Дзенник популярны» показывал, каково на самом деле положение в деревне, где господствовали нищета, голод, непосильные налоги, «ножницы цен». Газета боролась за полную ликвидацию феодальных отношений в деревне, за землю для крестьян без выкупа.

Газета указывала на действительных виновников дороговизны и спекуляции. В одной заметке Ян Клос, исходя из того, что премьер-министр обошел столичные рынки и собственноручно оштрафовал несколько спекулянтов, писал, что это только маневр. Дело не в спекулянтах. Основные виновники дороговизны — картели, крупный капитал. А чтобы покончить с ним, нужна демократия. А ее пока в Польше нет, заключал Клос.

«Популярняк» боролся за Польшу, в которой не будет эксплуатации человека человеком, где все люди будут действительно равны и свободны. В рецензии на листовку «К Польше стеклянных домов» (здесь имеются

в виду слова великого польского писателя Стефана Жеромского, ставшие крылатой фразой; аллегория «Польша стеклянных домов» обозначает Польшу, возрожденную на социалистических началах) Ежи Равич писал: «Согласно завещанию поколений Великой Польшей не является для нас та Польша, в которой господствует эксплуатация и нищета масс». Говоря о будущем социалистическом обществе, автор писал: «За такую Польшу мы будем бороться, мы, молодежь, объединенная в единых братских рядах с трудящимся народом деревни и города» (№ 14 от 27/X 1936 г.). За народную, социалистическую Польшу и боролась за все время своего существования редакция газеты «Дзенник популярны».

В ЗАЩИТУ ИНТЕРЕСОВ НАЦИОНАЛЬНЫХ МЕНЬШИНСТВ

Польша была страной, где более одной трети населения не говорило на польском языке. Украинцы, белорусы, евреи, литовцы считались людьми второго сорта. Особенно суровым репрессиям подвергалось украинское и белорусское население восточных воеводств Польши.

Компартия Польши выступала с лозунгом самоопределения для народов Западной Украины и Западной Белоруссии. Коммунисты — поляки, украинцы, белорусы, евреи вместе боролись против санационного режима, подвергались преследованиям. В состав КПП как самостоятельные секции входили компартии Западной Белоруссии и Западной Украины. В тюрьмы Равича, Бреста, Вильно и Варшавы, в концентрационный лагерь в Березе вместе с польскими революционерами заключались белорусские и украинские. В тюрьме в Вильно находился сотрудник журнала «Сыгналы» Максим Танк, в Березу в 1937 г. был заключен украинский писатель Александр Гаврилюк.

В 1936 г. наряду с некоторыми левыми газетами были закрыты все действительно народные белорусские и украинские издания («Громада», «Викна» и др.). Широкие массы восточных районов оказались без своих газет.

«Дзенник популярны» был первой польской массовой газетой, где наряду с польским рабочим и крестьянином мог высказываться украинский и белорусский труженик

города и деревни, газетой, которая защищала интересы трудящихся всех национальностей.

О популярности газеты красноречиво говорили письма крестьян из Полесья, Подолья, Белоруссии, в которых рассказывалось о том, как жители деревень собирали деньги по грошам, чтобы подписаться на газету. Номер «Дзенника популярного» читали всем селом, а наличие этой все-таки легальной газеты у арестованного считалось в восточных воеводствах доказательством приверженности к коммунистам.

Газета неоднократно выступала за равноправие всех граждан Польши. В «Дзеннике» мы находим много статей, направленных против насильственного ополячивания местного населения восточных районов Польши.

На известие о том, что в Фордонской тюрьме незаконно запрещалась доставка газет и журналов на всех других языках, кроме польского, газета откликнулась маленькой заметкой: «Правда ли это?», заключив ее фразой: «Ждем официального объяснения властей» (№ 26 от 7/X 1936 г.).

«Популярняк» уделял много внимания вопросам культурного развития украинского и белорусского населения. В хорошо аргументированной статье «Украинцы в высших учебных заведениях» газета разоблачила миф властей о том, что вся молодежь в стране может получить высшее образование. Резкое снижение числа студентов-украинцев в вузах Львова — результат преследований коренного населения, писала газета.

На следующий день после смерти известного украинского писателя Василя Стефаника, 19 декабря 1936 г., в газете была помещена статья, посвященная его памяти. После заключения украинского писателя А. Гаврилюка в концлагерь в Березе газета пишет об этом под большим заголовком: «Снова арест поэта». В заметке читаем: «Обращаемся к правлению профсоюза польских литераторов, к председателю Пенклуба, к руководству Академии с вопросом, как долго эти преследования по отношению к пионерам свободного слова будут прикрываться молчанием?» (№ 29 от 23/I 1937 г.).

Из цитируемых материалов мы видим, как редакция, обращаясь с прямыми вопросами к соответствующим лицам или учреждениям, боролась за то, чтобы ее материалы были действенными.

Очень интересны обзоры украинской печати, которые редакция получала от публициста и общественного деятеля Ярослава Александровича Галана. После закрытия газеты «Викна», в которой сотрудничал Галан, в Западной Украине не выходила ни одна прогрессивная газета. Обзоры печати, опубликованные Галаном в «Дзеннике популярном», являются образцами полемики, которую автор вел с украинскими национал-фашистами и шовинистами. Борясь с национализмом польских властей по отношению к украинскому населению, он в то же время призывал к единству действий польских и украинских пролетариев.

Откликаясь на известие о том, что директора школ запрещают украинским детям разговарить на родном языке, Галан писал: «Вот кто бесчестит в глазах украинского народа благородное имя поляка и втаптывает в грязь прекрасные традиции освободительного движения, во имя которых погибали лучшие представители польской нации» (№ 43 от 2/II 1937 г.).

Очень много места занимали в газете вопросы борьбы против преследования евреев. Польские национал-демократы, а особенно их правое крыло — национально-радикальный лагерь (ОНР) — организовали бешеную травлю еврейского пролетариата, мелкой буржуазии и студенчества. Вопрос борьбы с антисемитизмом был очень важным, так как правительство не противодействовало хулиганским действиям эндековских молодчиков. Режим пытался отвлечь внимание масс от наболевших вопросов жизни: безработицы, нищеты, хищничества и продажности верхушки правящих классов — и направить его на разжигание национальной вражды. Газета указывала, что преследование евреев, как и других нацменьшинств, — это вода на мельницу капиталистам, которые хотят отвлечь внимание политически неграмотных элементов от действительно важных вопросов.

Официальная печать была часто зачинщиком антиеврейских выступлений. «Дзенник популярны», выступая против антисемитизма, вынужден был вести борьбу со многими буржуазными газетами.

В 1936 и 1937 гг. антиеврейские выступления усилились, особенно в вузах страны. Сынки капиталистов и помещиков выступали с требованием ввести «гетто» для евреев в университетских аудиториях. «Дзенник популярны» был единственной из газет, которая верно информировала читателей о событиях, защищала студентов-евреев, клеймя тех профессоров, которые поддались на приманку фашистской пропаганды и не протестовали против антиеврейских выступлений. Особенно действенными по этому вопросу были статьи и заметки Ежи Равича.

Во всех своих материлах «Дзенник популярны» пропагандировал принцип пролетарского интернационализма, выступал за братство всех национальностей, проживавших в Польше — поляков, украинцев, евреев, белорусов, литовцев, немцев и чехов.

ПЛЕБИСЦИТ «ДЗЕННИКА ПОПУЛЯРНОГО»

Редакция газеты «Дзенник популярны» проводила на своих страницах ряд кампаний, имевших большое общественно-политическое значение. Первой из них была кампания протеста против преследований известного борца за мир и общественного деятеля Германии, лауреата Нобелевской премии мира Карла Осецкого. В ответ на известие о том, что фашисты заключили Осецкого в концентрационный лагерь, редакция послала ему телеграмму следующего содержания: «Гражданин Карл фон Осецкий! Твой великолепный триумф (имеется в виду вручение Нобелевской премии. — *Р. А.*) — это торжество всего дела свободы, демократии и мира. Прими слова нашей глубокой радости и веры в то, что дело, которому ты отдал силы и здоровье, победит, а свободная человеческая мысль сорвет наброшенные на нее цепи. Редакция «Дзенника популярного».

В ряде последующих номеров газеты публиковались фамилии видных общественно-политических деятелей, писателей, артистов, которые подписались под телеграммой. Ее подписали все те, чьи имена имели вес в польской культуре: писатели Юлиан Тувим, Владислав Броневский, Ванда Василевская, Леон Кручковский, Анджей Струг, Ярослав Галан, Антони Слонимский, Мечислав Яструн, Станислав Добровольский, Эмиль Зегадлович, Бенедикт Герц, артисты Стефан Ярач, Леон Шиллер, художник Эрик Липинский. Телеграмму подписали Лига в защиту прав человека и гражданина, краковская и варшавская организации Союза независимой социалистической молодежи.

Газета постоянно информировала читателей о местопребывании Осецкого, о состоянии его здоровья.

Кампания в защиту Осецкого, проводимая в то время, когда польский фашизм шел по стопам немецкого, имела большое общественно-политическое значение. Газета призывала борцов за мир, демократию и свободу объединяться в борьбе с общим врагом.

Серьезную общественную роль сыграл конкурс-плебисцит редакции «Дзенника популярного». Читатели газеты должны были ответить на следующие вопросы: какое событие в Польше и за границей в 1936 г. и почему считаете самым важным; кого из иностранцев и поляков и почему считаете достойным кандидатом на получение Международной премии мира; являетесь ли Вы сторонником мадридского (т. е. народного. — *Р. А.*) правительства или его противником и почему; являетесь ли Вы сторонником или противником антисемитизма.

Читатели хорошо встретили плебисцит и стали посылать ответы на вопросы газеты. Уже в течение первых четырех дней в редакцию было прислано более 200 писем. Редакция сообщила, что будет публиковать все ответы, без различия, совпадут ли они с мнением газеты или нет. Но подавляющее число ответов как раз подтверждало, что принципы, за которые боролась редакция, получали полную поддержку читателей. Не было ни одного ответа, направленного против народного правительства республиканской Испании или в защиту антиеврейских выступлений.

К сожалению, нет полных данных плебисцита. Все материалы его, письма читателей попали в руки полиции и пропали бесследно. Но из материалов, опубликованных на страницах «Дзенника», можно иметь полное представление о характере плебисцита, о действительных настроениях народных масс.

Первым был опубликован ответ 33-летнего рабочего из города Прушкова. Вот что он писал: «Самым важным событием на мировой арене в 1936 году считаю победы Народного фронта на парламентских выборах в Испании и Франции. В Польше — это Новосельце и «Праздник крестьянского дела»[1] как свидетельство объединения

[1] Массовые выступления крестьян под лозунгом Народного фронта.

крестьянских масс, а также победа демократии на выборах в городской Совет г. Лодзи, указывающая рабочим светлый путь победы над фашизмом.

Кандидатом на вручение Международной премии мира считаю Литвинова за его плодотворный труд на международной арене.

Я за мадридское правительство, потому что оно родилось из воли широких кругов испанского народа» (№ 39 от 19/I 1937 г.).

21 февраля 1937 г. «Дзенник популярны» отвел полосу для материалов, относящихся к испанскому вопросу, под заголовком «Испанская Тарговица[1] в оценке польского народа».

Здесь сообщалось, что по причинам, не зависящим от редакции, она вынуждена прекратить плебисцит. До 21 февраля редакция газеты получила 1128 индивидуальных и 70 коллективных ответов. Вот выдержки из некоторых ответов: «Правительство Мадрида провозглашено массами», «Испанскому народу навязали войну извне», «События в Испании указывают на действительное соотношение сил в обществе», «Испания будет красной», «Правительство народных масс — всегда законное правительство», «Красное правительство не изменит народному делу» и т. д.

Пять дней спустя газета посвятила полосу следующему вопросу анкеты — антисемитизму, под заголовком «Народ увидел суть антисемитизма». Вот выдержки из писем: «Это отвлечение внимания масс от более серьезных вопросов», «Антисемитизм — признак мещанства», «Коллективное бешенство», «Прямое варварство» и т. п.

Интересно посмотреть, кого же выдвигали читатели «Дзенника популярного» кандидатами на звание лауреатов Международной премии мира. Это были Карл Осецкий, министр иностранных дел СССР М. М. Литвинов, Ромэн Роллан, Эрнст Тельман, Георгий Димитров, поль-

[1] Тарговица — небольшой городок в правобережной Украине, где в 1792 г. польские магнаты образовали вооруженную конфедерацию для борьбы с революционным движением в Польше и призвали на помощь русский царизм. Слово «Тарговица» стало синонимом реакции и национальной измены.

ские писатели Анджей Струг, Мариан Чухновский, Эмиль Зегадлович, Ванда Василевская, редакторы «Дзенника популярного» Норберт Барлицкий и Станислав Дюбуа.

В связи с плебисцитом редакция получала много писем от своих читателей. Содержание этих писем говорит о том, какой любовью, авторитетом и популярностью пользовался «Дзенник» в народных массах.

Вот письмо крестьянина из-под Варшавы. «Дзенник популярны» читаем вечером. Всем селом собираемся в одной хате, чтобы его прочесть и поговорить, о чем он пишет». Один безработный писал: «С большой радостью читаю «Дзенник популярны», хотя у меня нет денег на его подписку». Вот что писали другие читатели: «Дзенник популярны» доставляет нам двойное удовольствие: является газетой масс и выходит ежедневно. «Популярняк» имеет большой авторитет в широких массах, пропагандируя идею объединения не только одиночек, но и групп, честно выступающих против фашизма... «Дзенник популярны» выполняет великую миссию».

Действительно, «Популярняк» выполнял великую миссию. Он боролся за объединение в рядах Народного фронта всех честных поляков, украинцев, белорусов, евреев для защиты мира и демократии. Он был единственным выразителем настроений рабочих и крестьянских масс, прогрессивной интеллигенции. Анкета «Дзенника» разоблачила миф буржуазной прессы, будто бы только она правильно отражает действительные настроения народа. Плебисцит показал, что народ отнюдь не был сторонником фашистского правительства Франко, как этого хотела буржуазная пресса. Плебисцит показал, что польский народ клеймил поборников антисемитизма, которых подстрекала к гнусным погромам буржуазная печать. Плебисцит показал, что народ осуждал политику, проводимую правительством, ту политику, которую горячо приветствовала и защищала буржуазная пресса.

Правительство и цензура неоднократно пытались запретить дальнейшее ведение плебисцита, что в конце концов им удалось. О ненависти, которую питали правительственные цензоры к плебисциту, рассказывает один из сотрудников редакции Янина Броневская в своих воспоминаниях о Викторе Гроше.

«Прочитав в «Дзеннике популярном», что, по мнению читателей, самым важным событием в нашей внутренней политике был в этом году расстрел демонстрантов во Львове, цензор позвонил Грошу.

— Неужели вы, господин редактор, действительно считаете, что это происшествие является самым важным событием в нашей внутренней политике? — прошипел цензор в телефонную трубку. Я бросил взгляд на развернутую полосу «Дзенника популярного» и со всей серьезностью говорю: «Вот, господин цензор, передо мной лежит известие огромного значения: вручение маршальского жезла генералу Рыдз-Смиглы». Мой собеседник пришел в негодование и кричит со злостью: «Вы же сами знаете, что это издевательство!». Успел я его только спросить: «Неужели?!», когда он, увидев, какую совершил ошибку как санационный цензор, бросил трубку. А мы имеем восемьдесят тысяч тиража...» [1].

Плебисцит послужил цензуре основным поводом для закрытия газеты.

Плебисцит явился ярким примером того, как газета находила новые формы организационной работы. Форма плебисцита впервые в польской прогрессивной журналистике была применена в 1936 г. редакцией «Попросту». Но плебисцит «Дзенника популярного» своей массовостью, участием в нем представителей всех классов и прослоек сыграл выдающуюся роль в формировании взглядов и убеждений польского народа.

ЛУЧШЕ УМЕРЕТЬ СТОЯ, ЧЕМ ЖИТЬ НА КОЛЕНЯХ

Международная жизнь освещалась в «Дзеннике популярном» в духе интересов трудящихся всего мира, в духе интернационализма, в духе мира. 1936—1937 гг. характеризуются наступлением фашизма, усилением фашистских элементов. Но чем же был вызван фашизм? Он был вызван страхом буржуазии перед все более растущей сознательностью народных масс. На наступление фашизма на международной арене коммунисты ответили лозунгом Народного фронта, лозунгом объединения всех демократических элементов в борьбе против фашизма, за мир.

[1] «Zycie Warszawy», 1956, № 10.

VII конгресс Коминтерна дал коммунистам всего мира верные установки для борьбы в новой обстановке. Народный фронт победил в Испании и Франции. Усилилась борьба за единство действий рабочего класса, крестьянства и интеллигенции в Польше, Чехословакии, Болгарии и в других странах.

Все эти события богато отражены на страницах «Дзенника популярного», газеты, которая наиболее смело из всех польских прогрессивных газет, включая органы ППС и «Стронництва людового», разоблачала действия фашистов, призывала к единству действий, к единому фронту всех демократических сил.

Очень подробно газета освещала события в Испании. В каждом номере почти вся первая полоса была посвящена гражданской войне в Испании. Это тем более важно, что газета не могла пользоваться официальными материалами Польского телеграфного агентства, полными лжи, клеветы и фальшивок. Газета использовала все доступные средства, чтобы правильно информировать читателей о героизме испанского народа, о злодеяниях фашистов. Редакция пользовалась сообщениями, переданными мадридским радио или взятыми из французской прогрессивной печати. В ноябре 1936 г. в газете появились корреспонденции ее собкоров Зофии Крамштык и Юзефа Винтера — солдат Интернациональной бригады имени Ярослава Домбровского.

«Дзенник популярны» поместил цикл статей испанского публициста Каферино Гонзаласа, статьи французского журналиста Андрэ Моризэ, обращение Ромена Роллана: «Ко всем народам! На помощь Испании!» и ряд других материалов польских и зарубежных прогрессивных публицистов.

«Дзенник популярны» вел полемику с буржуазной прессой, извращавшей смысл испанских событий. В статье «О трагических боях и мерзкой лжи» Норберт Барлицкий клеймил буржуазную печать, восхвалявшую генералов-убийц. Автор подчеркивал международное значение антифашистской борьбы испанского народа. Он писал: «Борьба, которая идет сегодня на испанской земле, ведется и на нашей земле. Там — в великих формах, в трагизме кровопролитной борьбы народа за свое завтра, за святейшее право владения своей исконной землей.

Здесь — за это же самое право, только в других формах, в формах обычной, будничной, трудной борьбы за хлеб и свободу» (№ 19 от 1/XI 1936 г.).

«Дзенник популярны» выступал против политики невмешательства, которая была наруку фашистам, и разоблачал действия правительств Великобритании и Франции, которые не препятствовали фашистской Германии и Италии оказывать помощь войскам генерала Франко. В статье «Нужно изменить политику по отношению к Испании» Ян Клос писал: «Речь идет о возвращении легальному правительству всех законно принадлежащих ему привилегий (свободы торговли, использования всякого рода помощи демократических стран и т. д.).., о выступлении на международной арене против интервенции Германии и Италии. Это основные мероприятия, проведения которых добиваются демократические силы страны» (№ 8 от 7/I 1937 г.). В статье «Блокада испанского народа или блокада повстанцев?» газета осудила политику невмешательства, призывала оказать помощь испанскому народу.

Материалы об Испании, опубликованные в «Дзеннике популярном», полны оптимизма и веры в окончательную победу народного дела. Газета напечатала в одном из номеров интервью с министром иностранных дел народного правительства Альваресом дель Вайо под заголовком: «Лучше умереть стоя, чем жить на коленях». Его слова были проникнуты горячей верой в то, что дело, за которое отдавали жизнь тысячи революционеров, в конце концов победит.

Много места уделял «Дзенник популярны» событиям во Франции. Французская реакция не могла примириться с победой Народного фронта, предпринимала попытки расколоть фронт изнутри, разбить его с помощью провокаций. Но «Фрон попюлер» выдержал все эти испытания. Газета намеренно обращала внимание польского читателя на события во Франции, где Народный фронт победил благодаря единству действий прежде всего коммунистов и социалистов. Газета в одном из материалов цитировала слова тогдашнего премьер-министра Франции Леона Блюма, что без коммунистов не мог бы существовать Народный фронт. Это делалось с целью указать народу путь к единству, путь к победе Народного фронта в Польше.

Газета разоблачала лживость буржуазной печати, которая в искаженном свете освещала жизнь Франции. В заметке «Не очень убедительные цифры» «Дзенник популярны» показывал, как фабриковалась ложь. Польская официальная пресса известила, что 300 французских газет и журналов выступили с протестом против «красной диктатуры» социалиста Блюма. Но что крылось за этими цифрами? Во Франции издавалось более 12 тыс. газет и журналов. Значит, протест поддержала лишь $^1/_{40}$ часть изданий. При этом самая реакционная, профашистская часть. «Это геббельсовский метод пропаганды», — заключает автор заметки (№ 7 от 21/X 1936 г.).

«Дзенник популярны» призывал использовать в Польше опыт Франции и Испании в организации Народного фронта. Но, к сожалению, лидеры социалистической и крестьянской партии оказались глухими к призывам газеты. По их вине Народный фронт в Польше не добился таких успехов, как в этих двух странах.

Гневно выступал «Дзенник популярны» против злодеяний немецких фашистов. Мы уже говорили о кампании в защиту Карла Осецкого, проводившейся на страницах газеты. Это не единственный случай. Газета выступала в защиту жертв гитлеровского террора: писателей, ученых, политических деятелей — в защиту немецкой культуры, профанированной фашистскими «сверхчеловеками». Вот, например, заметка «Как смеет?», написанная Виктором Грошем как отклик на речь Розенберга о «культурной» миссии «Третьего рейха»:

«Как смеет говорить о многовековой европейской культуре человек, сжигающий на костре книги — великие произведения настоящей культуры? Как смеет говорить о европейской традиции гитлеровец, который послал на костер Гейне и Манна, Эйнштейна и Маркса? Как смеет говорить прекрасные слова о мире и любви человек, который сеет бешеную расовую ненависть и поджигает войну?» (№ 6 от 6/I 1937 г.).

«Дзенник популярны» видел опасность, которая угрожала Польше со стороны германского фашизма. В статье «Польша и фашистский интернационал», подписанной «Немо» (по всей вероятности, автором ее был Виктор Грош) газета, озабоченная международной обстановкой, писала:

«События в мире под влиянием гитлеровско-фашистского наступления являются очень тревожными и даже опасными для мира. Нас особенно беспокоит немецко-японский союз, так как в случае их совместного нападения на Советскую Россию Польша станет театром военных действий» (№ 42 от 23/XI 1936 г.).

«Дзенник популярны» разъяснял читателям сущность антикоминтерновского союза Германии, Японии и Италии, призывал к сплочению всех демократических сил мира, всех антифашистских государств в единый блок, который смог бы защитить народы от наступления фашизма. Но польские правящие круги были далеки от понимания интересов народа. У них «звериный страх перед победой демократии боролся с боязнью трагических последствий, какими грозит сдача на милость или немилость Гитлера», — писала газета. Но санационная клика, разъясняла газета, готова пойти на уступки Гитлеру, только чтобы не допустить победы демократии. В статье «За фронт мира демократических стран» Ян Клос писал:

«Демократия не заинтересована в сплачивании блоков, она не намерена никого атаковать. Она заинтересована в коллективной безопасности, в совместной защите мира всеми государствами и в мирном урегулировании международных проблем.

Но фашистский блок все более расширяется. Перед лицом этого блока демократия должна расширить всемирный фронт мира. Фронт, охватывающий все мирные страны и подавляющее большинство народов.

Место Польши в рядах этого фронта. Этого требуют ее жизненные интересы» (№ 25 от 6/XI 1936 г.).

Из-за предательской политики министра иностранных дел Польши Бека пакт коллективной безопасности, инициатором которого был Советский Союз, не был заключен. Это привело страну к гибели в сентябре 1939 г.

Только Коммунистическая партия и руководимые ею издания правильно оценивали внешнюю политику польского правительства, политику национальной измены, политику войны.

ПРОТИВ ФАШИЗАЦИИ СТРАНЫ

«Польский народ закован в цепи рабства. Права и демократические свободы, которые массы завоевали в первые годы независимости, ныне отняты и грубо растоп-

таны. Всюду палка полицейской ищейки, всюду бюрократические указы угнетателей, всюду чванство правительственных ставленников...

Польша при правлении «санации» превратилась в тюрьму народов. Западная Украина и Западная Белоруссия стонут под игом польских магнатов и полицейских бандитов. Правительство применяет так, как в свое время применяло царское правительство, политику кровавого террора, уничтожает украинские и белорусские школы...» [1], — так охарактеризовала компартия внутреннее положение Польши в 1936 г. в одном из своих воззваний.

Компартия возглавила борьбу народа против фашизма, призывала к объединению демократических сил народа. В ответ на лозунг Народного фронта, провозглашенный коммунистами, правящие круги сделали попытку сформировать свой фронт — блок всех реакционных и фашистских партий. В 1937 г. с программной декларацией выступил полковник Коц. Декларация, скопированная с образцов деклараций «фюрера» и «дуче», была соломинкой, за которую хваталась утопающая «санация».

Коммунисты разоблачали подлинный смысл декларации Коца. Орган Народного фронта «Дзенник популярны» поместил текст декларации без комментариев, — так ясен был ее фашистский характер. В следующих номерах «Дзенник популярны» пытался комментировать декларацию, но цензура не пропустила ни одной статьи на эту тему. Белые пятна после цензуры были наглядным доказательством отношения редакции к этому манифесту польских фашистов. В одном из последующих номеров редакция поместила высказывания буржуазной прессы о декларации, которые на страницах «Дзенника популярного» получили особый смысл. Этим простым способом, даже лучше, чем при помощи собственных материалов, газета разоблачила реакционный смысл декларации полковника Коца.

Из-за жестокой цензуры трудно было показывать жизнь Польши такой, как она есть. Но все же благодаря

[1] «Коммунистическая партия Польши в борьбе за независимость своей страны», стр. 217—218.

находчивости редакции на страницах «Популярняка» помещалось много материалов, отражавших действительное положение дел в стране: нищету, безработицу, террор. Под скромным, но многозначительным заголовком «Береза» почти в каждом номере печатались имена очередных жертв полиции, высланных в концентрационный лагерь в Березе Картузской. «Дзенник популярны» сообщал о всех политических процессах, которые велись санационными судами и выступал в защиту жертв полицейского террора, опровергая лживые судебные репортажи буржуазных газет. «Дзенник популярны» широко информировал читателей о процессе над коммунистом Здзеховским, обвинявшимся в подрывной деятельности против государства лишь за то, что он руководил забастовкой лодзинских ткачей.

Газета широко комментировала известный процесс против детского журнала «Пломык». В одном из номеров журнала правдиво рассказывалось о жизни детей в Советском Союзе. Редакцию журнала и ее издателя — Союз польских учителей — обвинили в том, что этот союз якобы являлся агентом Коминтерна. Газета, давая подробные отчеты из зала суда, разоблачала всех защитников реакции, которые считали преступлением печатание правды о жизни людей в Советском Союзе.

Много места на страницах газеты уделялось вопросу о выборах в городской совет г. Лодзи. 27 сентября 1936 г. проходили выборы городской власти одного из крупнейших городов Польши — Лодзи. Несмотря на тяжелые условия, антифашистский избирательный список получил подавляющее большинство голосов. Совет должен был выбрать президента города. Им был избран главный редактор «Дзенника популярного», один из организаторов Народного фронта Норберт Барлицкий. Правительство не утвердило избрания Барлицкого. Вот что по этому поводу писал Ян Клос в статье «После решения»: «Выборы в городской совет у т в е р ж д е н ы правительством. Министерство п р и з н а л о, что городской совет выбран законно и без злоупотреблений, что его состав отвечает воле населения. Министерство (внутренних дел. — *Р. А.*) не может в этом случае не признать, что и президент, избранный этим советом, отвечает воле жителей Лодзи. Несмотря на это, министерство отказывается утвердить его. Мы вместе со всеми

жителями Лодзи протестуем против этого» (№ 67 от 20/II 1937 г.).

Правительство назначило второй раз выборы президента Лодзи. Вновь был избран Норберт Барлицкий. И снова эти выборы не были утверждены правительством.

Недаром в упомянутом выше плебисците многие читатели оценивали выборы в Лодзи как самое важное событие во внутренней жизни страны в 1936 г. Победа избирательного списка единого фронта указывала всей стране путь для успешной борьбы с фашизмом.

Газета привлекала к участию на страницах «Дзенника популярного» людей, которые хотя и не были сторонниками Народного фронта, но выступали с демократических позиций против фашизации страны.

Редакция заявила, что высказывания этих людей могут не совпадать с мнениями редакции, тем не менее они покажут отношение к фашизму демократического в самом широком смысле этого слова лагеря.

Особенно большой интерес представляет интервью со Станиславом Тугуттом, председателем Главного совета «Стронництва людового». Тугутт, противник сотрудничества с коммунистами, вынужден был признать, что его программа борьбы совпадала с той платформой, которую выдвинули коммунисты. В частности, он выступал против интервенции фашистских государств в Испании, за коллективный пакт безопасности, против фашизации страны. Такие лозунги выдвигала и коммунистическая партия.

Много смелости газета проявила в разоблачении преступлений санационного правительства. Многие материалы были изъяты цензурой. Чтобы избежать красного карандаша цензора, редакция вынуждена была прибегать к перепечатке материалов, уже опубликованных в органе ППС «Роботнике», в газетах людовцев или в буржуазной печати. На страницах самого радикального легального органа, каким являлся «Дзенник популярны», эти материалы приобретали другой смысл, но пропускались цензурой.

Ни террор, ни аресты, ни цензура не могли сломить стремления редакции рассказать правду о Польше, показать жизнь страны как она есть, без приукрашивания и оговорок. Сломить волю редакции не смогло даже закрытие газеты и арест всех сотрудников. После освобождения из-под ареста многие публицисты «Дзенника популярного» продолжали борьбу с фашизмом на страницах других прогрессивных органов: «Чарно на бялым», «Роботник», «Левар», «Сыгналы», «Шпильки».

ЗА ЕДИНСТВО РАБОЧИХ И КРЕСТЬЯН

Огромное значение для дела Народного фронта имели проходившие в начале 1937 г. XXIV конгресс Польской социалистической партии и очередной конгресс Крестьянской партии «Стронництво людове». Коммунисты понимали, что резолюции конгрессов решают судьбу Народного фронта. Если верховные органы социалистической и крестьянской партий исходя из воли большинства своих членов выступят в поддержку Народного фронта, тогда установление народной власти в Польше будет вопросом дня.

Большое значение XXIV конгрессу ППС придавала компартия. Накануне конгресса, в феврале 1937 г. ЦК КПП опубликовал письмо к конгрессу с горячим призывом к единству действий рабочих — социалистов и коммунистов.

В целом ряде материалов, опубликованных накануне конгресса, «Дзенник популярны» призывал членов ППС, делегатов конгресса, руководящих работников к объединению всех прогрессивных сил в Польше. «Самая важная и самая неотложная задача конгресса ППС, — писала газета, — проложить путь к объединению сил рабочего класса. Пролетариат должен быть единым и солидарным перед лицом предстоящей борьбы» (№ 41 от 1/II 1937 г.).

В день открытия конгресса газета напечатала приветственное письмо, в котором желала всей партии, чтобы ее конгресс стал важным событием в истории борьбы за народную Польшу. «Верим, что выражаем пожелания громадного большинства граждан Польши», — заключала свое письмо редакция «Дзенника популярного».

Но конгресс ППС не оправдал надежд ни коммунистов, ни сотрудников редакции «Популярняка». Редакция, обсуждая решения конгресса, с горечью констатировала, что конгресс пошел против воли большинства членов партии, решительно отказавшись от сотрудниче-

ства с коммунистами. Редакция приветствовала наряду с этим правильные решения конгресса, который высказался против фашизации страны, за ликвидацию лагеря в Березе.

Редакция призывала рабочих-социалистов к сотрудничеству со всеми, кому дорога идея Народного фронта.

Очень плодотворно работала газета в период подготовки к очередному конгрессу «Стронництва людового». Враждебное отношение к коммунистам лидеров «людовцев» было известно всем. Но газета разъясняла, что сейчас не время для идейных споров. Нужно обязательно объединить все демократические элементы в единый антифашистский фронт, ибо в нем единственное спасение Польши. Газета призывала конгресс занять ясную позицию в этом вопросе. «Можно, независимо от отношения к коммунизму, считать, — писал в одной из статей Ян Клос, — что сегодня у нас актуальным является один фронт: демократия против фашизма; образование других фронтов внутри демократии ослабило бы эту борьбу» (№ 13 от 12/I 1937 г.).

В ряде статей газета разъясняла читателям, особенно крестьянам, какие лозунги выдвигает Народный фронт в интересах крестьянства. «За землю для крестьян без выкупа» — вот название одной из статей. В ней, кроме этого основного требования, выдвигались и другие: погашение долгов, помощь для безземельных, снижение налогов.

Крестьянский читатель по уровню своей сознательности отставал от рабочих. Поэтому газета в специальных материалах кропотливо разъясняла цели и методы борьбы Народного фронта. Ян Клос в одной из статей писал:

«Настоящего друга народа мы узнаем не по громким фразам, а по его делам. Одним из основных мерил прогрессивности является отношение к взаимному сотрудничеству самых больших демократических сил в Польше — «Стронництва людового» и рабочих организаций» (№ 73 от 18/XII 1936 г.).

«Дзенник популярны» пером своего лучшего публициста Яна Клоса разъяснял соотношение сил в Польше. «Отдельно ни людовцы, ни рабочие организации не имеют большинства. Вместе, однако, они имеют абсолютное, подавляющее большинство во всей стране. Поэтому противники — различные группировки реакции — больше всего боятся, что произойдет укрепление между ними прочного сотрудничества и объединение всех политических действий и выступлений» (№ 66 от 12/XII 1936 г.).

Но открывшийся 17 января 1937 г. конгресс «Стронництва людового» высказался против единства действий с коммунистами. Газета, публикуя решения конгресса, писала, что, несмотря на отказ сотрудничать с компартией, проведение в жизнь решений конгресса зависит от совместных действий всего демократического лагеря. Газета с огорчением констатировала, что даже эти ограниченные решения не проводятся в жизнь.

Газета, конечно, понимала, что отказ легальных левых политических партий от сотрудничества с коммунистами еще не приговор делу Народного фронта. Но сплачивание масс вокруг лозунгов борьбы против фашизма этим отказом было значительно затруднено.

Относительная слабость Народного фронта в Польше, отсутствие у него каких-либо организационных форм объясняется именно нежеланием ультраправых руководителей ППС — Зарембы, Недзялковского, Пужака и др., а также лидеров «Стронництва людового» во главе с Ратаем, Витосом и Миколайчиком — сотрудничать в едином фронте с коммунистами.

* *
*

Среди многих вопросов, которые затрагивал на своих страницах «Дзенник популярны», главное место занимала тема Народного фронта. Все другие вопросы были подчинены ему.

Особенно важную роль в подготовке масс к объединению в Народном фронте играли сравнительно небольшие по объему информации, зачастую присланные в редакцию читателями газеты. Эти примеры роста стремления народа к единству в борьбе против фашизма, проходившие в сотнях местностей митинги молодежных организаций, объединительные собрания многих крестьянских организаций, забастовки протеста и солидарности — свидетельствовали о великой жизненности среди

народных масс прогрессивных идей борьбы за свободу и хлеб, против фашизма и войны.

Редакция «Дзенника популярного» понимала, что в этих событиях проявлялась воля народа неустанно бороться против фашизма. В одной из передовых статей «Дзенник популярны» писал: «Уступок и прав не выпрашивают, их завоевывают. Кто хочет добиться только частичной, но действительной перемены к лучшему, с ним мы должны, хотя бы временно, выступать сообща против тех дел, вредность которых вместе признаем» (№ 1 от 1/I 1937 г.).

Это высказывание и определило тактику газеты: идти вместе с теми, кто независимо от идеологических различий хочет честно бороться против фашизма, за мир и свободу.

Редакция горячо приветствовала всех тех, кто хотел отдать свои силы борьбе за свободу. В новогодней передовой статье 1937 г. читаем:

«Разве во всем мире нет силы, которая противостояла бы темной массе зла и насилия и породила бы в творческом порыве солнечный мир мира, братства и священного труда?

Нет! В этой силе нет недостатка. Есть признаки, что сила эта существует и побеждает в себе косность и оцепенение.

Она рождается! С 1937 г. она рождается — на великие перемены, на большие дела мира, на великий день освобождения. Эту силу, эту живительную мощь чувствуют в себе народные массы.

Эту силу мы приветствуем!».

Редакция приветствовала эту народную силу, потому что видела, что только она может спасти страну от гибели.

Именно тогда, когда руководящие органы крупнейших политических оппозиционных партий выступили против Народного фронта, против союза с коммунистами, ориентация на народные массы, на их силу и стойкость оказалась правильной. Хотя Народный фронт официально не был создан в Польше, однако совместные выступления рабочих и крестьян, митинги, забастовки, стачки свидетельствовали о всеобщем подъеме борьбы за свободу и независимость своей родины.

Редакция понимала, что крупнейшей силой Народного фронта является могучий, боевой союз рабочих и крестьян. Газета подробно освещала даже мельчайшие примеры единства действий тружеников города и деревни. В статьях своих сотрудников и в материалах, присланных в редакцию, эта идея особенно подчеркивалась. Примечательна статья известного крестьянского писателя Мариана Чухновского «Пламя единства», в которой он от имени крестьян и крестьянской интеллигенции писал: «Считаем, что коренным нашим союзником является рабочий, поэтому верим, что с его стороны найдем поддержку и помощь» (№ 11 от 10/I 1937 г.).

Идея Народного фронта, выдвинутая компартией, нашла горячих приверженцев и проводников в лице сотрудников «Дзенника популярного». На страницах газеты они популяризовали эту идею, боролись за ее осуществление в широких массах народа. В этом большая заслуга коллектива редакции «Дзенника популярного», который ведь, как мы уже говорили, состоял из людей, придерживавшихся различных взглядов. Но объединяла их идея Народного фронта. Выдвинутый компартией лозунг «Нет врага среди левицы» оказался правильным и действенным. Опыт показал, что можно было работать совместно коммунистам и демократам-католикам, социалистам и людовцам.

* *
*

«Дзенник популярны» просуществовал всего пять с половиной месяцев. Это — небольшой срок в жизни страны, в истории прогрессивной печати. Но вклад, который внесла редакция в сокровищницу опыта революционной борьбы польского рабочего класса за единство, за свободу и независимость своей родины, за социализм, очень велик. История деятельности «Дзенника популярного», как и некоторых других газет и журналов, показывает, что коммунисты могут, даже находясь в подполье, руководить печатными органами, издаваемыми прогрессивными кругами, формально и организационно не связанными с коммунистической партией.

За свое короткое существование коллектив редакции «Дзенника популярного», показал, как нужно, несмотря на наступления реакции, вести борьбу за объединение

всего трудового народа под лозунгами борьбы за хлеб, труд и свободу, против войны и фашизма.

Большую работу провела редакция, разъясняя массам идею Народного фронта, выдвинутую Коммунистической партией Польши, единственную идею, которая смогла бы спасти Польшу от гитлеровского нашествия.

Изучая сегодня историю борьбы этого боевого органа, листая его страницы, изуродованные белыми пятнами цензуры, мы подчеркиваем ту выдающуюся роль, которую сыграл «Дзенник популярны» в деле борьбы за свободную, независимую народную Польшу.

С. И. БЕГЛОВ

МОНОПОЛИЯ СЛОВА

(о механизме и методах буржуазной пропаганды в Англии)

20 сентября 1962 г. внимание английской общественности привлек опубликованный в тот день доклад королевской комиссии по делам печати. Это было уже второе после 1949 г. официальное разбирательство в делах прессы в Англии. Между тем королевские комиссии назначаются в Англии не так уж часто. К ним прибегают в тех случаях, когда положение в той или иной области жизни страны приобретает характер общественного скандала. Такие комиссии, безусловно, не призваны лечить пороки буржуазного общества. Они, скорее, играют роль «громоотводов», с помощью которых общественное недовольство направляется в спокойное русло.

Чем же английская пресса заслужила столь одиозное внимание? Отвечая на этот вопрос, нужно иметь в виду положение дел во всем механизме английской буржуазной пропаганды.

Ежедневно с печатных машин различных городов Англии сходит 30 млн. экз. утренних и вечерних газет. Это значит, что из каждых 10 взрослых жителей 9 ежедневно покупают, по крайней мере, по одной газете. Если же учесть, что семья состоит, по крайней мере, из двух взрослых людей, то это значит, что в каждый английский дом ежедневно поступает по меньшей мере две газеты.

Каждый вечер у 10 млн. телевизоров собирается аудитория, равная также примерно 30 млн. человек. Радиовещание все еще сохраняет сильные позиции как источник последних известий. Несколько ослабла роль кино, но общее число посещений кинотеатров все еще достигает почти 10 млн. в год.

Все эти источники информации, «окна во внешний мир», почти целиком, за исключением радио и частично телевидения, находятся в руках капиталистических предпринимателей. 99,8% газет Англии — частнокапиталистические предприятия. Преобладающая часть тридцатимиллионной телевизионной аудитории также смотрит программы капиталистических концернов. Киносеть — целиком в руках частного капитала. Таким образом, пропагандистский бизнес в Англии — это монополия капиталистического класса в самом широком смысле этого слова: монополия на средства, производящие и распространяющие информацию, а отсюда и монополия на подачу и трактовку новостей в том духе, как это нужно и выгодно правящему капиталистическому классу.

Ленин называл капиталистическую прессу «орудием наживы для богачей» и «орудием обмана и одурачивания для массы трудящихся», подчеркивая при этом, что капитализм сделал из газет «капиталистические предприятия» [1]. Эту характеристику ныне с полным основанием можно распространять и на такие средства пропаганды, как кино, радио и телевидение.

Как отрасль, приносящая прибыль капиталисту, пропагандистский бизнес переплетается тысячами нитей с другими отраслями капиталистического производства. Нередко употребляемую в нашей печати характеристику прессы как «служанки монополий» нельзя считать достаточно четкой, ибо такая характеристика совершенно упускает из виду, что капиталистическая пропаганда сама является большим бизнесом, неотъемлемой и активной участницей капиталистического производства, движется теми же стимулами, что и остальные участники капиталистического производства, и проникнута теми же классовыми интересами. Магнат прессы и телевидения рьяно отстаивает классовые интересы капиталистов не потому, что он слуга монополий, а потому, что

[1] В. И. Ленин. Соч., т. 32, стр. 108.

он сам — монополист, не менее чем другие монополисты заинтересованный в сохранении капиталистического уклада и умножении своих прибылей. И поскольку его товар, дающий ему прибыль, является одновременно орудием воздействия на умы людей, то, естественно, он стремится при полном содействии со стороны других монополистов повернуть это орудие против эксплуатируемых классов, против враждебных ему сил прогресса, на охрану капиталистических порядков и обман народа. В то же время положение магната капитала дает ему возможность активно участвовать в управлении страной, в перетасовках правительственных кабинетов (чем, например, занимался английский лорд прессы Бивербрук), словом, править страной соразмерно своему капиталу.

Естественно, что как отрасль капиталистического производства, пропагандистский бизнес проходит через те же стадии и подчинен тем же закономерностям, которые свойственны всему капиталистическому производству в целом. Например, на нынешней, монополистической, стадии капитализма пресса, телевидение, кино также испытали процесс монополизации, который, как это показывает пример Англии, принял здесь даже более яркие формы, чем во многих других отраслях производства. В процессе монополизации прессы возникли свои специфические формы переплетения капиталов, формы финансовых связей с другими отраслями и любопытные виды картелирования предприятий прессы.

Деятельность пропагандистской машины Англии в послевоенные годы привлекла к себе внимание далеко за пределами Британских островов. Взять хотя бы, к примеру, английскую прессу. Общий тираж лондонских ежедневных газет вырос за послевоенное время более чем в полтора раза (с 10 до 16 млн. экз.). При этом число газет не выросло, а, наоборот, сократилось, и 80% увеличения тиража пришлось только на две газеты, принадлежащие монополистам Кингу и Бивербруку. Вместе с лордом Ротермиром эти магнаты прессы контролируют две трети тиража ежедневной печати всей Англии. Пять шестых воскресного тиража выпускается теперь с печатных машин Бивербрука, Кинга и владельцев «Ньюс оф уорлд». В то же время с 1949 г. в

Лондоне и провинции перестали выходить 17 ежедневных и воскресных газет.

Без преувеличения можно сказать, что газетно-журнальный бизнес Англии является самой концентрированной отраслью капиталистического производства.

Каковы же те факторы, которые способствуют максимальной концентрации пропагандистского механизма монополий и служат своего рода регуляторами бизнеса пропаганды?

Начнем с рассмотрения действия экономических регуляторов.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОПАГАНДЫ В РУКАХ МИЛЛИОНЕРОВ

Если внимательно присмотреться к «системе питания» капиталистического механизма пропаганды, то нетрудно обнаружить, что работа его «клапанов» и всей системы распределения финансовых средств, идущих от монополий промышленности и торговли к предприятиям прессы и телевидения, отрегулирована таким образом, чтобы сделать этот механизм органической частью Большого Бизнеса, а отсюда и рупором последнего.

Это достигается созданием таких условий, при которых предприятие прессы или телевидения не может существовать иначе, как высокоорганизованная и концентрированная монополия, беспрерывно и последовательно поглощающая или уничтожающая более мелкие, а также социально «инородные» предприятия.

Основание любого нового «пропагандистского» предприятия в Англии невозможно без вложения в него капитала в несколько миллионов. Если в 1896 г. Нортклиффу понадобилось 15 тыс. фунтов стерлингов для основания газеты «Дейли мейл», то в 1916 г. Бивербруку уже понадобилось 57 тыс. фунтов стерлингов для создания «Дейли экспресс», а в 1929 г. Эллиас затратил целых 2 млн. на то, чтобы утвердить «Дейли геральд» в одном ряду с другими газетными монополиями [1]. Какой

[1] F. Williams. The Dangerous Estate. London, 1957, p. 240—241.

же капитал понадобился бы теперь для основания подобного предприятия? Одни специалисты называют сумму минимум в 4 млн. фунтов стерлингов, другие — еще более высокие суммы, однако большинство из них сходятся на том, что в нынешних условиях концентрации газетного капитала и распределения газетного рынка в Англии любое новое начинание обречено на неудачу при любых капиталах.

Что же касается действующих предприятий пропаганды, то на них оказывается постоянное экономическое давление, которое способны выдержать лишь немногие. И этими немногими могут быть только те, кто пользуется особой благосклонностью Сити.

Взять, к примеру, хотя бы издержки производства. В газетно-журнальном бизнесе они непрерывно растут, так как это связано с неуклонным ростом цен на сырье (бумагу) и огромными расходами на приобретение оборудования. До войны тонна газетной бумаги стоила в Англии 10 фунтов стерлингов. Сейчас она стоит около 60 фунтов стерлингов. Чем достигается такое увеличение ее стоимости? Также максимальной концентрацией производства бумаги. Ныне главные позиции в производстве бумаги заняты фактически двумя компаниями: «Ридс» и «Боутер пейпер корпорейшн». Они и диктуют цены. Магнаты прессы, вроде Ротермира и Кинга, сами являются совладельцами крупных целлюлозно-бумажных предприятий. Естественно, что рост цен на бумагу выгоден им со всех точек зрения. Страдают только более слабые конкуренты.

Непосильно для маломощных предприятий и обновление основного капитала, без чего невозможно конкурировать с другими предприятиями, постоянно совершенствующими свою полиграфическую базу. Техника создала машины, обеспечивающие сочетание высококачественной печати с большими тиражами. Такие машины доступны только крупным предприятиям, причем только наиболее монополизированные из них могут обеспечить максимально эффективное использование этих машин. Но и на этом не кончается действие экономических регуляторов пропагандистского бизнеса.

КАПИТАЛИСТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА — ГЛАВНЫЙ РЕГУЛЯТОР БИЗНЕСА ПРОПАГАНДЫ

Доходы от реализации продукции составляют лишь часть той суммы, которая расходуется капиталистами на пропаганду. Товар этот сознательно «дотируется» классом капиталистов во имя его максимально широкого распространения. В коммерческом телевидении, например, с потребителя вообще не взимается плата. За счет чего же финансируется деятельность предприятий пропаганды, извлекается прибыль? За счет фондов от рекламы. Именно по рекламному каналу перекачиваются средства из торгово-промышленных монополий к органам пропаганды. Без доходов от рекламы существование любого частнокапиталистического предприятия в области прессы, радио и телевидения было бы абсолютно невозможным.

Средства от рекламы составляют, как правило, до половины всех поступлений журнально-газетного предприятия Англии и фактически 100% поступлений у предприятий коммерческого телевидения.

Типичным примером может служить пресс-концерн Бивербрука (1 ежедневная, 1 воскресная, 1 вечерняя и 1 провинциальная газеты).

О том, как в концерне Бивербрука из года в год росли валовые поступления от рекламы, можно проследить по следующей таблице [1]:

	1955	1956	1958	1959	1960
Годовой доход от рекламы в фунтах стерлингов	7 304 395	9 504 483	12 547 106	14 664 988	17 988 600

Таким образом, за шесть лет, с 1955 по 1960 г., эти поступления выросли ровно в 2,5 раза.

Опубликованные в 1957 г. данные газетного концерна Ротермира показывают, что доходы газеты «Дейли мейл» от рекламы составляли 12 млн. фунтов стерлингов, в то время как доходы от продажи тиража — 11 млн. фунтов стерлингов.

[1] «Labour Research», February 1958; «World's Press News», 13. XI 1959.

«Ныне мы опять вернулись к довоенному положению, — писала газета «Файненшл таймс» в 1958 г., — когда доход от рекламы обеспечивает издателям газет и журналов немногим менее 60% от всех поступлений» [1].

Доходы всех английских газет и журналов от рекламы росли за последние годы следующим образом (в миллионах фунтов стерлингов) [2]:

1955	1956	1957	1958	1959	1960
134,3	144,5	148,5	153,5	170	214

Из этой таблицы видно, что общие поступления всех английских газет от рекламы выросли только за период 1955—1960 гг. на 60%.

В целом для всех газет это менее заметный рост, чем для отдельных фирм. В группе Бивербрука, например, не только вырос валовой доход от рекламы в 2,5 раза, но и ее удельный вес в общей сумме доходов всех газет вырос за 6 лет с 5,5 до 8,5%, хотя в группу входит лишь одна тридцатая часть всех газет Англии.

Что же дало пропагандистскому концерну Бивербрука преимущество в распределении доходов от рекламы?

Рекламные поступления в печать, радио, телевидение регулируются следующим образом.

Газетное пространство, предоставляемое под коммерческую рекламу, является товаром на рынке рекламы. Цена этого товара определяется прежде всего размером газетной площади. Чем больше размер объявления и чем больше места оно занимает, тем выше цена его публикации. Но это далеко не единственный фактор, определяющий цену рекламы. Если бы действовал только один этот фактор, то все газеты были бы примерно в равном положении в отношении доступа к доходам от рекламы.

Далее вступают в действие факторы, определяющие преимущество одних газет перед другими в привлечении рекламы.

[1] «Financial Times», 2.V 1958.
[2] «World's Press News», 31. III 1961.

Одним из таких факторов является тираж газеты. Одного и того же размера объявление, помещенное в газете с большим тиражом, будет стоить в несколько раз дороже такого же объявления в газете с небольшим тиражом. Чем больше людей читают газету, в которой помещена реклама, тем дороже готов заплатить предприниматель за свое объявление.

И, наконец, следующее важное мерило стоимости рекламного пространства — это характер читателей газеты с точки зрения их покупательной способности и материальных запросов. Чем богаче контингент читателей газет, тем больше у рекламодателя шансов заполучить потенциальных потребителей рекламируемого товара. По этому признаку читатели газеты делятся на рынке рекламы на классы (А, В, С, Д, Е и т. д.). Газета, которую читают люди обеспеченных классов (А или В), так и называется — газета читателей класса А — В. Газету, которую читают люди победнее, в частности рабочие, называют газетой читателей класса Д — Е [1].

Издания, добивающиеся наиболее выгодного сочетания двух показателей: размера тиража и охвата обеспеченных слоев населения — привлекают наибольшее количество рекламодателей, а вместе с этим приобретают и еще одно важное преимущество — возможность взимать повышенную плату за отводимое под рекламу пространство.

Если взять, к примеру, три ежедневные газеты: «Дейли геральд», «Дейли мейл» и «Дейли экспресс», — то соотношение ставок за рекламу в этих газетах может быть выражено следующей пропорцией — 1 : 1,5 : 2.

Тираж «Дейли геральд» и «Дейли мейл» примерно одинаков. Тираж «Дейли экспресс» в два раза выше тиража каждой из этих газет. Это и дает «Дейли экспресс» возможность назначать двойную ставку за рекламу. Но чем объяснить, что ставка «Дейли мейл» в полтора раза выше ставки «Дейли геральд»? Тираж

[1] Английский институт рекламы следующим образом распределяет читателей газет по классам:
А — В — (верхние слои буржуазии) — 14%
C_1 — (средняя и мелкая буржуазия) — 17%
C_2 — (квалифицированный рабочий класс) — 34%
Д — Е — (рабочий класс и другие бедные слои населения) — 35%
(см. J. Todd. The Big Sell. London, 1961, p. 47).

«Дейли мейл» несколько выше тиража «Дейли геральд». Но не в этом главная причина. Читательский состав «Дейли мейл» — это мелкая и средняя буржуазия, то есть та часть населения, которая в справочниках по рекламе обозначается литерами А и В. Что же касается «Дейли геральд», то она рассчитана в основном на рабочую массу (литеры Д и Е). Рекламодатели больше заинтересованы в том, чтобы привлечь внимание потенциальных покупателей первой категории, нежели второй. Поэтому они готовы платить за рекламу газете «Дейли мейл» больше, чем газете «Дейли геральд».

Изменение стоимости газетной рекламы базируется на цене «колоночного дюйма».

Цена колоночного дюйма для газет с тиражом свыше 2 млн. экз. считается достаточной, чтобы обеспечить газете доходы от рекламы, необходимые для сбалансирования бюджета. При тираже меньше 2 млн. цена колоночного дюйма высока только в тех случаях, когда состав читателей относится к категории А или В.

Как только тираж газеты, рассчитанной на массового читателя, опускается ниже рубежа в 2 млн. экз., так сразу же цена колоночного дюйма резко идет вниз и газета попадает в кризисное положение, которое неизбежно ведет к ее закрытию.

Следующая таблица показывает соотношение между тиражами газет, ценой колоночного дюйма и стоимостью большеразмерного объявления в этих газетах на начало 1958 г. [1]:

Название газеты	Тираж	Цена колоночного дюйма	Стоимость большеразмерного объявления
„Дейли экспресс"	4,1 млн.	25 ф. ст.	2000 ф. ст.
„Дейли миррор"	4,6 „	24,9 „	1344 „
„Дейли мейл"	2,1 „	18,5 „	1500 „
„Дейли геральд"	1,5 „	15 „	975 „
„Ньюс кроникл"	1,3 „	13 „	845 „
„Дейли скетч"	1,2 „	10 „	432 „
„Дейли телеграф"	1,1 „	13 „	975 „

[1] «World's Press News», 21.III 1958.

Как сложилась судьба некоторых из перечисленных в таблице газет в дальнейшем? «Ньюс кроникл» попала в распродажу и прекратила свое существование. Касаясь причин гибели «Ньюс кроникл» и ее «вечерней» спутницы — газеты «Стар», их бывший хозяин лорд Кэдбери заявил: «...Падение тиража обеих газет вызвало падение стоимости рекламного пространства (в расчете на каждую тысячу читателей) до уровня, на котором нельзя было удержаться» [1].

Финансовое положение «Дейли скетч» настолько неважное, что слухи о неминуемом закрытии газеты постоянно циркулируют на Флит-стрите.

Выходит пока в свет и «Дейли геральд». Но ее судьба предрешена. (Речь об этом пойдет в следующем разделе.)

В то же время «Дейли телеграф», имеющая тираж немногим более 1 млн., может считать себя преуспевающей газетой, ибо классовый состав ее читателей (литеры А и В) гарантирует ей не только высокую стоимость большеразмерных объявлений, но и, главное, большой приток заказов на рекламу.

Если обратиться к другому показателю — способности газеты привлекать рекламу — доле общего пространства газеты, занятого объявлением, то и здесь будет четко прослеживаться предпочтение рекламодателями наиболее «качественных» (то есть рассчитанных на зажиточного читателя) изданий. Например, в январе 1958 г. еженедельник «Трибюн» подсчитал, какое пространство занято рекламой в лондонских воскресных газетах. Выявилась следующая картина: в газете Бивербрука «Санди экспресс» реклама занимала 44% пространства,

в „Обсервер"	—50%
в „Ньюс оф уорлд"	—43,2%
в „Санди таймс"	—42%
в „Пипл"	—36%
в „Санди диспетч"	—31%
в „Эмпайр ньюс"	—28,5%
в „Санди грэфик"	—15,8%

[1] «Keesing's Contemporary Archives», 1960, p. 17806.

Любопытна дальнейшая судьба газет, которые не сумели привлечь рекламу более чем на одну треть своего объема. В октябре 1960 г. прекратила свое существование «Эмпайр ньюс», в декабре 1960 г. закрылась «Санди грэфик», в июне 1961 г. сошла со сцены «Санди диспетч». Несмотря на свой полуторамиллионный тираж, последняя терпела ежегодно убытки в 600 тыс. фунтов стерлингов. Причина — недостаточное привлечение рекламы.

Итак, рекламные поступления направляются в наиболее концентрированные газетные монополии, располагающие изданиями с наиболее массовыми тиражами, или в издания, ориентирующиеся на наиболее состоятельные слои населения.

Так, например, 11 ежедневных лондонских газет с большим тиражом получили в 1955 г. по этому каналу 21 млн. фунтов стерлингов, а в 1960 г. — 41,6 млн. фунтов. Увеличение — почти в 2 раза [1]. Что же касается 100 провинциальных ежедневных газет, то их поступления по тому же каналу за тот же период увеличились с 12,5 млн. фунтов стерлингов до 15 млн., то есть всего лишь на 20%. Когда предприниматель покупает место для рекламы в газете, он, по выражению английской газеты «Файнэншл таймс», «хочет иметь гарантию, что его вложение не пропадет даром... Сумма, которую он платит, зависит главным образом от тиража, который он приобретает» [2]. Современная газета, подчеркивает английский журнал «Банкир», «субсидируется рекламодателями, которые готовы платить... в зависимости от того, какое количество людей и какие люди (выделено нами. — *С. Б.*) обычно покупают газету» [3].

Сокращение числа газет в Англии и концентрация газетного бизнеса главным образом в руках 4—5 лондонских монополий — это как раз результат действия неумолимого финансового пресса, рычаги которого находятся в руках рекламодателей. Комментируя в 1956 г. смерть двух очередных жертв («Бирмингамская газета» и «Йоркширский обозреватель»), английский публицист и историк прессы Ф. Вильямс писал, что они обе были

[1] «World's Press News», 8.III 1957, 10.III 1961.
[2] «Financial Times», I.VI 1959.
[3] «Banker», No. 9, 1957.

погублены растущей стоимостью производства и неспособностью привлечь достаточные рекламные поступления.

Власть рекламодателей-капиталистов над прессой достигла ныне в Англии таких масштабов, что один из членов парламента лейборист Ноэль-Бэйкер вынужден был недавно призвать правительство заняться расследованием отношений между прессой и рекламодателями. В своем выступлении в палате общин Ноэль-Бэйкер сказал: «Многие люди в Англии удручены постоянно снижающимся уровнем рекламирования как в редакционных материалах, так и в самих объявлениях... Одной из причин, несомненно, является то, что существование крупных центральных газет в большой степени зависит от рекламы. Я слышал, что если 12 крупнейших агентов рекламы перестанут иметь дело с какой-либо газетой, то эта газета завтра же выйдет из строя» [1].

РЕКЛАМНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ В РОЛИ РЕГУЛЯТОРА СОДЕРЖАНИЯ ПРОПАГАНДЫ

Зависимость органов буржуазной пропаганды от Большого Бизнеса не кончается на том, что в соответствии с мерой получаемых ими доходов решается вопрос — существовать или не существовать данному органу. Принимая решение публиковать или не публиковать рекламу в том или ином органе, Большой Бизнес принимает во внимание и общее направление этого органа печати, содержание его политических и других материалов. Чем больше направление газеты устраивает Большой Бизнес, тем больше у нее приток рекламных объявлений. Конечно, Большому Бизнесу особенно по душе «благонадежные», то есть архиреакционные, консервативные издания, стоящие на страже существующих устоев. Вот почему пышным цветом распускаются газеты консервативного направления, которые щедро поливаются рекламными вознаграждениями. С другой стороны, хиреют органы, заигрывающие с «левыми» идеями. К ним реклама идет неохотно. Отсюда рождается редакционная политика угодничества

[1] «Parlamentary Debates (Hansard)», 21.XI 1958, p. 1528.

перед монополиями. Именно в угоду монополиям политические акции правящего класса окрашиваются в розовый цвет, а освещение действий прогрессивных и рабочих организаций выдерживается в подчеркнуто зловещих, контрастных тонах.

Автор книги «Большой обман» английская писательница Джудит Тодд подчеркивает, что «наиболее заметное влияние рекламодателя носит негативный характер: оно выражается в замалчивании печатью нежелательных тем. Известно, что бывают крупные демонстрации и митинги, которые печать не соизволит считать «новостью». Напрасно было бы также ожидать, чтобы печать критиковала своих рекламодателей и их товары... В результате газета становится «упаковкой» в том смысле, что помещаемые в ней информационные сообщения и статьи подбираются в соответствии с рекламируемыми в них ценностями» [1].

Вторжение Большого Бизнеса в редакционную политику крупнейших газет приняло такие широкие масштабы, что целые газетные полосы — а часто и по нескольку полос — заполняются рекламным материалом отдельных фирм или монополистических групп не только в виде обычных коммерческих объявлений, но и в виде статей, «очерков», репортажей и даже редакционных статей! «В течение последних месяцев, — свидетельствует английский публицист Ф. Вильямс, — стало почти невозможно раскрыть вечернюю газету или некоторые из центральных ежедневных газет... без того, чтобы не столкнуться с гектарами специальных, обрамленных объявлениями статей.., подделанных под редакционные материалы того или иного характера» [2].

В таком же духе описывает создавшуюся ситуацию и специальный обозреватель органа рекламодателей «Уорлдс пресс ньюс» Бэкбенчер: «Лишь в немногих газетах, как ежедневных и вечерних, так и воскресных, не обнаруживаешь своего рода тематических подборок, где редакционные статьи и реклама совпадают по теме. Эти подборки иногда занимают половину полосы. Чаще всего — это полная полоса. А в отдельных случаях это — четырех- и даже шестиполосные гигантские при-

[1] J. Todd. The Big Sell, p. 48.
[2] «New Statesman», 1.XI 1958.

ложения, которые помогают заполнить 16-страничную ежедневную газету. Во многих случаях редакционный материал настолько прямо связан с рекламой — скажем, интервью с боссом, который оплачивает полполосы, занятой его объявлениями, — что он выглядит так, как будто был написан представителем фирмы» [1].

Вот еще одно любопытное свидетельство — письмо читателя Ф. Байндера в газету «Нью дейли». «В большинстве случаев место, отведенное рекламе... далеко превосходит место, отведенное новостям, статьям и комментариям. Газеты все больше становятся средством рекламы, в которых новости играют роль приложения, привлекающего читателей» [2].

Большой Бизнес все больше и больше использует рекламные ассигнования для жесткого контроля за содержанием газет. С другой стороны, все большее участие газет в делах Большого Бизнеса, их экономическая зависимость от последнего заставляют их писать то, что нравится прежде всего монополисту-рекламодателю. И чем больше мелких изданий и провинциальных газет поглощает та или иная монополия, тем более схожим становится характер этих изданий.

«Будучи зависимыми от добрых отношений с местными группировками, такие монополистические газеты имеют тенденцию часто скользить по верхам сложных проблем с тем, чтобы не обидеть никого из влиятельных людей в округе» [3], — отмечает Ф. Вильямс.

«Владельцы газетных предприятий, — подчеркивает Вильямс, — вынуждены в результате оказываемого на них давления выпускать такие газеты, которые нравятся рекламодателям» [4].

В этом свете особенно поучителен пример с газетой «Дейли геральд». Правые лейбористы пытались сделать ее своим официальным органом. Она почти зачахла к 1928 г., когда на нее обратил внимание делец Эллиас (лорд Шервуд). Ему не давали покоя лавры других предпринимателей, подвизавшихся на газетном поприще, и он решил попробовать свои силы в газетном деле. Он заключил с правыми лейбористами сделку, согласно которой он получал полную свободу любых коммерческих манипуляций с газетой.

[1] «World's Press News», 7.XI 1958.
[2] «The New Daily», 11.V 1960.
[3] «New Statesman», 17. XI 1958.
[4] Ibid.

Чтобы вывести газету в первые ряды крупнотиражных газет, Эллиас решил привлечь внимание рекламодателей. Но он знал, что для этого ему нужно обеспечить тираж минимум в 2 млн. экз. Он истратил 2 млн. фунтов стерлингов на подарки читателям и их вербовщикам. Он переплюнул других газетных королей в подборе самой грязной сенсации, сексуальных историй и уголовных приключений. Это Эллиасу принадлежит циничное изречение: «Единственный способ внести социализм в официальную газету лейбористской партии — это начертать его на спине купающейся красавицы» [1]. В 30-х годах «Дейли геральд» вышла в «люди», ее тираж достиг 2 млн. экз. Она стала бойко торговать товаром — рекламой, ибо она получила признание других капиталистов. Эллиас захватил 51% акций газеты. В директорате газеты он посадил пять представителей своей монополии и позволил там заседать только четырем лейбористам.

Тем не менее после войны газета начала испытывать серьезные экономические трудности. Даже символическое заигрывание с лейборизмом не способствовало укреплению позиций газеты в ожесточенной борьбе с другими конкурентами на рынке рекламы. Летом 1957 г. исполком Британского совета тред-юнионов по соглашению с владельцами газеты вынужден был в сущности отказаться от своего права определять политику газеты. Взамен владельцы газеты дали «джентльменское» слово обязательно проводить в редакционных материалах точку зрения лейбористов. Но и это не помогло бизнесу. Тираж «Дейли геральд» продолжал падать, поступления от рекламы — сокращаться.

Летом 1960 г. владельцы «Дейли геральд» потребовали «полной свободы редакционной политики». «Джентльменское» соглашение с тред-юнионами было расторгнуто. «Дейли геральд» отказалась даже

[1] F. Williams. The Dangerous Estate, p. 28.

от видимости «инакомыслия» в политических вопросах.

Несколько месяцев спустя «Дейли геральд» стала объектом купли-продажи: вместе со всем концерном «Одэмс пресс» она перешла в руки некоронованного короля Флит-стрита — Сесиля Кинга. Кинга интересовали лишь журналы концерна «Одэмс пресс». Он откупился от тред-юнионов незначительной суммой денег, чтобы получить право привести смертный приговор газете в исполнение.

Так Большой Бизнес наводит полный порядок в своем пропагандистском механизме.

У Большого Бизнеса есть свои приводные ремни, которые делают бизнес прессы и телевидения прямым его продолжением. Это — около 40 крупнейших агентств-рекламодателей, через руки которых в 1959 г., например, прошло около 76 млн. фунтов стерлингов, то есть три четверти всех ассигнований на большеразмерную рекламу в газетах, а также около 36 млн. фунтов стерлингов, то есть почти две трети всех рекламных расходов в телевидении [1]. При этом всего лишь 10 агентов-рекламодателей монополизировали почти половину всего денежного потока в прессу. Таким образом, в роли главных плательщиков «дотации» прессе также выступают монополии.

«Из 40 ведущих (рекламных) агентств, — пишет Джудит Тодд, — наиболее крупное из них имело в 1960 г. оборотный капитал, превышающий 16 млн.ф. ст., а самое мелкое — капитал в 4 млн. ф. ст.» [2].

С чьих же банковских счетов идут обильные рекламные «приложения» в газетный и телевизионный бизнес? В двадцатку наиболее щедрых «кормильцев» прессы, по данным 1959 г., входят следующие монополии: «Юнилевер» (около 9 млн. фунтов стерлингов) — крупнейший концерн химических и пищевых продуктов, «Бичем групп» (5 млн.) — трест по производству пищевых продуктов, «Хедлей» (около 4,7 млн.) — крупнейшая организация по сбыту автомобилей, «Империэл тобакко» (2,5 млн.), «Кэдбери» (2 млн.) — кондитерский трест, «Шелл-Мекс» (1,7 млн.) — нефтяной концерн и

[1] «World's Press News», 15.VII 1960.
[2] J. Todd. The Big Sell, pp. 84—85.

другие, включая монополии по производству резиновых изделий («Данлоп»), химический концерн «Империэл кемикл индастрис», нефтяную фирму «Эссо» и т. д. [1]. От них прямо или косвенно зависит, какие газеты или журналы на Флит-стрите обречены стать жертвой очередной финансовой сделки монополий.

Угроза гибели немонополизированных газетных и журнальных предприятий стала столь очевидной, что за последние годы вопрос о «кризисе» на Флит-стрите неоднократно становился предметом обсуждения в палате общин. Член парламента — лейборист Фрэнк Эллаун в своем выступлении в мае 1957 г. обратил внимание на то, что в газетной индустрии Англии фактическое господство перешло к четырем монопольным группам. «За этой могущественной группой, — сказал Эллаун, — скрывается горсточка необычайно богатых, всесильных и, за редким исключением, крайне реакционно настроенных людей. Им ничего не стоит смешать интересы страны с интересами Большого Бизнеса... Свобода печати означает свободу нескольким миллионерам публиковать ту информацию, которая устраивает их, или опускать тот материал, который им не нравится» [2].

В феврале 1961 г., когда очередной разбой монополистов на Флит-стрите вызвал справедливое возмущение общественности, правительство вынуждено было объявить о назначении специальной королевской комиссии по расследованию положения в газетной индустрии. К тому времени в Англии еще была свежа память о том, чем кончилась деятельность подобной комиссии, назначенной после войны, — она нашла факты концентрации прессы неопровержимыми, но не решилась рекомендовать правительству вмешаться в дела монополий.

Новая комиссия после полутора лет разбирательства не могла не сделать вывода о том, что концентрация прессы является «потенциальной угрозой общественным интересам» и что в Англии «нет достаточно эффективных законов или каких-либо финансовых средств контроля для регулирования конкурирующих между со-

[1] «Forward», 1.I 1960; «Financial Times», 4.VII 1959.
[2] «Parlamentary Debates (Hansard)», 17.V 1957, pp. 746—747.

бой экономических сил, чтобы обеспечить достаточное разнообразие газет».

Однако и эта комиссия не нашла в себе смелости предложить что-нибудь радикальное для ликвидации произвола монополий. Предложенные этой комиссией специальные суды для расследования новых случаев слияния газетных предприятий не смогут помешать магнатам прессы прибирать к рукам более слабых конкурентов. Эти «суды», по замыслу комиссии, не должны возражать против поглощения одних газетных трестов другими, если будет представлено «удовлетворительное объяснение», что такое слияние не противоречит общественным интересам. Нетрудно предугадать, что хозяева прессы всегда смогут договориться с буржуазными судьями относительно этого «удовлетворительного объяснения».

В то же время комиссия отвергла предложения о полном запрещении дальнейшего слияния газетных предприятий. Были признаны «ненужными» и все другие предложения, направленные на ограничение господства монополий и облегчение положения небольших газетных предприятий. Так, королевская комиссия отклонила предложения о введении лимита на рекламное пространство пропорционально объему газеты. Такая же участь постигла и предложение о введении специального налога на доходы газет от рекламы, превышающие 2 млн. фунтов стерлингов в год, с тем чтобы средства от такого налогообложения монополий могли быть использованы для оказания помощи небольшим газетным предприятиям.

В итоге «Королевская комиссия по делам прессы 1961—1962 гг.» сделала все, чтобы оставить в неприкосновенности интересы и привилегии Большого Бизнеса в газетном деле.

ГЛАВНЫЕ МОНОПОЛИИ СЛОВА В АНГЛИИ

В настоящее время в сфере пропагандистского бизнеса Англии заканчивается очередная крупная перегруппировка сил. Резко выросшая после войны себестоимость издательского дела и четко определившееся предпочтение рекламодателями органов печати с максимальными тиражами обеспечили крупным концернам такие преимущества, перед которыми не могут устоять издатели средней руки. В результате — дальнейшая концентрация пропагандистского бизнеса, сопровождаемая сокращением общего числа изданий. Вот картина сделок монополистов в этой области, имевших место только в течение последних трех лет в центральной (газетно-журнальной) печати. К началу 1958 г. в газетно-журнальном деле Англии орудовали 10—12 главных монополий. Потом произошло следующее:

Концерн С. Кинга («Миррор-Пикториэл») скупил акции фирмы «Амальгамейтед пресс» с 42 еженедельными и 23 ежемесячными изданиями.

Концерн «Одэмс пресс» скупил акции фирмы «Ньюнес» с 57 периодическими изданиями и фирмы «Халтон» с десятком крупнейших периодических изданий.

Концерн «Томсон ньюспейперс» приобрел фирму «Кемзли ньюспейперс» с 15 газетами и 11 еженедельниками.

Концерн Ротермира («Ассошиэйтед ньюспейперс») поглотил центральные газеты «Ньюс кроникл» и «Стар».

Крупнейшая воскресная газета «Ньюс оф уорлд» присоединила к себе воскресную газету «Эмпайр ньюс» с двухмиллионным тиражом.

Наконец, в начале 1961 г. концерн «Миррор-Пикториэл» скупил акции «Одэмс-пресс» и стал абсолютным монополистом в журнальном деле Англии.

В результате капиталы некоторых концернов, таких, например, как «Миррор-Пикториэл» (недавно он переименован в «Интернэшнл паблишинг корпорейшн»), увеличились в 5 раз, а число основных конкурентов на Флит-стрите уменьшилось до 5.

КОНЦЕРНЫ ПРЕССЫ

Каждая из монополий прессы представляет собой комбинат пропаганды, выпускающий в свет универсальную продукцию в виде газет, журналов и книг.

Ниже дается характеристика 4 крупнейших монополий, контролирующих две трети газетного тиража и почти весь тираж массовых журналов Англии. Общая сумма капиталов этих монополий — 156 млн. фунтов

стерлингов — превышает капиталы всех остальных газетных издательств, вместе взятых.

Концерн **«Ассошиэйтед ньюспейперс»** лорда Ротермира выпускает 2 центральные ежедневные газеты («Дейли мейл» и «Дейли скетч»), одну вечернюю лондонскую газету («Ивнинг ньюс»), одну центральную воскресную газету («Санди диспэтч»), 11 провинциальных ежедневных газет, 6 еженедельных газет. Разовый тираж только ежедневных газет, выпускаемых этим концерном, — 5,5 млн. экз., что составляет 23% всего тиража ежедневных газет Англии. Осенью 1960 г. жертвами Ротермира стали две центральные газеты: утренняя «Ньюс кроникл» и вечерняя «Стар». Обе принадлежали к «либеральному» направлению. Но в одно прекрасное утро английские либералы обнаружили в своих почтовых ящиках вместо этих газет архиконсервативную «Дейли мейл».

Концерн **«Интернэшнл паблишинг корпорейшн»** во главе с Сесилем Кингом, наследником газетного короля лорда Нортклиффа, представляет собой крупнейший из всех когда-либо существовавших концернов печати. Он издает ежедневную центральную газету «Дейли мирор» с филиалом в Шотландии («Дейли рекордер»), центральную газету «Дейли геральд», две центральные воскресные газеты («Санди пикториэл» и «Пипл»), около 300 различных периодических изданий и т. д. Доля этого концерна в разовом тираже ежедневной прессы — 24%, в разовом тираже воскресных газет — 45%; разовый тираж журналов составляет свыше 40 млн. экз., это почти вся продукция массовых иллюстрированных журналов Англии.

Компания **«Бивербрук ньюспейперс»** лорда Бивербрука включает одну центральную ежедневную газету («Дейли экспресс»), одну вечернюю газету в Лондоне («Ивнинг стандарт») и одну вечернюю газету в Глазго («Ивнинг ситизен»), а также одну центральную воскресную газету («Санди экспресс»). Доля этого концерна в разовом тираже ежедневных газет — 20%, в разовом тираже воскресных газет — 12%.

Концерн **«Рой Томсон ньюспейперс»**, базирующийся в основном на предприятиях, скупленных у лорда Кемзли, контролирует 2 воскресные газеты («Санди таймс» и «Санди сан»), 14 ежедневных и свыше 20 еженедельных провинциальных газет. Общее число изданий, находящихся под контролем Томсона, в том числе в Канаде и США, превышает 80 названий.

РАДИО

Английское радио является исключением из общего правила — оно не является частным предприятием, а находится в руках государственно-капиталистической организации «Бритиш Броадкастинг Корпорэйшн» (Би-Би-Си). Эта организация содержится на поступления от абонентов и ассигнования из бюджета правительства. Однако ее статус определен таким образом, чтобы обеспечить контроль над деятельностью Би-Би-Си со стороны руководящей финансово-промышленной и аристократической группировок, независимо от партийного состава официальных правительственных учреждений. Не случайно Би-Би-Си наряду с монархией и церковью причисляется в Англии к так называемым «постоянным учреждениям системы» («эстаблишмент»). Это делается с явной целью придать важнейшему органу пропаганды вид «надклассового учреждения» и в то же время сделать его послушным рупором правящего класса.

По свидетельству английского журналиста Г. Фейрли, «Би-Би-Си сделала больше, чем другая организация, чтобы поддержать все самое консервативное в этой стране» [1].

В высший орган по руководству Би-Би-Си — «Совет «гавернеров» — назначаются лица, чья приверженность к существующему строю находится вне сомнений. Из 8 «гавернеров» — 6 титулованных особ, в том числе 2 лорда и 4 деятеля, удостоенных «рыцарского звания». Все эти люди, вроде сэра Артура Форда, в прошлом адвоката и руководителя важнейших департаментов в министерстве вооружений, подобраны таким образом, чтобы не колоть глаза своей яркой политической внешностью (в этом смысле состав «гавернеров» исключительно бесцветный), но в то же время составлять надежный оплот существующих классовых устоев.

---

[1] Цит. по журн.: «За рубежом», 15.IV 1961.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

До 1954 г. в Англии существовал только один канал телевидения, принадлежавший Би-Би-Си. Как и радио, этот канал телевидения функционирует на некоммерческих началах, рекламирование по нему запрещено, поскольку правительство не решается разрушить показную «надпартийную» оболочку Би-Би-Си, чтобы было легче орудовать им в интересах правящих классов. Такое положение, конечно, не могло долго устраивать монополистов, которые видели в телевидении самого подходящего продавца идей и товаров. В 1952 г. на свет появился план создания коммерческого или так называемого «независимого» (от Би-Би-Си, но не от монополий) телевидения. Особенно активную роль в разработке этого плана сыграли крупнейшие рекламные агентства, посредничающие между монополиями и потребителем. К тому времени эти агентства сами превратились в крупные монополии, ибо рекламный бизнес стал не только источником колоссальных прибылей, но и сильнейшим инструментом политического и экономического влияния. И не случайно аппарат рекламных агентств за последние годы все теснее сплетается с пропагандистским аппаратом консервативной партии, а деньги, получаемые от коммерческой рекламы, все чаще находят дорогу в фонд политических кампаний консерваторов. Не случайно также и то, что штаб-квартирой подготовительного комитета по созданию коммерческого телевидения служила контора самой влиятельной английской рекламной фирмы «С. Бенсон».

В ходе кампании за создание коммерческого телевидения ее инициаторам необходимо было решить две политические задачи. Первую — преодолеть сомнения некоторых парламентариев, которые имели какое-либо отношение ко второму каналу телевидения. Вторую — усыпить общественное мнение, обеспокоенное перспективой создания нового мощного инструмента власти и влияния в руках монополистов. На решение первой задачи были мобилизованы крупнейшие воротилы бизнеса, пользовавшиеся влиянием в правительстве, парламенте и прессе. С этой целью в состав подготовительного комитета были введены такие фигуры, как бывший председатель консервативной партии лорд Вултон,

промышленный магнат сэр Роберт Ренуик, обладавший четырнадцатью директорскими постами в различных отраслях промышленности и «развлекательного» бизнеса, а также К. Стэнли, директор фирмы «Пай», производящей радиотелевизионное оборудование. Уже сам состав этой тройки свидетельствует о монолитном слиянии интересов всех родов политического и промышленного бизнеса в осуществлении идеи коммерческого телевидения.

Для решения второй задачи — обработки общественного мнения — была мобилизована организация «Цели индустрии», поставившая себя на службу монополиям в проведении различных политических кампаний. В свое время эта «частная» фирма, щедро ссужаемая монополиями, провела широкую пропагандистскую кампанию против планов национализации сахарного концерна «Тейт энд Лайл». Теперь в знак благодарности бизнес бросил эту «частную фирму» в бой, чтобы отстоять идею второго канала телевидения. Она распространила огромное число пропагандистских материалов, «рассылала комментарии и статьи в газеты, снабжала фильмами и поставила на службу целую группу лекторов по этому вопросу» [1].

Большое количество этих материалов пошло по различным каналам, замаскированным под «новости дня», без обозначения действительного источника. В адрес 1400 газет ассоциация направляла потоки статей, написанных известными авторами.

В 1954 г. парламент утвердил закон о создании коммерческого телевидения. Кампания Большого Бизнеса увенчалась успехом. В этой кампании было «невозможно провести грань между усилиями рекламных агентств, промышленников радио и телевидения, финансовых групп и консервативной партии» [2]. История создания коммерческого телевидения — наглядный пример действия мощного политического и пропагандистского аппарата монополий.

За 8 лет своего существования коммерческое телевидение прочно закрепилось на положении содержанки монополий. Телевизионные передатчики (их 11) нахо-

---

[1] «New Statesman», 9.VI 1961.
[2] Ibid., 26.V 1961.

дятся в руках так называемого Управления коммерческого телевидения.

Управление не собирает абонементной платы с населения, но сдает свои передатчики в аренду так называемым «программным компаниям», то есть коммерческим организациям, специализирующимся на подготовке телевизионных программ. Поскольку в программы разрешается вкрапливать рекламу, то эти компании широко торгуют временем для рекламных объявлений. За каждую минуту, отдаваемую рекламе, взимаются поистине астрономические суммы (до 20 тыс. фунтов стерлингов в часы пик). Таким образом, реклама является единственной статьей финансирования коммерческого телевидения. В роли рекламодателей выступают крупнейшие торговые и промышленные монополии Англии.

Поступления от рекламы в коммерческое телевидение составляли в первые годы его существования 15—20 млн. фунтов стерлингов, в 1959 г. они составили уже 58 млн. фунтов стерлингов, а в 1962 г. — 82,5 млн. фунтов стерлингов [1].

Решающая роль в контроле за финансовой деятельностью и содержанием передач коммерческого телевидения принадлежит представителям газетно-журнальных, кинематографических и промышленно-финансовых фирм. Из 89 директорских постов в «программных компаниях» 19 принадлежат газетным монополиям, 18 — кинокомпаниям и еще 19 — представителям других монополий.

Главную роль в выпуске телевизионных передач играют 4 компании, ставшие подлинными монополистами в своем деле, — «Ассошиэйтед телевижн», «Ассошиэйтед редифьюжн», «Гранада телевижн» и «Эй-Би-Си телевижн».

Во главе первой из них стоит Принс Литтлер, крупнейший монополист в области зрелищных предприятий. Ему подконтрольны 19 театров лондонского Вест-энда и многие провинциальные предприятия.

Вместе с Литтлером делами «Ассошиэйтед телевижн» вершит уже упоминавшийся Роберт Ренуик, который является одновременно директором ряда электротехнических компаний и заместителем председателя Института директоров — центра по координации пропаганды монополий.

Во главе «Ассошиэйтед редифьюжн» стоит линкольнширский миллионер Гарольд Дрэйтон, у которого, помимо телевидения, в руках еще 24 других компании и предприятия. Он же контролирует издание 24 еженедельных газет.

Компания «Гранада телевижн» является и крупнейшим в Англии владельцем сети кинотеатров, а также ряда ресторанов, кафе и кондитерских магазинов.

«Эй-Би-Си телевижн» целиком находится во владении компании «Ассошиэйтед бритиш пикчерс», связанной с американской кинокомпанией «Уорнер бразерс пикчерс».

В 1959 г. эти 4 монополии поделили между собой 36 млн. фунтов стерлингов, поступивших от рекламодателей, то есть 60% всех рекламных поступлений в телевидение.

В делах компании «Ассошиэйтед телевижн» видную роль играет газетно-журнальный концерн Сесиля Кинга. В руках этого концерна — до 22% акций «Ассошиэйтед телевижн». Еще 20% этих акций принадлежит другим газетным трестам.

Телевизионная компания «Саузерн телевижн» контролируется газетным концерном Ротермира (37,5% акций) и киномонополией «Рэнк организейшн» (также 37,5% акций).

В телевизионных компаниях «Англиа телевижн» и «Телевижн Уэльс энд Вест» до 40% акций принадлежит различным газетным трестам, включая «Ливерпуль дейли пост» и «Ньюс оф уорлд».

Наконец, наиболее ярким примером слияния телевизионного и газетно-журнального бизнеса в едином капиталистическом концерне является шотландское телевидение — оно контролируется газетным магнатом Роем Томсоном, которому принадлежит множество изданий и радиостанций как на Британских островах, так и в Америке. Это ему, Томсону, принадлежит известное

[1] «World's Press News», 9.VIII 1963.

изречение: «Владеть шотландским телевидением — это все равно, что самому печатать деньги».

Поскольку рекламные поступления являются единственным финансовым двигателем коммерческого телевидения, то способы выжимания рекламных доходов доведены в нем до утонченности. Регулярно проводятся наукообразные «опросы» населения по возрастным, социальным категориям и по районам. В результате таких опросов рекламодатель должен получить представление о том, какие программы пользуются наибольшим успехом и в какие часы телевидение привлекает наибольшее число зрителей. В зависимости от привлечения зрителей к той или иной программе в те или иные часы изменяется и такса за рекламу. Она достигает предела, если рекламодатель хочет показать свой товар в тот отрезок времени, когда наиболее популярная передача совпадает с наиболее «смотровым» временем — то есть в 8—9 часов вечера.

Главная задача «программной компании» в этих условиях — привлечь к экрану телевизора как можно большее количество зрителей, независимо от возраста, образования, социальной принадлежности и культурных запросов. Ведь от этого зависит удержание на максимальном уровне таксы за рекламу. Единственным результатом является то, что ориентировка делается на самый нетребовательный вкус, а интеллектуальные запросы в этом случае сбрасываются со счетов. Так рождаются программы, в которых главное место занимают убийства, охота за шпионами, психопатология преступлений, эротика.

У поставщиков телевизионных программ были бы большие затруднения с детской аудиторией, если бы не Голливуд и американское телевидение. В обилии поступающие из-за океана так называемые «ковбойские» фильмы (к тому же поставляемые по дешевым ценам, после показа их в Америке) привлекают к телевизору миллионы детей и не только детей, но и взрослых, ибо эти фильмы в той или иной степени содержат все элементы взрослых программ.

Собственные программы английского телевидения для детей недалеко ушли по качеству от американского образца. Вот обзор передач для детей за несколько дней: «Малыш из Сан-Франциско» (стрельба из револьвера и вероломство при ограблении кассы); приключения Робин Гуда, сопровождаемые поножовщиной; пьеса, пропагандирующая алчность, насилие, присвоение чужих денег и т. д.» [1].

Постановщики программ хорошо учитывают «приобретательскую» психологию мелкобуржуазной массы, составляющей главную категорию телезрителей. Поэтому особое место — и едва ли не главное по популярности — заняли программы-конкурсы, конкурсы-загадки и т. д., в которых разыгрываются сравнительно большие суммы денег. По своей способности щекотать нервы обывателя и одновременно развлекать его эти программы стоят вне конкуренции.

Разумеется, все это не означает, что интеллектуальные запросы совершенно игнорируются коммерческими телевизионными компаниями. Постановщики программ сознают, что отдельные передачи должны быть рассчитаны на образованных людей с повышенными запросами. Такие передачи — кинодокументальные репортажи, политические беседы «за круглым столом», интервью «на улице», интервью у известного деятеля, драматические спектакли — являются обязательными в «меню» коммерческого телевидения. Их задача — привлечь к телевидению дополнительные категории зрителей, внести в содержание программ элемент респектабельности, тем более, что учитывается конкуренция телевидения Би-Би-Си. На создание передач подобного рода тратится много усилий, профессионального мастерства, чему способствует специализация студий на тех или иных видах передач, их творческая автономия. В любом случае окончательным судьей является не зритель, а рекламодатель. Если «умная» передача, пусть даже привлекающая много зрителей, переходит границы социально допустимого, то постановочные компании сразу же почувствуют это на притоке рекламных поступлений.

Телевидение Би-Би-Си в политическом отношении многого себе не позволяет, хотя оно и непосредственно «независимо» от монополистов. Его устав и традиции при постоянном зорком надсмотре высокопоставленных «опекунов» заставляют его держаться в рамках еще большей политической благопристойности.

[1] J. Todd. The Big Sell, p. 35.

«Хотя на характер передач Би-Би-Си в некоторых отношениях повлияло существование коммерческого телевидения и хотя ее программы внешне выглядят технически более совершенными, — пишет Джудит Тодд,— она все еще сохраняет то же самое единообразие взглядов и показную внешнюю беспристрастность, которые она демонстрировала и в дни своего монопольного господства. Она по-прежнему содержит свою когорту антикоммунистических экспертов по коммунизму, своих сладкоголосых дикторов, с почтительным энтузиазмом описывающих приезды и отъезды членов королевской семьи, свою роту покорных «мятежников», мягко высказывающих еретические точки зрения перед тем, как благонадежный председательствующий перейдет к следующему вопросу. Ее «уравновешенные взгляды» по-прежнему неизбежно уклоняются в одну сторону. Критик газеты «Обсервер» Пол Феррис ссылается в этой связи на две современные документальные передачи: устроенный Рене Катфортом симпозиум о водородной бомбе (передача которого была отменена, так как было признано, что симпозиум проводился с целью поддержать «Движение за ядерное разоружение»), и передача «Кения на распутье» Дэвида Литтона, в которой «были представлены точки зрения обеих сторон, но позиция черных рассматривалась беспристрастно — как и должно быть,—а о позиции белых этого сказать нельзя» [1]. Характеризуя распределение ролей между Би-Би-Си и коммерческим телевидением, лейборист Веджвуд Бенн писал в 1957 г., что если коммерческое телевидение не смеет обидеть крупные компании, производящие мыло, то Би-Би-Си в свою очередь не осмелится критиковать двор, церковь и любой другой «респектабельный» элемент в обществе.

Нельзя не заметить также, что в английском телевидении, ставшем самым массовым и сильным по воздействию средством пропаганды, в определенной степени повторяется распределение ролей, сложившееся в двупартийной системе власти: с одной стороны, на поверхности, зритель как будто имеет выбор между двумя программами, но, с другой стороны, подспудно оба источника подчинены единому контролю в интересах правящего класса.

[1] J. Todd. The Big Sell, p. 31.

ПРОПАГАНДИСТСКИЕ ШТАБЫ ПРАВЯЩЕГО КЛАССА

В Англии существует ряд учреждений, специально занимающихся выработкой пропагандистской линии правящего класса по кардинальным вопросам внутренней и внешней политики.

Некоторые из них содержатся на бюджетные ассигнования под различными благовидными вывесками («Канцелярия герцогства Ланкастерского», «Британский совет», «Центральное бюро информации» и т. д.). Другие содержатся на взносы монополий, как например Институт директоров.

Наиболее важную роль в государственном механизме пропаганды, безусловно, играет «Канцелярия герцогства Ланкастерского». Возглавляется она членом правительства в ранге министра кабинета, и в ее задачу входит осуществление такого контакта с прессой, радио и телевидением, который бы способствовал наиболее благоприятному освещению правительственной политики. Любопытно, что это учреждение начало функционировать в полную силу в дни суэцкой авантюры 1956 г., то есть в наиболее критический для английского империализма период после второй мировой войны.

«Канцелярия герцогства Ланкастерского» имеет очень широкие полномочия по контролю за информацией, идущей от правительства в органы печати. В этой области ей подконтрольны и Центральное бюро информации, и Британский совет. Все министерства обязаны согласовывать с ней информацию, затрагивающую общую линию правительства.

Важными рычагами «Канцелярии герцогства Ланкастерского» являются министерские чиновники по связям с общественностью («паблик-рилейшнз офисерз»), а также так называемые «специализированные» корреспонденты.

Институт чиновников по связям с общественностью занимает особое место в пропаганде монополий, о чем речь будет идти особо. Таких чиновников имеют каждая крупная фирма, корпорация, а также правительственные учреждения. «Чиновники по связям» при министерствах выполняют прежде всего задачу информирования прессы в нужном для данного министерства или правительства в целом направлении.

«Специализированные» корреспонденты и обозреватели имеются при каждой газете. Каждый из них освещает какую-либо область политики или экономики: парламентскую, дипломатическую, финансовую и т. д. «Канцелярия герцогства Ланкастерского» и министерские «чиновники по связям» находятся в постоянном контакте с такого рода корреспондентами для передачи в печать той информации, которая выгодна правительству. Для этих корреспондентов организуются так называемые «неофициальные» пресс-конференции, где та или иная информация выдается как бы невзначай, «под секретом», однако с явным расчетом видеть версию правительства в печати.

С целью индивидуальной обработки корреспондентов широко применяются личные встречи (завтраки, беседы и пр.), в ходе которых осуществляется так называемое «намеренное просачивание» информации, то есть передача в печать версии, выгодной правительству.

ЧАСТНЫЕ КАНАЛЫ ПРОПАГАНДЫ МОНОПОЛИЙ

Каждая монополия имеет свой собственный механизм пропаганды. Обычно это — «чиновники по связям с общественностью», задача которых максимально содействовать расширению сбыта продукции данной монополии и укреплению сферы влияния последней.

Именно через «чиновников по связям» осуществляется тот незримый контакт между монополиями и прессой, с помощью которого регулируется поток рекламных средств, питающих бизнес пропаганды. Чем больше рекламных объявлений данной фирмы печатается в той или иной газете, тем более зависимой становится газета данной монополии и тем легче монополии привязать к себе незримыми путами орган печати.

В результате газета попадает в положение, когда ей трудно или совсем невозможно отказаться от предложения опубликовать статью или передовицу, написанные в благоприятном для монополии духе. При этом монополисты обычно готовы не затруднять редакцию составлением официального материала. Статья готовится в недрах самой монополии и передается в печать через того же «чиновника по связям».

Выше уже приводились примеры того, как в результате активности «чиновников по связям», с одной стороны, и зависимости газет от рекламных поступлений, с другой — появляются на свет номера газет, в которых целые полосы и даже по 8—16 полос заполняются исключительно рекламными статьями и объявлениями.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КАМПАНИИ ПОД ВИДОМ «РЕКЛАМЫ»

Весной и летом 1959 г., в разгар очередной кампании по выборам в парламент, на страницах английских газет и журналов запестрели огромные, размером в целые полосы и страницы «объявления». Содержание этих объявлений было однотипным: все они в назойливой, кричащей форме, под аршинными заголовками обвиняли лейбористскую партию в «заговоре» против частного предпринимательства, в покушении на благосостояние миллионов англичан.

Ежедневно эти объявления прочитывали десятки миллионов людей. Они появлялись регулярно даже в журналах левого политического крыла.

По свидетельству ряда членов парламента, на эту антилейбористскую политическую кампанию, проводившуюся под видом «частной рекламы», было израсходовано несколько сот тысяч фунтов стерлингов. Руководство кампанией осуществлялось из одного центра — Института директоров. Этот Институт был организован еще в начале столетия для защиты интересов монополистического капитала. Его членами являются директора сотен компаний. Политическая окраска деятельности Института директоров подчеркивается тем, что в его состав включены 100 членов палаты лордов и свыше 100 членов палаты общин. Это — консервативные политические деятели, занимающие директорские посты в монополиях и одновременно отстаивающие их интересы в парламенте.

За последнее десятилетие Институт директоров активно приобщился к пропаганде, мобилизуя неограниченные ресурсы монополий. Так, летом 1959 г. в парламенте были приведены факты о том, что стальные монополии, опасавшиеся национализации сталелитейной промышленности в случае прихода лейбористов к вла-

«Специализированные» корреспонденты и обозреватели имеются при каждой газете. Каждый из них освещает какую-либо область политики или экономики: парламентскую, дипломатическую, финансовую и т. д. «Канцелярия герцогства Ланкастерского» и министерские «чиновники по связям» находятся в постоянном контакте с такого рода корреспондентами для передачи в печать той информации, которая выгодна правительству. Для этих корреспондентов организуются так называемые «неофициальные» пресс-конференции, где та или иная информация выдается как бы невзначай, «под секретом», однако с явным расчетом видеть версию правительства в печати.

С целью индивидуальной обработки корреспондентов широко применяются личные встречи (завтраки, беседы и пр.), в ходе которых осуществляется так называемое «намеренное просачивание» информации, то есть передача в печать версии, выгодной правительству.

ЧАСТНЫЕ КАНАЛЫ ПРОПАГАНДЫ МОНОПОЛИЙ

Каждая монополия имеет свой собственный механизм пропаганды. Обычно это — «чиновники по связям с общественностью», задача которых максимально содействовать расширению сбыта продукции данной монополии и укреплению сферы влияния последней.

Именно через «чиновников по связям» осуществляется тот незримый контакт между монополиями и прессой, с помощью которого регулируется поток рекламных средств, питающих бизнес пропаганды. Чем больше рекламных объявлений данной фирмы печатается в той или иной газете, тем более зависимой становится газета данной монополии и тем легче монополии привязать к себе незримыми путами орган печати.

В результате газета попадает в положение, когда ей трудно или совсем невозможно отказаться от предложения опубликовать статью или передовицу, написанные в благоприятном для монополии духе. При этом монополисты обычно готовы не затруднять редакцию составлением официального материала. Статья готовится в недрах самой монополии и передается в печать через того же «чиновника по связям».

Выше уже приводились примеры того, как в результате активности «чиновников по связям», с одной стороны, и зависимости газет от рекламных поступлений, с другой — появляются на свет номера газет, в которых целые полосы и даже по 8—16 полос заполняются исключительно рекламными статьями и объявлениями.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КАМПАНИИ ПОД ВИДОМ «РЕКЛАМЫ»

Весной и летом 1959 г., в разгар очередной кампании по выборам в парламент, на страницах английских газет и журналов запестрели огромные, размером в целые полосы и страницы «объявления». Содержание этих объявлений было однотипным: все они в назойливой, кричащей форме, под аршинными заголовками обвиняли лейбористскую партию в «заговоре» против частного предпринимательства, в покушении на благосостояние миллионов англичан.

Ежедневно эти объявления прочитывали десятки миллионов людей. Они появлялись регулярно даже в журналах левого политического крыла.

По свидетельству ряда членов парламента, на эту антилейбористскую политическую кампанию, проводившуюся под видом «частной рекламы», было израсходовано несколько сот тысяч фунтов стерлингов. Руководство кампанией осуществлялось из одного центра — Института директоров. Этот Институт был организован еще в начале столетия для защиты интересов монополистического капитала. Его членами являются директора сотен компаний. Политическая окраска деятельности Института директоров подчеркивается тем, что в его состав включены 100 членов палаты лордов и свыше 100 членов палаты общин. Это — консервативные политические деятели, занимающие директорские посты в монополиях и одновременно отстаивающие их интересы в парламенте.

За последнее десятилетие Институт директоров активно приобщился к пропаганде, мобилизуя неограниченные ресурсы монополий. Так, летом 1959 г. в парламенте были приведены факты о том, что стальные монополии, опасавшиеся национализации сталелитейной промышленности в случае прихода лейбористов к вла-

ети, выделили для пропаганды против лейбористской партии в прессе и по телевидению 300 тыс. фунтов стерлингов, Совет владельцев шоссейного транспорта — 100 тыс. фунтов и т. д.

Плечом к плечу с Институтом директоров действуют такие «частные» фирмы и организации, как «Цели индустрии» и «Экономическая лига». Роль организации «Цели индустрии» была уже раскрыта выше в связи с историей коммерческого телевидения. «Экономическая лига» избрала своей «специальностью» борьбу против прогрессивных элементов в профсоюзах и коммунистической партии.

Любопытно, что английский закон ограничивает финансовые затраты конкурирующих между собой кандидатов при выборах в парламент. Но монополисты легко обходят этот закон. Дело выглядит так, будто Институт директоров размещает в печати всего лишь «частную рекламу», и деньги, обильно расходуемые на эти цели, не регистрируются в приходно-расходных книгах консервативной партии. Характеризуя роль стальных монополий в избирательной кампании, лейборист Гарольд Вильсон заявил в парламенте, что они затратили в каждом «критическом» избирательном округе «в два или три раза больше, чем кто-либо из нас... получит разрешение истратить на всю избирательную кампанию» [1].

Для пропаганды политики монополий используется не только пресса, но и другие средства. В 1937 г. Институт директоров затратил 160 тыс. фунтов стерлингов на производство 16 телевизионных фильмов. В 1959 г. пропаганда против лейбористской программы национализации велась по телевидению под видом «конкурсов-загадок». На это ушла значительная часть упомянутых выше 300 тыс. фунтов стерлингов, выделенных стальными монополиями.

«В последние годы консультанты по обработке публики получили большие гонорары за создание соответствующего политического «облика», — отмечает Джудит Тодд. — Можно лишь строить догадки о том, что представляют собой невидимые четыре пятых айсберга, на поверхности же мы видели, что за период с июля

[1] «Parlamentary Debates, Hansard», 29.VI 1959, p. 44.

1957 г. до парламентских выборов в октябре 1959 г. консерваторы затратили 468 тыс. фунтов стерлингов на рекламу в печати и на рекламные плакаты, помимо 1435 тыс. фунтов стерлингов, израсходованных в течение года до выборов промышленными компаниями, Институтом директоров, организацией «Цели индустрии», «Экономической лигой» и их единомышленниками на рекламу, направленную против социалистов» [1].

Суммируя результаты этой пропагандистской кампании монополий, член парламента — лейборист Мэйхью подчеркивал, что в 1959 г. «Большой Бизнес затратил против лейбористской партии больше, чем когда-либо за всю нашу политическую историю» [2].

СБЫТ ПРОДУКЦИИ: И ЗДЕСЬ ХОЗЯЕВА — МОНОПОЛИСТЫ

Монополисты печати сбывают свою продукцию — газеты и журналы — через киоски и книжные магазины. В Великобритании насчитывается 40 тыс. торговых точек такого типа. К ним газеты и журналы поступают из рук оптовиков, число которых не превышает 30. Среди них выделяются фирмы, имеющие разветвленную сеть по всей стране. Например, фирма «Смит» имеет свыше 1000 книжных магазинов и киосков и фактически монополизировала киоски на железнодорожных станциях и в метро. Таковы же масштабы деятельности фирмы «Мензис» в Шотландии. Широкую сеть имеет в Англии и фирма «Уайман».

Как отметил еще в 1952 г. профессор лейборист Коул, «в оптовой торговой сети доминируют в основном три большие фирмы... Ясно, что может возникнуть соблазн дискриминировать те издания, которые не совпадают с личными взглядами тех, кто контролирует оптовую торговлю» [3].

Многие фирмы и индивидуальные киоскеры, стоящие вне орбиты крупных оптовиков, действуют на местах отнюдь не по своему выбору и желанию. Все они объединены в Национальную федерацию розничных киос-

[1] J. Todd. The Big Sell, pp. 93—94.
[2] «Listener», 2. VII 1959.
[3] H. Cole. Socialism and the Press. London, 1952, p. 31.

керов. Это, по выражению одного из членов парламента, самое крупное закрытое цеховое объединение в экономике с самым большим вступительным взносом.

В то же время владельцы центральных газет и журналов объединены в Ассоциацию владельцев газет (НПА). Между Ассоциацией владельцев газет и Федерацией киоскеров имеется соглашение. По этому соглашению определен радиус действия каждого киоскера.

Если на свет появляется новое печатное издание, то судьба его распространения зависит от воли этих капиталистических ассоциаций. Например, федерация киоскеров или один из монополистов-оптовиков может не принять издание к распространению под предлогом, что оно не соответствует какой-либо норме права или неписанной конституции Англии. Рамки для произвола тут поистине беспредельны. С этой точки зрения весьма поучительна история с попыткой издательства «Халтон» основать новую воскресную газету в 1954 г. Федерация киоскеров предупредила издателей, что они будут распространять газету только при условии, если с нее киоскерам будут назначены повышенные комиссионные. Ассоциация владельцев газет, со своей стороны, заявила, что она не допустит, чтобы новая газета перевозилась в поездах, фрахтуемых ассоциацией, если эта газета будет продаваться на иных комиссионных началах. Новая газета так и не вышла в свет.

МЕТОДЫ БУРЖУАЗНОЙ ПРОПАГАНДЫ НА СЛУЖБЕ КЛАССОВЫХ ИНТЕРЕСОВ

Когда специальная королевская комиссия, созданная в Англии в 1946 г. для обследования прессы, спросила магната прессы лорда Бивербрука о том, что было главным мотивом его деятельности, он ответил, что действовал исключительно в целях пропаганды и не руководствовался никакими другими мотивами.

Классовую подкладку капиталистического бизнеса пропаганды красноречиво охарактеризовал английский публицист лейборист Кингсли Мартин:

«Если вы являетесь миллионером, главой цепи газет, которыми вы завладели в большинстве случаев не в силу вашего знания журналистики, а в силу ваших коммерческих способностей, то вы исходите из того,

что имеете абсолютное право диктовать ту информацию и те комментарии, которые должны появиться в ваших газетах.

Вы, естественно, стоите за существующее общественное устройство. Вы оказываете поддержку правительствам, когда ваши друзья находятся у власти, и вы требуете абсолютного права использовать все средства пропаганды против тех правительств, которых вы не одобряете. Свобода печати для вас является высшим выражением права собственности» [1].

СЕНСАЦИЯ — ГЛАВНЫЙ НАРКОТИК

Главным орудием обработки читателя и зрителя в духе аполитичности является сенсация, то есть ничем не ограниченная пропаганда пошлости и уголовщины, облеченная в яркую, кричащую оболочку.

Сенсация как форма идеологической обработки читателя занимает одно из важнейших мест не только потому, что ею заполнено большинство страниц газет. Сенсация — это главный наркотик, используемый классом капиталистов для отвлечения внимания людей от насущных жизненных проблем. Если человек, покупающий газеты, замечает в них прежде всего аршинные заголовки об очередном убийстве, очередном скандале в Голливуде, о результатах очередных собачьих бегов, и с головой окунается в этот мутный поток, забывая о политических новостях, напечатанных на задворках газеты, то газетный магнат может считать свою цель достигнутой. Сенсация является наиболее ходовой потому, что она привлекает внимание и помогает сбыту газеты. В этом смысле сенсация является для газетного капиталиста весьма удачным сочетанием политического орудия с рекламной приманкой. Сенсация — главный источник прибыли газетного бизнеса, на котором зиждется его могущество и процветание.

В наиболее успешный период своей деятельности магнат прессы лорд Нортклифф изложил следующие законы газетной торговли: «Если собака кусает человека, это не новость. Вот если человек укусит собаку —

[1] K. Martin. The Press the Public Wants. London, 1947, p. 21.

тогда это новость». «Война есть бестселлер, т. е. лучший двигатель газетной торговли... Следом за войной идут сексуальный момент и преступление». «В мирное время первоклассное сексуальное убийство является лучшим возбуждающим средством». И, наконец, последним в списке «возбуждающих средств» прессы лорда Нортклиффа стоял спорт [1].

Монополистическая пресса Англии неуклонно придерживается этих правил, рожденных алчной погоней за наживой и стремлением одурманить народ. Они остаются незыблемыми и по сей день. Потоки сексуально-патологической грязи, выдаваемой за «информацию», настолько захлестнули страницы так называемых «популярных» газет, что даже видавшие виды люди начинают бить тревогу. Английский журналист и исследователь истории печати Фрэнсис Вильямс вынужден признать в своей книге «Опасное владение», что английские газеты обвиняют, и очень часто справедливо, в безответственности, фривольности, сенсационности и разрушении общепринятых человеческих ценностей. Его коллега Кингсли Мартин с тревогой отмечает: «Самые большие тиражи были созданы по пропаганде секса и уголовщины» [2].

Коммерческое телевидение с первого момента своего возникновения в Англии стало одним из главных каналов пропаганды уголовщины и эротики. Широко используются при этом соответствующие материалы американского кино и телевидения, которые занимают нередко до половины всех вечерних передач английского коммерческого телевидения. Телевидение в Англии, по признанию самих англичан, сыграло немалую роль в распространении политической апатии и инертности, особенно среди молодежи Англии.

Чтобы более отчетливо представить себе роль уголовно-порнографической сенсации в той начинке, которая преподносится читателю под видом газетной информации, стоит развернуть любой номер бульварной газеты с массовым тиражом. Вот обычный номер воскресной газеты «Ньюс оф уорлд». Эта газета не имеет себе равных по тиражу (он составляет 7 млн. экз.). Что

[1] K. Martin, The Press the Public Wants., p. 58.
[2] Ibid.

же узнает читатель о происходящем в мире из очередного номера? Четыре кричащих заголовка — четыре сенсации об изнасилованиях. Две заметки о сутенерах. Два репортажа о попытках изнасилования. Дело о разводе. Детская преступность. История продавца порнографических открыток. И над всем этим — аршинными буквами — шапка: «Белые работорговцы доставляют ежегодно 100 французских красоток» [1]. И это — в первое воскресенье после запуска второго советского спутника! Что уж там говорить об остальных событиях, которыми живет мир. Торговцам сенсации до них нет никакого дела.

Спортивная сенсация занимает также немаловажное место в усыплении политического сознания рядового англичанина. Это достигается не только большим количеством материалов, посвящаемых спорту. Главное состоит в том, чтобы подействовать на низменные инстинкты людей, связанные с азартной денежной игрой вокруг спорта. Тотализаторы стали второй после порнографии темой бульварных газет. Эта тема разрабатывается с особым искусством. Чтобы вовлечь в игру тотализаторов миллионы людей, газеты предоставили свои полосы для сбора ставок и распределения выигрышей в национальном масштабе.

Нездоровый интерес масс подогревается тем, что в качестве первых призов выделяются крупные суммы, гарантированные, конечно, не банковским счетом газетного магната, а миллионами трудовых пенсов и шиллингов, внесенных читателями. Возникли даже целые акционерные общества, манипулирующие сборами тотализаторов для разжигания азарта у новых и новых участников игры. Буржуазные газеты кооперируются с ними, не только предоставляя свои страницы под рекламу «тото», но и подогревая страсти различного рода «собственными» прогнозами, советами читателю — на какую футбольную команду лучше поставить и т. д.

Газетный трест Ротермира первым в этом встал на уровень современного века. В августе 1958 г. в газете «Дейли мейл» было напечатано ликующее сообщение: газета завела специальный электронный «мозг» для предсказывания результатов футбольных матчей.

[1] «New Statesman», 15.XI 1958.

Тем временем распаленные страстью к рекламным доходам владельцы газет требуют от редакторов новых сенсаций. Они, по словам органа Флит-стрита, еженедельника «Уорлдс пресс ньюс», поют «все ту же песню: «Крови! Смерти! Фотографий невиданной еще поножовщины!» [1]. Так погоня за сенсацией стала главным девизом Флит-стрита, его повелителем.

ЗАМАЛЧИВАНИЕ

Все методы и приемы буржуазной пропаганды направлены прежде всего на то, чтобы отвлечь внимание простых людей от острых социальных проблем Англии. Б этом — один из главных приемов буржуазной пропаганды, выражение ее основной задачи по нейтрализации потенциальной политической активности широких масс. Лейборист Коул в своей работе об английской прессе подчеркивает, что защита классовых интересов капитала достигается не тем, что пресса поднимает острые вопросы, а прежде всего тем, что эти вопросы всяческим образом обходятся.

«Эта «аполитичная» линия владельцев газет, сводящаяся по своей сути к проповеди на тему «никаких перемен», старательно вдалбливается в головы читателей» [2], — пишет Коул.

Замалчивание — это невидимый и вместе с тем наиболее эффективный метод буржуазной пропаганды. Замалчивание и сенсация — это близнецы, или, вернее, две стороны одной медали. Буржуазная пропаганда щекочет нервы читателя или зрителя каким-нибудь пошлым пустяком, делая его «новостью № 1». В то же время это помогает ей «не заметить» или упрятать на задворки газеты событие большого политического звучания.

...Будничный день 10 мая 1962 г. в Англии. Согласно сообщениям газеты «Дейли миррор», самым большим событием этого дня была прогулка принцессы Маргарет с мужем на мотоцикле. Об этом кричат заголовки на первой странице, этому посвящены полосные фотографии на внутреннем развороте газеты. И только чуть ли не

[1] «World's Press News», 27.II 1959.
[2] H. Cole. Socialism and the Press, p. 14.

с помощью микроскопа можно обнаружить несколько строчек о том, что в тот же день состоялась крупнейшая демонстрация трудящихся Шотландии против размещения баз атомных подводных лодок США в этой стране...

В наше время метод замалчивания применяется прежде всего в отношении деятельности прогрессивных организаций и достижений социалистических стран. Это и не удивительно, если учитывать, что классовые интересы магнатов прессы слились с интересами старого, отживающего мира.

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

То, что невозможно замолчать, можно представить читателю и радиослушателю в совершенно неузнаваемом виде. На помощь приходит дезинформация: искажение фактов со ссылкой на сомнительные «частные» источники, выпячивание теневых сторон явления и затушевывание положительных сторон и т. д. Во всем этом опять-таки определяющим является классовый интерес владельца газеты или радиотелевизионного канала.

«Искажение и односторонний подход к освещению событий представляет собой настолько хорошо известный метод редакционной политики, — замечает Джудит Тодд, — что вряд ли стоит о них говорить: случалось кому-нибудь читать в газетах с массовым тиражом благожелательно составленный отчет о забастовке, если только она не произошла в Польше, ГДР или в Венгрии в 1956 г.?» [1].

Дезинформация — одно из главных политических орудий правящего класса Англии в борьбе за сохранение устоев. Например, опубликование в газете «Дейли мейл» «Письма Зиновьева» — знаменитой фальшивки 1924 г. — помогло консерваторам вернуться к власти в единоборстве с лейбористами.

Это «письмо», будто бы передававшее английским левым политическим деятелям «инструкции Москвы», вошло в историю пропаганды как классический образец дезинформации. Но сколько менее заметных глазу фальсификаций совершается чуть ли не ежедневно и

[1] J. Todd. The Big Sell, p. 42.

ежечасно мастерами дезинформации на Флит-стрите — их не перечислить и во множестве томов истории английской прессы и радио!

Ярким примером дезинформации является освещение в прессе и радио Англии всей истории советского государства от революционных дней 1917 г. до нашего времени. Сколько лжи было преподнесено читателям относительно «большевиков-людоедов, употребляющих в пищу грудных детей», о «национализации женщин в СССР», о «провале пятилетних планов», о «неминуемом падении Москвы» в дни Великой Отечественной войны и т. д. С годами правда все же находила себе дорогу к простым людям, к ним пробивалась правда о достижениях социализма в СССР, и буржуазной пропаганде приходилось прибегать к более тонкой работе по фальсификации фактов.

Вот, например, как освещали английские печать и радио работу XXII съезда КПСС. Внешне дело выглядело так, будто английский читатель и радиослушатель получали регулярную информацию о съезде. Она появлялась почти ежедневно. Но что было в ней? Только искаженные версии отдельных выступлений на съезде, связанных с разоблачением культа личности. Что же касается новой Программы КПСС, то многие органы печати в Англии умудрились не произнести о ней ни слова!

Всякий раз, когда речь идет об отношениях между двумя системами, об успехах социалистического лагеря, о национально-освободительном движении, о борьбе рабочих в Англии за свои права — в этих случаях читатель английских буржуазных газет и слушатель радио не может застраховать себя от дезинформации.

СТАНДАРТИЗАЦИЯ НОВОСТЕЙ

Рядом с сенсацией и дезинформацией идет стандартная подача новостей политического характера, касающихся деятельности правительства и парламента, рабочего движения, внешней политики. Эта стандартизация направлена на то, чтобы подать политическую новость читателю в наиболее выгодном для правящего класса

виде, не допустить разночтений и противоречий в освещении политики правящих кругов.

Стандартизация достигается разными путями: созданием информационных агентств-гигантов, содержащихся на деньги газетных предпринимателей, организацией специальных органов при правительстве и монополиях для ведения отношений с прессой. Наконец, сама концентрация газетного капитала, монополизация газет, гибель мелких предприятий или их подчинение более крупным концернам являются лучшим средством стандартизации, так как сбор и передача новостей концентрируются в руках все меньшего и меньшего количества монополий, держащих в руках десятки газет в центре и в провинции.

Основным каналом централизованного распространения новостей для прессы Англии служит агентство Рейтер. Агентство было создано в 1851 г. как частное коммерческое предприятие, а в 1925 г. перешло в коллективную собственность объединения провинциальных газет — Пресс Ассошиэйшн. Однако капиталов мелких газет оказалось недостаточно, чтобы содержать агентство, оборудованное по последнему слову техники. В то же время и крупные монополисты печати осознали ценность единого источника текущей информации с точки зрения охраны общих классовых интересов правящих кругов. В октябре 1941 г. владельцы центральных газет стали совладельцами агентства Рейтер. Был создан «Трест Рейтера», в котором оба главных газетных объединения Пресс Ассошиэйшн (провинциальная пресса) и «Ньюспейпер проприэйторс ассошиэйшн» («Ассоциация владельцев газет» — лондонские газеты) владеют капиталами треста на половинных началах.

Таким образом, у исходного пункта конвейера новостей, питающего ежедневно и ежечасно всю печать Англии, стоят те же монополии, которые распоряжаются миллионными тиражами газет и журналов и контролируют телевидение.

МОНОПОЛИСТЫ ПРЕССЫ ДИКТУЮТ ПОЛИТИКУ

Концентрация газетного капитала ведет неизбежно не только к стандартизации подачи новостей, но и к стандарту в комментировании, когда газетный кон-

цери передает на периферию не только подборки новостей, но и комментарии к событиям.

Поскольку в подавляющем большинстве случаев политическая ориентация английских газет и журналов определяется тем, что они являются собственностью капиталистов, все эти издания рьяно отстаивают политику правящей консервативной партии. Один из самых могущественных магнатов британской прессы и телевидения Рой Томсон следующим образом показывает, как складывается политическое лицо пропагандистских предприятий в Англии:

«Почти все газеты в большей или меньшей степени поддерживают тори (то есть консерваторов. — С. Б.)... Вполне понятно, как это получается. Не нужно быть циничным человеком, чтобы осознать, что те, кто владеют богатством, являются обычно консерваторами. Владельцы газет обычно богатые люди. Выражая в редакционных материалах взгляды, диктуемые их хозяевами, газеты поддерживают консерваторов» [1].

Политическая функция буржуазных газет и журналов как рупоров правящего класса особенно наглядно проявляется в дни избирательных кампаний. Что касается провинциальной прессы, то она вся, без исключения, отдает себя в такие дни на службу консервативной партии. Высмеивая версию о так называемой «беспристрастности» английских газет, прогрессивный журналист Макс Боуэн показал, как освещала политическую жизнь во время последней избирательной кампании (1959 г.) крупнейшая провинциальная газета «Бирмингэм мейл». Он произвел подсчет материалов, опубликованных в газете за время кампании, и оказалось, что консервативной партии в общей сложности было уделено 1360 дюймов газетного пространства, лейбористам — 572 дюйма, коммунистам — 3 дюйма.

В центральной печати три ежедневные газеты с большим тиражом формально не поддерживали консерваторов. «Дейли геральд» — на основании упомянутого выше соглашения с конгрессом тред-юнионов. «Дейли миррор» — исходя из стремления подладиться к настроениям молодежи и удержать ее в читательском активе, «Ньюс кроникл» — поскольку она всегда заявляла о своей поддержке либеральной партии.

[1] «World's Press News», 20.XI 1959.

Любопытна судьба этих трех газет после выборов, на которых снова победили консерваторы. «Дейли геральд» порвала свой договор с профсоюзами, «Дейли миррор» покончила с «левыми» идеями и сняла с газеты эпиграф «Вперед, с народом». «Ньюс кроникл» перед лицом все более сокращавшихся рекламных поступлений прекратила существование. Последнюю поглотила ротермировская «Дейли мейл».

В моменты наиболее острых политических кризисов внутри страны или за ее пределами газетные монополии объединяют все свои испытанные средства — сенсацию, стандартизацию подачи новостей, централизованный комментарий — для обработки читателя в нужном правящему классу направлении.

Такие социальные конфликты, как например забастовки, всегда дружно изображаются буржуазными газетами как национальные бедствия, с которыми нужно бороться.

Не менее дружно выступают магнаты прессы, телевидения и радио против деятельности коммунистической партии. Читатель может встретить в разных газетах разную оценку деятельности той или иной буржуазной партии. Но он может быть уверен, что когда речь идет о компартии, то все газеты будут лить на нее грязь в одних и тех же выражениях, с одинаковой ненавистью.

ВНЕШНИЙ МИР ГЛАЗАМИ ОРГАНОВ МОНОПОЛИЙ

Подобной же классовой солидарностью отличаются выступления монополистических газет и в дни крупных внешнеполитических кризисов, особенно когда затрагиваются те или иные международные интересы Англии или когда поднимается очередная кампания против Советского Союза и всего лагеря мира и демократии. Возьмем, к примеру, осень 1956 г. Англия, Франция и Израиль напали на Египет. Мир стал свидетелем бесцеремонной и откровенной агрессии со стороны колонизаторов. Однако рядовому англичанину события были представлены совсем в ином свете. Вся монополистическая пресса объявила Египет «подстрекателем» и «кровожадным агрессором».

То же самое происходило и в 1958 г., в момент интервенции США в Ливане и вмешательства Англии во

внутренние дела Иордании. Снова Объединенная Арабская Республика и Ирак были объявлены «агрессорами», а истинные агрессоры — «миротворцами». Буржуазная пресса старалась изо всех сил внушить обывателю, что под угрозу было поставлено само существование Англии, что «война подошла к порогу английского дома». Многие газеты даже и не пытались скрывать, что национально-освободительное движение на Ближнем Востоке прежде всего потому ненавистно правителям Англии, что оно лишает их ключей к богатствам Азии, которую веками грабил английский империализм.

Характерно поведение буржуазной печати во время политического кризиса в лейбористском движении в связи с попыткой правых лейбористских лидеров вновь связать партию обязательством поддерживать участие Англии в подготовке ядерной войны против Советского Союза. В октябре 1960 г. на очередном съезде партии лейбористские делегаты должны были сделать выбор между позицией верхушки партии и резолюцией крупнейшего профсоюза транспортных и неквалифицированных рабочих, призывавшей к отказу Англии от этой политики самоубийства.

Монополистическая печать пустила в ход все испытанные средства давления и шантажа, чтобы сломить решимость миролюбивых сил лейбористской партии.

Газета Сесиля Кинга «Дейли миррор» опубликовала призыв к лейбористской партии, угрожая прекратить оказывать какую-либо поддержку партии, если конференция не поддержит правого лидера Гейтскелла.

Комментируя этот наглый шантаж со стороны магнатов печати, коммунистическая газета «Дейли уоркер» писала:

«Сесиль Кинг является самым большим бизнесменом Англии. Его газетная группа стоит десятки миллионов. Недавно она поглотила «Амальгамейтед пресс». У нее крупные интересы в телевидении... Почему такой человек сует свой нос в лейбористские дела? Его не волнует, как установить в стране социализм. Его волнует, как сохранить собственные прибыли. Вот почему он лихорадочно защищает военный союз Англии с его друзьями-миллионерами в Соединенных Штатах» [1].

[1] «Daily Worker», 17.IX 1960.

* *
*

Чем больше колеблются устои империализма, чем сильнее становятся силы прогресса и социализма, тем больше активизируется реакционная пропаганда и тем более бесцеремонными становятся ее методы, направленные на охрану капиталистических устоев и борьбу против сил прогресса.

Неограниченное господство монополий в печати и телевидении Англии сделало то, что не смогли бы совершить никакие юридические или административные постановления. Оно совершенно уничтожило фикцию буржуазной «свободы печати» и поставило механизм пропаганды под абсолютный контроль капитала.

И. А. ФЕДЯКИН

КАТОЛИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ ИТАЛИИ

Одной из основных политических сил в современной Италии является католическая церковь. Её верхушка тесно связана с реакционными кругами крупной итальянской буржуазии, со всем капиталистическим строем. В 1922 г. В. И. Ленин в работе «О значении воинствующего материализма» указывал на «связь классовых интересов и классовых организаций современной буржуазии с организациями религиозных учреждений и религиозной пропаганды» и отмечал, что буржуазии «выгодно проповедовать самые реакционные идеи, религию, мракобесие, защиту эксплуататоров и т. п.» [1]. В настоящее время отмеченная В. И. Лениным связь вылилась в форму полного подчинения церкви империалистической буржуазии, щедро финансирующей церковную пропаганду, выделяющей на поддержку религии большую часть получаемой ею прибыли.

Ватикан и сам является крупнейшим мировым капиталистом, имеющим капиталы во всех концах света и во всех отраслях экономики. Ежегодный бюджет Ватикана приблизительно равен бюджету Италии — он составляет около 350 млрд. лир.

Именно по этим причинам основной частью церковной пропаганды стала не религия, а антикоммунизм и борьба против каждого, даже самого малого, ростка демократизма, против «полевения» в Италии и других странах.

Итальянский профессор Эрнесто Росси справедливо отмечает: «Ватикан является — и не может не являться — естественным союзником всех самых реакционных сил в нашей стране и всех тиранических режимов, которым удается утвердиться в мире, если они уважают так называемые «свободы церкви»... Князья церкви и крупные короли промышленности как были союзниками во время тяжелого двадцатилетия (фашизма. — *И. Ф.*), так и остались ими и сегодня, и они желали бы привести нас, опираясь на монархистов, неофашистов, правое крыло демохристиан и помощь наиболее реакционных американских групп, к папскому авторитарному режиму типа режима Франко или Салазара» [1].

Ватикан никогда не отделял себя от политической жизни, несмотря на многочисленные фарисейские уверения церковников в «аполитичности» церкви. Ватикан как гигантский спрут обвил в Италии все и вся и беспрестанно воздействует на умы простых итальянцев, отвлекает их от борьбы за социальные права и улучшение жизненных условий.

Больше ста лет назад, в 1850 г. Пьемонтский парламент [2] вынужден был обсуждать вопрос о резком вмешательстве церкви во внутренние дела страны. В парламенте было зачитано письмо епископа Джованни Антонио Джанотти к верующим, в котором, в частности, говорилось: «С самого рождения наша церковь, пекущаяся о вечном спасении своих детей, вырывала у них из рук чумные писания (имеются в виду любые нецерковные издания. — *И. Ф.*) и по мере того, как с развитием типографского искусства становилось легче распространять яд порочных доктрин, она усиливала свое давление и установила строгие законы о печати и книгах, по которым верующим было запрещено читать

[1] В. И. Ленин. Соч., т. 33, стр. 205—206.

[1] Ernesto Rossi. Il manganello e l'aspersorio. Parenti editore, 1958, pp. 20—21 (далее — Ernesto Rossi. Op. cit.).

[2] Пьемонт (Сардинское королевство) — государство, существовавшее в Италии в 1720—1861 гг. и явившееся ядром, вокруг которого в XIX веке были объединены остальные итальянские государства.

всякое писание, противное вере и обычаю. Слушайтесь свою мать Церковь, если хотите быть католиками, и прежде чем читать книгу, альманах, газету, любое писание, которое вам незнакомо, проконсультируйтесь с вашим пастырем, умным и набожным священником, и не торопитесь неосторожно подставлять губы к ядовитой чаше» [1]. На заседании парламента это выступление епископа Джанотти, поддержанное другими епископами, было решительно осуждено, и даже тогдашний министр юстиции Сиккарди отметил: «Министерство сожалеет, что один из епископов опустился до подобных высказываний» [2].

В последнее же время отдельные министры открыто оправдывают вмешательство церкви в итальянскую политику. Вот один из многих примеров: Шельба, будучи министром внутренних дел, заявил на заседании итальянского парламента следующее: «Церковь имеет полное право оказывать свое влияние на политику, особенно во время предвыборных кампаний. Она должна защищать себя от атак неверующих...» [3]. На эту же точку зрения обычно становятся и судебные власти в Италии. Вот одно из решений Высшего кассационного суда: «...во власть священника входит предлагать христианам во время религиозной церемонии не голосовать за партии, выступающие против религии» [4].

Католических организаций, как чисто церковных, так и мирских (организаций так называемого «мирского апостолата», официально не связанных с церковью, но используемых церковью для пропаганды своих взглядов в нецерковном окружении), в Италии насчитывается несколько сотен. Церковные организации — это приходы, епископства, архиепископства, монастыри, монашеские ордена. К категории служителей церкви принадлежит в Италии 254 тыс. лиц [5]. Мирские организации, объединяющие вокруг католической церк-

[1] V. Gorresio, F. Libonati, A. Battaglia, E. Rossi. Stampa in allarme Editori Laterza — Bari, 1958, pp. 4—5 (далее — «Stampa in allarme...»).
[2] Ibid., p. 6.
[3] «L'Avanti!», 14.X 1960.
[4] «Stampa in allarme...», p. 85.
[5] «Il Mulino», n. 9, settembre 1961, p. 638.

ви различные слои народа, людей самых разных профессий, охватывают миллионы итальянцев.

В последние годы большая и сложная машина католицизма в Италии особенно активизировалась. Ряд временно действовавших организаций сделан постоянными. Перестроены организации, не имевшие достаточного влияния в массах. Созданы новые. Скрипящая машина католической пропаганды подгоняется, смазывается, в ней производится замена деталей.

Чем объяснить такого рода активизацию? С одной стороны, Ватикан чувствует серьезный упадок религиозности среди населения Италии. Хотя итальянцы и считаются католиками почти на 95%, однако многие из них не согласны с основой современной католической доктрины — антикоммунизмом и защитой капитализма, а многие католики даже являются членами коммунистической партии. По подсчетам близкого к христианско-демократической партии Италии журнала «Мулино», действительно верующих в стране — менее двух миллионов (на 50 с лишним миллионов жителей), а посещают церковь, в основном по традиции — раз в неделю, по воскресеньям, — около 10 млн. человек, подавляющая часть которых — женщины. Журнал пишет: «По нашему мнению, число людей, соблюдающих обряды, должно уменьшиться со временем, так как действующие сейчас социальные явления, вроде развития урбанизма и индустриализации, содействуют кризису традиционных форм религии» [1].

С другой стороны, активизация католической пропаганды объясняется тем, что крупные капиталисты, правящие в Италии наряду с Ватиканом (так называемое «соттоговерно» — «тайное правительство»), чувствуют, что их позиции расшатываются, и не жалеют новых и новых денежных средств, пытаясь упрочить свои позиции, в том числе и через церковные организации. Абсолютное большинство новых реакционных организаций в Италии объединяет как представителей крупнейших монополий, так и представителей церковной иерархии или близко связанных с нею лиц. Так, когда в 1961 г. была сделана попытка создать постоянные органы по координации деятельности правых католиков

[1] «Il Mulino», n. 9, settembre 1961, pp. 637—638.

с другими крайне правыми течениями и партиями, типа неофашистской партии «Итальянское социальное движение» (МСИ), то формировали эти органы доверенное лицо Ватикана Луиджи Джедда и ставленник крупных монополий тогдашний премьер-министр Фернандо Тамброни. Еще пример: в мае 1962 г. была создана крайне правая организация под названием «Социальное движение антикоммунистической борьбы» (МАЛА); в руководстве ее — представитель Ватикана племянник президента «Ватиканской организации помощи» (ПОА) Эрминио Пеннакини и представитель монополий племянник министра транспорта Сальваторе Маттарелла.

Средства и способы клерикального влияния на внутреннюю жизнь Италии многообразны. Это и повседневная работа приходского священника с верующими, и организация митингов, и использование радио и телевидения, и издание многочисленных листовок, книг, афиш и т. д. Однако наиболее важным средством воздействия католической церкви на массы, бесспорно, является периодическая печать.

Церковь прежде всего стремится оказывать влияние в нужном ей духе на так называемые «информационные» газеты и журналы, принадлежащие крупным промышленникам, торговцам, помещикам. Это такие крупнейшие в стране органы буржуазной печати, как миланская «Коррьере делла сера», римская «Мессаджеро», туринская «Стампа», болонская «Ресто дель Карлино», флорентийская «Национе», еженедельники «Оджи», «Эпока», «Эуропео» и др. На первую секцию государственного секретариата Ватикана возложена обязанность с неусыпным вниманием следить за всей итальянской печатью. Эта секция получает указания непосредственно от кардинальской комиссии. Приняв решение вмешаться в общественную жизнь по определенному вопросу, кардинальская комиссия вырабатывает официальные тезисы и передает их в первую секцию, которая готовит по тезисам статьи. Эти статьи передаются журналистам «большой прессы» — доверенным лицам Ватикана. Списки таких журналистов хранятся в ватиканской политической полиции — ордене иезуитов, в его «Центре информационных служб». Ватикан предпочитает не поддерживать открытых контактов с редакциями «независимых» газет и журналов, эта обязанность возложена

на представителей местных курий. В Милане эти контакты осуществляет директор епархиальной газеты «Италия» дон Эрнесто Пизони, а в Риме отношения с самой реакционной правой газетой «Темпо» поддерживает руководство организации «Католическое действие» (см. ниже). В общем, первая секция, иезуитский центр и представители местных курий «образуют аппарат, через который Ватикан осуществляет влияние на газеты половины Италии» [1].

Принципы, которыми Ватикан руководствуется при воздействии на общественное мнение, просты: душить всякое проявление «свободомыслия», всякое демократическое движение. Вот что говорила буржуазная журналистка Карла Питтаро на конференции, организованной в 1958 г. римским журналом «Мондо» на тему «Печать в тревожном положении»: «Сегодня в Италии ведется большая и жестокая война — война католической церкви против светского мира. Если есть институт, против которого церковь концентрирует все свои усилия, то это свобода печати. Не нужно напоминать, как о свободе думать и выражать собственные мысли высказывались римские папы, от энциклики «Мирари вос» Григория XVI до «Силлабо». Сегодня дух этих высказываний совершенно не изменился. Церковь утверждает, что нельзя оставлять на произвол неподготовленных людей (а неподготовленными являются все те, кто намерен думать собственной головой) такое опасное оружие, как печать, что бесполезно искать другие правды, так как правда одна и она уже определена, и все то, что целиком с ней не совпадает, является фантазией и ложью. Церковь и призывает ежедневно к ограничениям и контролю, стараясь сделать действенными давления всякого рода, с целью, как заявляется, сохранения общественной морали... В результате этого мы оказываемся перед лицом ограниченной церковью печати...» [2].

Однако Ватикан не ограничивается оказанием влияния на светские органы печати. Им создана и активно поддерживается собственная система печати.

Право беспрепятственного и беспошлинного издания

---

[1] «L'Espresso», 28. VI 1959, pp. 10—11.
[2] «Stampa in allarme...», pp. 56—57.

и распространения периодической печатной литературы Ватикан «выторговал» себе в 1929 г. у Муссолини, когда в подписанный между Италией и святым престолом конкордат была включена следующая статья: «Как святой престол, так и епископы могут свободно публиковать и вывешивать внутри и снаружи зданий, предназначенных для отправления культа, или учреждений под церковным управлением инструкции, распоряжения, пасторские письма, епархиальные бюллетени и другие акты, касающиеся духовного управления верующими... Эти публикации и объявления и вообще все акты и документы, относящиеся к духовному управлению верующими, не подлежат налоговому обложению» (Конкордат, ст. 2) [1]. Это право используется Ватиканом в полной мере, причем ему дается самое широкое толкование.

На каждом шагу встречаешься в Италии с разного рода католическими организациями и их печатными органами. Эти издания многообразны: листки, газеты, иллюстрированные еженедельники, солидные журналы. Иногда под названием есть указание на издающую его организацию, иногда это указание стыдливо опускается — создается как бы видимость «независимости». Иногда эти издания — в дорогих обложках, на прекрасной бумаге, с многоцветной печатью, иногда это лишь четвертушка дешевой бумаги с наипростейшей верстkой. Однако будь эта печать в одежде принцессы или в одежде Золушки, суть ее остается неизменной — она отстаивает реакционные принципы католической религии, защищает интересы монополий, ведет наступление на права трудящихся, поддерживает мировой капитализм.

Основатель Итальянской коммунистической партии Антонио Грамши еще в 1916 г. указывал на то, что католическая печать Италии откровенно защищает интересы промышленных монополий. В то время настолько явными и постыдными стали спекуляции монополии сахарщиков, что эту монополию вынуждена была критиковать даже буржуазная печать типа газеты «Коррьере делла сера». Тогда-то, как писал Грамши в одной

[1] Arturo Assante. Codice dell'informazione. Montanino ed., Napoli, 1960, p. 36.

из своих статей в «Аванти», стал появляться листок, размером с открытку, на одной стороне которого было изображение распятого Христа, а на другой содержался призыв к католикам весь месяц молиться за «бедных сахарщиков», «так несправедливо преследуемых врагами религии — социалистами» [1].

В настоящее время положение в Италии изменилось, но лишь в сторону еще большего слияния итальянских монополий и католической печати. Орган Ватикана газета «Оссерваторе романо» не гнушается помещать на своих страницах торговую рекламу крупных итальянских монополий и банков, получая за это крупные деньги. В ней часто можно увидеть рядом с обращениями папы или заметками о религиозных торжествах рекламу фирмы «Монтекатини», Итальянского торгового банка. Примеру «Оссерваторе романо» следуют другие католические органы.

Не удивительно, что в свою очередь католическая печать всех рангов ревностно отстаивает интересы монополий. Например, выходящий многотысячным тиражом еженедельник «Фамилья кристиана» поместил в феврале 1962 г. обширное исследование отца Дзилли, который доказывает: кто опаздывает на работу, совершает грех, и дальше утверждает, что пользоваться всеми видами транспорта, кроме собственного автомобиля марки ФИАТ, тоже грешно. Достопочтенный автор убивает сразу двух зайцев: понуждает рабочих к дисциплине и рекламирует автомобили ФИАТ.

В Италии издается около 1800 различных католических периодических изданий — ежедневных газет, еженедельников, двухнедельников и ежемесячных журналов общим тиражом 16 млн. экз. Это составляет примерно одну четверть всех издающихся в Италии названий газет и журналов и больше половины всех тиражей периодических изданий Италии. Причем учтены здесь лишь органы чисто католические, не скрывающие своей религиозной принадлежности и своей основной цели: распространение религии, борьба за ее «идеалы» и крестовый поход против «врагов» церкви, которыми они прежде всего считают коммунистов.

[1] Antonio Gramsci. Sotto la mole 1916—1920. Ed. Einaudi, Roma, 1960, pp. 39—40 (далее — Antonio Gramsci. Op. cit.).

Римские понтифики не раз намечали методы, которые должна использовать католическая печать, чтобы быть действенной. Эти принципы обобщены в следующих словах: «Одна из самых священных обязанностей христианина—это религиозное и **общественное** (выделено нами. — *И. Ф.*) воспитание... Верно, что оно, согласно указаниям Трентского собора, синодов и согласно заявлениям римских пап, должно осуществляться посредством пасторского учения епископов и проповедей катехизиса приходскими священниками. Однако это живое слово практически доходит до немногих... И одним из наиболее мощных средств, которым может пользоваться божье слово, чтобы войти в дома, чтобы заставить понять и полюбить себя, является католическая печать. Отсюда — особая ответственность для всех католиков поддерживать и защищать ее» [1]. Гораздо откровеннее ту же мысль высказал один из столпов доминиканского монашеского ордена Виталиано Ровигатти в брошюре «Католики и пропаганда»: «Человек есть то, что создает из него кинопленка и печатная бумага» [2].

Католическая печать распространяет яд своей пропаганды не прямо, а окольными путями, вкрапливает его в сознание людей мелкими, иногда почти незаметными каплями. В этом ее особая опасность. Антонио Грамши называл пропагандистскую деятельность клерикалов «медленной работой по интеллектуальному заболачиванию». Он писал: «Это нечто неосязаемое, оно скользит, как устрица, как моллюск, кажется бессодержательным, однако обстрелу оно противостоит лучше, чем стены Льежа. Невероятное количество брошюр, журналов, листовок, приходских бюллетеней циркулирует всюду, они стремятся проникнуть даже в самые невосприимчивые семьи и занимаются, кроме религии, еще очень многими вещами» [3].

Однако в одном случае расплывчатость оставляет католическую прессу— тогда, когда речь заходит о коммунизме, об исторических закономерностях развития

[1] «Tempi moderni», n. 5, aprile — giugno, 1961, pp. 7—8.
[2] «Разоблачение антикоммунизма в Италии» (статьи из журнала «Ринашита», № 8—9 за 1954 г.). ИЛ, М., 1956, стр. 147.
[3] Antonio G r a m s c i. Op. cit., p. 40.

общества и неизбежной гибели капитализма. В этом случае католическая пресса становится грубой и неистовой, она стремится внушить верующим: коммунизм — враг, демократическое развитие — противник. Все беды и все зло в мире эта пресса пытается объяснить коммунистическими происками. Даже «чудеса» — шарлатанские выдумки попов, такие, как «явления святых», «плач» мадонн на иконах и др. (такие «чудеса» довольно часто устраиваются в Италии, особенно в более бедных и отсталых, а значит, и более религиозных южных областях), священники пытаются объяснить как особый знак «протеста всевышнего» против господствующего ныне «коммунистического безбожия».

Всю обширную массу католических печатных органов можно разделить для удобства изучения на несколько групп:

1. Издания Ватикана — мозг католической системы.
2. Издания чисто церковные — епархий, приходов, монашеских орденов и других околоватиканских организаций.
3. Издания организаций «мирского апостолата» — «Гражданских комитетов», «Католического действия» и т. п.
4. Издания христианско-демократической партии (ХДП).

Разберем каждую из этих групп печати.

ИЗДАНИЯ ВАТИКАНА — МОЗГ КАТОЛИЧЕСКОГО ОРГАНИЗМА ПЕЧАТИ

В Ватикане издается шесть печатных органов. Основным, бесспорно, если не считать ежемесячного сборника официальных документов «Акта Апостоличе Седис» («Акты апостольского престола») является ежедневная газета «Оссерваторе романо» («Римский наблюдатель») с цветным воскресным изданием «Оссерваторе делла доменика» («Воскресный наблюдатель»).

«Оссерваторе романо» не называет себя официальным органом Ватикана и имеет лишь скромный подзаголовок «ежедневная политико-религиозная газета». «Оссерваторе романо» — это практически личный орган папы и римской курии, осуществляющей руководство мировой католической церковью. Профессор Эр-

несто Росси в книге «Посох и кропило» отмечает, что главный редактор «Оссерваторе романо» вместе с главным редактором журнала «Чивильта каттолика» пользуются полным доверием и расположением папы, и статьи политического характера всегда получают предварительное одобрение папы или государственного секретариата Ватикана. «Оссерваторе романо» помещает самую широкую информацию о всех письмах, аудиенциях, речах понтифика и об основных актах Святого Престола.

Тираж газеты (45—50 тыс. экз.) совершенно не зависит от соображений прибыли, доходности. Газета распространяется не только в Италии (хотя, естественно, в Италии расходится бóльшая часть тиража), но также и за границей. Она продается во всех крупных столицах западного мира, рассылается в папские нунциатуры, религиозные миссии, выписывают ее и некоторые верующие. Священники и миссионеры всего мира передают содержание «Оссерваторе романо» почти 500 млн. католиков. В Италии газета распространяется среди священнослужителей, членов «Католического действия», по религиозным учреждениям и околорелигиозным организациям. Издается газета на итальянском языке, однако некоторые материалы печатаются там и на других языках — типография в Ватикане имеет шрифты для печатания на 34 различных языках. Энциклики и речи папы даются обычно на латинском языке.

«Оссерваторе романо» — директивный орган для всех католиков, он направляет их не только в области духовной, но и во всех других областях жизни — политической, моральной и т. п.

Газета не гонится за оперативностью информации: до недавнего времени комментирование сообщений о событиях, происшедших в мире сегодня, можно было найти на страницах газеты через два-три дня, а то и через неделю после этих событий. Не гонится она и за занимательностью, в ней нет черной и светской хроники, броских фотографий, всего того, что определяет обычно облик буржуазных органов прессы. Газету читают потому, что «Оссерваторе романо» — голос Ватикана, пока еще немаловажной силы на международной арене.

Тон «Оссерваторе романо» обычно спокойный, солидный, рассудительный. О чем же пишет газета, чему она учит католиков?

Основная направленность газеты — антикоммунизм. Практически именно клерикализм положил начало оголтелой антикоммунистической пропаганде. В конце прошлого века клерикалы называли социалистов «злодеями и безумцами или, еще хуже, убийцами и ворами, приписывая им самые невероятные преступления» [1].

Основанная в 1861 г. «Оссерваторе романо» была зачинателем и основным участником многих антикоммунистических клеветнических кампаний в течение ста с лишним лет своего существования. В течение сорока лет (с 1920 по 1960 г.) газетой руководил граф Джузеппе Делла Торре, целью жизни которого, по его собственным заявлениям, является борьба против коммунизма, СССР, газеты «Правда». Абсолютное большинство направленных против коммунизма статей в газете он писал сам. Американский журналист Ирвинг Уэллес отмечал в журнале «48 Мэгэзин», что «врагом «Оссерваторе романо» является Тольятти, и газета не в ладах с коммунистической печатью... В Италии идет сейчас ожесточенная борьба, однако руководители «Оссерваторе романо» считают, что это лишь незначительная часть той грандиозной борьбы, которую нужно вести против «Правды» и коммунизма» [2]. Ту же черту ватиканской газеты отмечал английский журнал «Ньюс ревью», который писал: «Оссерваторе романо» ведет с московской «Правдой» самую длительную и убийственную словесную войну, которая велась когда-нибудь между газетами» [3].

«Оссерваторе романо» является общепризнанным выразителем всех современных антидемократических теорий. Лидер итальянских коммунистов Пальмиро Тольятти в речи в Учредительном собрании имел все основания заявить: «...чтобы узнать позицию противной стороны, мы вынуждены читать ее официальный печатный орган—газету «Оссерваторе романо». Депутат Ненни

[1] «Разоблачение антикоммунизма в Италии», стр. 13.
[2] «48 Magazin», May, 1948.
[3] Ibid.

говорил о ней как об обычной газете. Нет, это неточно и этого недостаточно. Разрешите мне говорить об «Оссерваторе романо» как об официальном представителе противной стороны. Эта газета — единственный рупор, единственное средство, которым мы располагаем, если желаем знать, что думает Ватикан» [1].

Газета значительно активизировала свою деятельность по антикоммунистической пропаганде сразу же после второй мировой войны. В годы фашизма она занимала позицию приспособленчества, коллаборационизма, Муссолини называла «человеком, посланным провидением», целиком одобрила заключенные Ватиканом с Муссолини и Гитлером конкордаты, причем была единственной газетой в Италии, не находившейся в руках фашистов и не подвергавшейся репрессиям со стороны фашизма. После войны «Оссерваторе романо» возглавила движение антикоммунизма. Все режимы, враждебные лагерю мира и демократии, «Оссерваторе романо» объявила лучшими друзьями Ватикана.

С апреля 1960 г. главным редактором «Оссерваторе романо» назначен Раймондо Мандзини, бывший редактор газеты болонской курии «Аввенире д'Италиа» и бывший президент Союза итальянской католической печати. Газета «Унита» отмечала в апреле 1960 г., что Мандзини известен своим антикоммунизмом, исключительно реакционно настроен в области внешней политики, является врагом улучшения отношений Запада со странами социализма — он, в частности, выступал против поездки президента Италии Джованни Гронки в СССР, состоявшейся в начале 1960 г.

Ватиканская газета постоянно ведет кампанию против мирового коммунистического движения, подвергает ожесточенным нападкам советскую действительность, страны социалистической системы, антиколониальное движение в странах Азии и Африки. Особенно много помещала «Оссерваторе романо» клеветнических материалов о якобы имеющих место «преследованиях» церкви в странах «за железным занавесом».

Теоретические вопросы религии разбираются на страницах газеты редко: защита католической религии

[1] Пальмиро Тольятти. Речи в Учредительном собрании. ИЛ, М., 1959, стр. 65.

сводится к защите капитализма и обожествлению принципов частной собственности. Газета отстаивает политику крупных монополий, выступает против введения государственных ограничений в итальянской экономике.

С большим вниманием следя за внутриполитической жизнью Италии, «Оссерваторе романо» активно вмешивается в политические события, оказывает влияние на верующих, принуждая их под угрозой отлучения от церкви голосовать за христианско-демократическую партию.

Большой шум в католическом мире вызвала редакционная статья «Оссерваторе романо» от 18 мая 1960 г. «Твердые условия». В ней говорилось следующее:

1) церковь имеет полную юрисдикцию над всеми верующими и поэтому ее долг и право — вести их, руководить ими и исправлять их ошибки в плане идей и в плане их действий; католик «никогда не может обходить учение и директивы церкви, и в каждой области своей деятельности, в своей общественной и личной жизни должен вдохновляться законами, указаниями и инструкциями иерархии»; 2) вопросы общественно-политические не могут быть отделены от религии, поэтому церковь «имеет право и должна вмешиваться также и в эту область, чтобы помочь сознанию сделать лучший выбор, согласующийся с принципами христианской морали и социологии», 3) признается «возможность сотрудничать с теми, кто не признает религиозных принципов», 4) однако сразу же разъясняется, что такое сотрудничество недопустимо с марксистами; «неустранимое противоречие между марксистской системой и христианской доктриной очевидно само по себе», и поэтому «церковь не может позволить верующим присоединяться к тем движениям, которые следуют марксистской идеологии, не может разрешить содействовать им или сотрудничать с ними: такое присоединение или сотрудничество неизбежно привело бы к жертвованию непреложными принципами, требуемыми верой и христианской моралью, и к их компрометации».

Против этих положений статьи выступили католические издания в США, Голландии и других странах. Они справедливо указывали, что прошло время, когда ватиканские указания слепо исполнялись повсюду; положение в мире сейчас изменилось, и для сохранения авто-

ритета католической религии необходимо использовать новые, более гибкие способы; однако эти же издания отметили, что изложенные в статье «Твердые условия» принципы вполне подходят для Италии, где Ватикану удалось сохранить нечто подобное средневековому клерикально-феодальному обществу. Впрочем, провозглашенные в статье принципы не явились чем-то новым или неожиданным. Это постоянная политика Ватикана, оставшаяся неизменной во все исторические периоды.

Несмотря на то что Латеранские соглашения 1929 г. между Ватиканом и Италией официально запретили церкви вмешиваться во внутренние дела итальянского государства, это вмешательство никогда не прекращалось. Оно особенно усилилось в последнее десятилетие, достигая кульминационного пункта во время предвыборных кампаний. Зачинателем этих кампаний является, как правило, «Оссерваторе романо». Газета открыто запугивает и шантажирует избирателей, накликая на их бедные головы самые страшные кары, если они не будут голосовать за христианско-демократическую партию. Так было перед парламентскими выборами 1948, 1953, 1958 и 1963 гг., в 1956 г. — перед муниципальными выборами.

В 1949 г. «Оссерваторе романо» опубликовала декрет папской «Священной канцелярии» (инквизиции) об отлучении от церкви членов коммунистической партии и лиц, оказывающих им поддержку. Этот шаг оказался малодейственным.

Перед муниципальными выборами в Италии в июне 1962 г. «Оссерваторе романо» выступила с рядом статей, призывавших католиков голосовать за списки ХДП. В статье от 21 мая 1962 г. под показательным заголовком «Неизменная обязанность» говорилось, что «прямой долг и ответственность католиков через несколько недель подвергнуться проверке. Моральные обязательства также являются частью божественного откровения. Поэтому никогда нельзя и в общественной жизни отделять религию от католической морали... Церковь имеет право и должна объяснять верующим моральные обязательства, которые на них возложены как на граждан-избирателей». Далее римских избирателей призывали голосовать за список ХДП и сделать все, чтобы мэром в Риме стал христианский демократ.

На словах выступая за «христианский мир» и «всемирное братство», «Оссерваторе романо» в области международной политики активно поддерживает агрессивные замыслы мирового капитализма, поджигательскую политику правых кругов в США и других странах Запада. От итальянского правительства газета настойчиво требует сохранения приверженности к Атлантическому пакту. Как правило, газета неоднократно выступала против миролюбивых предложений СССР и стран социалистической системы или замалчивала их.

Любопытна реакция «Оссерваторе романо» на полет советского героя-космонавта Юрия Гагарина. Вынужденная одобрить этот полет, газета попыталась и его связать с религией, заявив, что он «не только не угрожает нашему религиозному мировоззрению, но, напротив, подкрепляет и усиливает его» [1].

Характерной особенностью «Оссерваторе романо» является также то, что она объявляет себя блюстительницей нравов, публикуя множество статей против отдельных проявлений «аморальности». Однако социальные причины «пороков» не затрагиваются газетой, для их исправления она призывает лишь к «моральному усовершенствованию».

«Оссерваторе романо» регулярно публикует списки кинофильмов, которые церковь не рекомендует смотреть, а также списки запрещенных Ватиканом книг.

Некоторый сдвиг в линии Ватикана, наметившийся во время понтификатов Иоанна XXIII и Павла VI, никак не означает примирения Ватикана и его газеты с коммунизмом. «Оссерваторе романо» выступила в конце 1963 г. с рядом статей, разъяснявших и пропагандировавших послание итальянских епископов, в котором резко осуждался «безбожный коммунизм».

Такова в общих чертах «Оссерваторе романо», орган Ватикана, по примеру которого издаются тысячи газет и журналов, на принципах которого воспитываются миллионы католиков Италии и всего мира.

Журнал ордена иезуитов «Чивильта каттолика» («Католическая цивилизация») официально не является изданием Ватикана. На первый взгляд это обычный итальянский двухнедельник. В действительности же

[1] «L'Osservatore Romano». 12 IV 1961.

журнал является важнейшим теоретическим органом Ватикана, традиционным оплотом католицизма. Свою историю журнал начинает с 1849 г., и с самого его основания папы использовали журнал для проведения угодной им политики.

Статьи из «Чивильта каттолика» часто перепечатываются провинциальной католической печатью Италии и принимаются как догма, как официальное мнение Ватикана.

В 1923 г. кардинал Гаспарри от имени папы охарактеризовал журнал как «важное периодическое издание, которое ни на мгновение не отклонилось от своей программы верности апостолическому Святому Престолу.., с неослабевающим старанием и энтузиазмом продолжающее единственную линию своего славного пути» [1]. В 1924 г. приветствие по случаю 75-летия журнала прислал ему папа Пий XI, который отметил особые заслуги журнала в борьбе с прогрессивным развитием общества. Пий XI отмечал, что журнал «выполняет все приказы и желания Римского Понтифика, чем и завоевал заслуженное расположение и уважение наших предшественников и наше» (то есть всех пап. — *И. Ф.*) [2].

Наконец, по случаю 90-летия журнала в мае 1939 г. благодарственное письмо в редакцию «Чивильта каттолика» прислал папа Пий XII. В те дни, когда Ватикан фактически поддерживал Гитлера и Муссолини, заключив с ними конкордаты, папа так отзывался о журнале: «...всегда и везде в социальных вопросах.., в ежедневной полемике вокруг религиозной и социальной жизни народов, в сообщениях о радостных и печальных событиях, сопровождавших жизнь церкви, вы выражаете волю и желания Апостолического престола» [3].

«Чивильта каттолика» дает основные линии антикоммунистической и антисоветской пропаганды, которые затем развиваются буржуазной «независимой» прессой. Сотрудники журнала тщательнейшим образом изучают периодику стран социалистической системы, особенно советскую, собирают отрицательные факты и затем обрабатывают их в резко антикоммунистическом духе.

[1] Ernesto Rossi. Op. cit., p. 16.
[2] Ibid.
[3] Ibid.

Журнал является как бы знаменем борьбы против «коммунистической угрозы» буржуазному строю.

В каждом номере «Чивильта каттолика» публикуются материалы, свидетельствующие о вмешательстве Ватикана во внутриполитическую жизнь Италии. Еще полвека назад журнал писал о необходимости активного участия католиков в политических выборах и необходимости добиваться победы на этих выборах, чтобы «восстановить бога и церковь в своих правах». Сейчас эта политика не изменилась. Итальянские события журнал подает с крайне правых позиций, близких к фашистским, выступает за удушение всяких свобод и полное подчинение политики, просвещения, искусства католической церкви. Свои заветные цели журнал раскрыл в двух статьях, напечатанных в августе 1952 г., в которых откровенно выдвигается требование создания в Италии католического авторитарного государства, руководимого Ватиканом и христианско-демократической партией.

В этих статьях содержались политические инструкции Ватикана христианским демократам Италии на ряд лет вперед, и они до сих пор свято выполняются крайне правым крылом ХДП, часто с помощью центристских и даже левых течений партий.

Таким образом, «Оссерваторе романо» и «Чивильта каттолика» ведут борьбу против демократического движения в Италии. Они оказывают громаднейшее влияние на всю католическую прессу страны. Провинциальная католическая печать перепечатывает оттуда отдельные материалы, буржуазная «информационная» пресса также довольно часто руководствуется их указаниями.

«Оссерваторе романо» и «Чивильта каттолика» — основные теоретические органы Ватикана и итальянской реакции, мозг большого и сложного механизма католической печати.

ПРИХОДОВ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ГАЗЕТНЫХ КИОСКОВ

В Италии 24 тыс. церковных приходов и 292 епархии, тысячи монастырей и монашеских братств. Чисто церковная печать, о которой пойдет сейчас речь, — это органы епархий, приходов, монастырей, монашеских орденов и т. п.

Епархиальная печать развита в Италии довольно сильно. Нужно учесть, что в Италии вообще областная и провинциальная печать играет часто не меньшую роль, чем печать центральная; крупнейшие ежедневные газеты и самые распространенные в стране иллюстрированные еженедельники выходят не в столице государства Риме, а в Милане, Турине, Флоренции, Болонье, Генуе, Неаполе и имеют тиражи, превышающие тиражи римских газет. В силу целого ряда причин печать в Италии развивалась не вокруг одного определенного центра, а сразу в нескольких областях.

Епархии издают восемь ежедневных газет в крупных городах общим тиражом около 130 тыс. экз. Наиболее значительными из них являются «Аввенире д'Италиа» («Будущее Италии») в Болонье, «Италиа» в Милане и «Нуово читтадино» («Новый гражданин») в Генуе. Они располагают собственными типографиями, причем миланская «Италиа» — одной из самых современных в стране. Более мелкие газеты — это «Адидже» в Тренто, «Аввенире Падано» («Будущее падуанской долины») в Ферраре — фактически феррарский вариант болонской «Аввенире д'Италиа», «Эко ди Бергамо» («Эхо Бергамо») в Бергамо, «Ордине» («Порядок») в Комо, «Коррьере дель маттино» («Утренняя почта») в Вероне.

Все это небольшие газеты с узким кругом распространения, расходящиеся в основном по подписке среди священников, монахов, церквей и церковных организаций. У «Италиа» — 25 тыс. подписчиков, у «Аввенире д'Италиа» — 15 тыс. Через газетные киоски расходится лишь ничтожное количество экземпляров. Это не удивительно: «узость, кастовость, дух ризницы пропитывают все высказывания этих газет по политическим вопросам, всю их политическую информацию, что явствует хотя бы из того, с каким пылом они поддерживают самые коварные замыслы колонизаторов и империалистов» [1].

Эти газеты являются застрельщиками антикоммунистической политики итальянской реакции, верными слугами Ватикана.

Газетой «Аввенире д'Италиа» руководит непосредственно кардинал Леркаро, один из глашатаев антикоммунизма в Италии. Ватикан придает этой газете особое

[1] «Разоблачение антикоммунизма в Италии», стр. 128.

значение, так как она распространяется в Эмилии, области, где наиболее сильно влияние Коммунистической партии. Тираж газеты — около 20 тыс. экз. В 1960 г. редактор «Аввенире д'Италиа» Раймондо Мандзини за особые заслуги в антикоммунистической борьбе был назначен главным редактором «Оссерваторе романо».

С 1 мая 1964 г. газета сделана основным органом «Католического действия».

Миланская «Италиа» является проводником политики Ватикана в северных промышленных районах Италии.

Газета выступает за более гибкую политику церкви, за активное ее участие в политической жизни страны через установление тесных связей со светскими кругами; даже в оформлении она стремится приспособиться к современной действительности. Особое внимание эта газета обращает на пропаганду идеи примирения классовых интересов и затухания классовой борьбы. Тираж «Италиа» — 40—45 тыс., а по воскресным дням он доходит до 60 тыс.

Более мелкие церковные издания рассеяны по маленьким провинциальным городкам всей Италии. В основном это — еженедельники, которых насчитывается около 130. Их общий тираж — примерно 1 млн. экз. в неделю. Они имеют такой же формат, как и ежедневные газеты, иногда немного меньший, печатаются в один и в два цвета. Их объем колеблется от 6 до 16 страниц, тираж от 3—5 тыс. (это наиболее распространенный тираж) до 50 тыс. экз. «Верона феделе» («Верующая Верона») имеет тираж до 50 тыс. экз., «Вита каттолика» («Католическая жизнь») в Удине выходит тиражом в 42 тыс. экз., «Люче» («Свет») в Варезе довел свой тираж до 40 тыс. экз.

Некоторые органы объединены в издательские «цепи», что помогает им собирать информацию и уменьшает расходы по изданию. Издания «цепи» выходят обычно в соседних городах и под разными заголовками, но по содержанию они совершенно идентичны, если не считать страниц местной хроники.

Самая крупная «цепь» такого рода создана ассоциацией «Стампа каттолика ассочата» («Объединенная католическая печать»), в нее входят девять газет с общим тиражом 40 тыс. экз. Эти газеты издаются в Боб-

био, Фаэнце, Форли, Гуасталле, Мачерате, Модене, Парме, Пьяченце, Реджо Эмилии. Другая газетная «цепь» создана вокруг Ливорно, в нее входят три газеты: в Масса Каррара, в Пистойе и в Сан-Миньято (все три газеты печатаются в Ливорно).

Газеты, издаваемые церковными епархиями, имеют одну общую характеристику: они находятся на самом правом крыле расстановки политических сил в Италии, поддерживают самые реакционные группы и самые антидемократические начинания. Эти газеты постоянно выступают против демократического развития страны, против так называемой политики «левого центра».

Почти все органы епархий публикуют сообщения о деятельности организации «Католическое действие», и часто даже трудно отличить епархиальные газеты от публикаций этой организации. Печатаются также материалы о жизни других католических объединений — профсоюзных, спортивных и т. п. Помещая теле- и кинопрограммы, газеты дают им, как правило, церковную оценку. Иногда эти органы перепечатывают отдельные статьи из крупных ежедневных газет, причем статьи подбираются в тенденциозном и реакционном духе; газеты епархий регулярно перепечатывают материалы ведущих церковных органов.

Всю информацию уже в переработанном и «разжеванном» виде епархиальным газетам и еженедельникам (как и всей католической печати) поставляют централизованные пропагандистские организации, созданные Ватиканом и близкими к нему институтами. Среди поставщиков информации — «Католический центр печати» (СИС), созданный «Католическим действием» и распространяющий ежедневные обзоры печати и еженедельные обзоры информации, «Итальянское агентство печатных служб», выпускающее ежедневный бюллетень, ватиканское агентство «Мондо мильоре» («Лучший мир»), издающее ежедневный бюллетень «Национальной организации религиозной моральной помощи рабочим» (ОНАРМО); ежедневный бюллетень выпускает также «Папская организация помощи» (ПОА), бюллетени — ватиканские конгрегации «Пропаганда Фиде» (Фидес) и Восточной церкви (СИКО).

На какие средства существуют епархиальные еженедельники? В большей степени их распространение обес-

печено подпиской и распределением по приходам. Другим источником является реклама, которая, однако, невелика. Стоимость издания относительно мала как с точки зрения редакционных, так и с точки зрения типографских расходов. Так что в основном эти издания самоокупаемы.

Приходских изданий в Италии насчитывается около 700, каждое выходит, как правило, ежемесячно тиражом примерно 500 экз. Их общий тираж равен приблизительно 350 тыс. экз. Существует несколько больших групп приходских публикаций, которые различаются лишь по обложке (например, группа приходских публикаций миланской епархии).

Епархии и приходы издают также сборники официальных документов (по типу ватиканского ежемесячника «Акта Апостоличе Седис»). Епархии издают 224 таких бюллетеня, в которых помещаются акты курии и епископа. Общий тираж всех бюллетеней — более 150 тыс. экз. Они рассылаются всем священникам — их около 63 тыс., во все приходские, викариальные архивы и автономные курии — всего около 28 тыс. и всем монашеским братствам, которых около 20 тыс. [1].

Перейдем теперь к разбору другого вида церковной печати — так называемой «благочестивой», или «святой», прессы. Это издания наиболее известных церквей, монастырей, «святых мест» и т. п. Их цель — привлекать внимание читателя или к определенному святому, его чудесам и благодениям, или к определенной святыне, регулярно совершающей «чудеса», или к благотворительным делам, осуществляемым монашескими орденами, монастырями, конгрегациями Ватикана. Действительные же задачи этого рода печати те же, что и для всей католической печати: антикоммунистическая пропаганда, защита капитализма, наступление на демократию и прогресс.

«Святая» печать — это публикации, разнородные по формату, количеству страниц и способам распространения, отличающиеся друг от друга по типографскому оформлению и количеству затрачиваемых на них денежных сумм. С виду они похожи на рекламные изда-

[1] Цифровые данные взяты из статьи: Ignazio Weiss. La stampa cattolica periodica. «Tempi moderni», n. 5, aprile — giugno 1961.

ния торговых и промышленных компаний, на фирменные проспекты; к тому же и цель у них как будто бы одна — рекламировать определенное «святое» лицо или мероприятие. Разовый тираж всех этих изданий — примерно 6—7 млн. экз. Публикаций такого рода можно насчитать около 370. Они выходят незначительными тиражами, но есть и издания-гиганты, тираж которых доходит до миллиона экземпляров. Периодические издания выпускают, например, большой монастырь бенедиктинцев «Сакро Спеко» и церковь «Санта Сколастика» в Суббьяко, церковь Св. Франциска в Ассизи и др.

Первое место среди этих изданий, бесспорно, принадлежит журналу «Мессаджеро ди с. Антонио» («Посланец св. Антония») — органу Базилики святого в Падуе. Этот ежемесячный журнал выходит с 1898 г. и в настоящее время его тираж превысил 1,6 млн. экз. Печатаются два издания журнала. Одно предназначено для Северной Италии и Рима и выходит первого числа каждого месяца; второе — для Южной и островной Италии и выходит 12-го числа каждого месяца. Кроме того, издается иллюстрированное приложение для детей — «С. Антонио э и фанчулли» («Св. Антоний и дети») — на 32 страницах, с веселыми рисунками по типу американских «комиксов». Это двухнедельное издание выходит с 1922 г.

«Мессаджеро ди с. Антонио» распространяется в основном по подписке, условия которой следующие: достаточно внести 200 лир для получения журнала в течение целого года, за 10 же тысяч лир дается право на пожизненное получение журнала. Кроме подписки журнал раздается бесплатно верующим и многочисленным туристам, посещающим Падую. Это, пожалуй, единственное периодическое издание в Италии, которое доходит до самых глухих уголков страны и имеет поистине общеитальянское распространение.

В обычном номере «Мессаджеро ди с. Антонио» — 32 страницы, отпечатан он способом «ротокалько» — наиболее современным способом, в четыре цвета. Вид у журнала очень привлекательный, каждый номер иллюстрируется хорошими рисунками и фотографиями.

Что же скрывается за этой красивой внешностью? Разберем содержание одного из номеров «Мессаджеро ди с. Антонио». Перед нами номер от 1 июня

1961 г. По нему можно отчетливо понять основные линии, по которым церковь старается вести свою пропаганду через журналы подобного типа. Прежде всего — это отстаивание церковных догм. Читателям рассказывается, кто такой святой Антоний, этот самый популярный святой в Италии, причем уже здесь не упускается случая оказать давление на верующего с тем, чтобы он регулярно вносил «на счет» св. Антония определенные денежные суммы. Первая статья начинается так: «Чему служит св. Антоний? Да это знают все — он помогает находить потерянные вещи! Это очень просто: достаточно пообещать ему какую-либо сумму — 100, 500, 1000 или 10 000 лир, в зависимости от значительности потерянной вещи; потом об этом уже думать не надо: потерянная вещь будет найдена, и останется лишь исполнить данное обещание... Именно так думают многие. И если предмет находится, говорят: посмотри, нет ничего проще! Если же придмет не находится, думают: я явно пообещал слишком мало». Далее доказывается, что св. Антоний — посредник между богом и верующими; все, что им делается, делается не им, а самим богом...

Перелистываем журнал дальше. Страница изъявления благодарности святому Антонию. Благодаря ему: юноша нашел работу, старуха излечилась от болезни почек (правда, после двух хирургических операций), а ее сын попал под машину, но отделался легким испугом, жена перестала ругаться со своим мужем, а один крестьянин остался невредимым даже после того, как его переехал трактор! И все эти «чудеса» — дело рук св. Антония... Далее в журнале католический миссионер в Африке рассказывает о своей встрече со львами и других приключениях; конечно, везде ему чудесно помогал св. Антоний. О чудесах святого рассказывается еще в нескольких материалах. Две статьи посвящены истории церкви...

Но вот мы доходим до рубрики «Слово для всех» — ответы на вопросы читателей, и снова возвращаемся к сегодняшнему дню. На самом видном месте рубрики — слово «коммунизм». «Почему, — спрашивает читатель, — коммунистов нельзя считать истинными католиками? Если коммунист хочет обвенчаться в церкви, почему ему этого сделать не разрешают?... Что общего имеет

церковь с политикой?». Вопросы поставлены откровенно и остро, автор письма отмечает вмешательство церкви в политическую жизнь и осуждает его. И вот ответ журнала: «Церковь действительно не имеет ничего общего с политикой, однако если политики вмешиваются в дела церкви, тогда она имеет право защищаться; она должна говорить своим последователям (христианам) всю правду и предостеречь их от врагов. И коммунисты, если приняли крещение (чем обязались быть преданными и верными детьми церкви, а не **ренегатами и предателями** (эти слова выделены редакцией журнала. — *И. Ф.*), являются католиками, однако **плохими** (выделено редакцией журнала. — *И. Ф.*) католиками, так как они не ведут христианского образа жизни... Кто не слушается церкви (папы, епископов, священников), тот постепенно отрывается, удаляется от нее и становится заблудшей овцой... Церковь, как добрая мать, ограждает нас от всех опасностей и указывает верный путь, если мы не хотим предать нашу религию. Все это — не политика! Почему не обвиняют в политике того, кто учит, что нельзя убивать, что нужно жить честно, что необходимо соблюдать законы государства? Человек не создан слоями: политик три часа в день, католик два часа.., а в остальные часы он делает, что хочет. Каждый крещеный остается католиком все двадцать четыре часа в сутки; нет ни одного мгновения, когда можно сказать: я свободен от божественного закона, не являюсь частью церкви... Христиане часто забывают, что они последователи Иисуса Христа не только в церкви, но и дома, на улице, на работе, в трамвае, в баре, в любом окружении и в любой момент дня».

Ответ явно рассчитан на мало образованного читателя и не изобилует, прямо скажем, аргументами, а взывает лишь к вере спрашивающего. В этом ответе, однако, изложены основные принципы католической церкви, не собирающейся отказываться от своего влияния на политическую жизнь и от своего места в антикоммунистических колоннах.

Новые страницы журнала «Мессаджеро ди с. Антонио». Любопытен раздел под названием «Вклад признательности», занимающий три страницы. Это еще один способ вытягивания из верующих денег. Если кто-нибудь хочет опубликовать в журнале свою фотографию, нужно прислать ее в редакцию с приложением 1500 лир, и фотография микроскопического формата будет опубликована рядом с тридцатью-сорока другими. Поступлений от одной лишь этой рубрики может хватить, чтобы оправдать расходы по изданию журнала...

Последняя страница прочитана, цветная обложка закрыта. Общий вывод после просмотра всего журнала — это нечто среднее между чисто религиозным журналом и «светским» иллюстрированным еженедельником. Он получает, как видно, громадные доходы от подписки, рубрик типа «Вклад признательности» и коммерческой рекламы. Рекламные объявления журнал стал помещать на своих страницах совсем недавно, с 1961 г. в нем можно найти самые различные объявления — рекламу часов и сыра, порошка для стирки белья и зубной пасты, лекарства против головной боли, рекламу поездки в Лурд, швейных машин, статуэток св. Антония (совсем дешевые, 400 лир с присылкой на дом) и кубиков для приготовления мясного бульона. Вся эта реклама помещена лишь в одном номере от 1 июня 1961 г.

Журнал активно вмешивается в политическую жизнь страны, призывает трудящихся отказаться от борьбы за улучшение своих жизненных условий, за политические права. Основной целью журнала является борьба с коммунизмом, и в этой борьбе он не брезгует самыми низкими средствами — клеветой, подлогом, извращением фактов, обманом.

Мы подробно остановились на журнале «Мессаджеро ди с. Антонио», так как его содержание характерно не только для журналов «святых», или «благочестивых», но и для всей католической печати вообще.

В Италии существует и еще одна форма чисто церковной печати: иллюстрированные католические еженедельные журналы, имеющие громадные тиражи и предназначенные для общенационального распространения. Иллюстрированные еженедельники, так называемые «ротокальки» (по способу печати), вообще приобрели в послевоенной Италии огромную популярность и расходятся миллионными тиражами. Эти журналы прекрасно иллюстрированы, содержат множество цветных фотографий, рассказы о жизни известных киноактрис и чле-

нов королевских семей, подробные описания убийств, интервью, взятые у преступников...

Католическая церковь не могла пройти мимо таких изданий и не попытаться использовать их для своих целей. Постепенно появилось несколько католических еженедельников — «ротокальки», которые политическую доктрину Ватикана стали подавать в яркой многоцветной обложке, с множеством фотографий и рисунков, — в общем, по современному.

Наибольшее распространение получил журнал «Фамилья кристиана» («Христианская семья»), выходящий тиражом в 900 тыс. экз. Одинаковый тираж — по 320 тыс. экз. — имеют журналы «Крочата» («Крестовый поход») и «Кози» («Так»), тиражом в 180 тыс. экз. выходит журнал «Альба» («Рассвет»), тираж 150 тыс. экз. имеет журнал «Оридзонти» («Горизонты»). «Джорналино» («Газетка»), предназначенный для детей, выходит тиражом в 210 тыс. экз.

Эти журналы предназначены для самой широкой массы читателей, чем и объясняется их низкая продажная цена. «Фамилья кристиана» имеет 52 страницы, а стоит дешевле, чем любая ежедневная газета. «Оридзонти» выходит на 50 страницах и продается за 60 лир, в журнале «Кози» — 52 страницы, его стоимость 50 лир. Хотя цена этих журналов низка, они делаются на высоком типографском уровне, не хуже так называемых «независимых» еженедельников, цена которых — 80, 100 и больше лир за номер. Все эти католические еженедельники широко помещают коммерческую рекламу, часто в цвете. С финансовой точки зрения они, вероятно, приносят своим владельцам доход, хотя и небольшой.

Особый успех выпал в последние годы на долю женского еженедельника «Кози», издаваемого орденом Паолинских сестер. Главный редактор его — монахиня Тереза Лоренцино. Этот журнал — яркое доказательство того, как католическая церковь, приспосабливаясь к вкусу читателей, умело осуществляет свою пропаганду. В «Кози» не забыта ни одна рубрика, бытующая в «независимом» женском еженедельнике: моды и воспитание детей, рецепты различных блюд и советы врача, «душещипательный» роман с продолжениями и репортажи из жизни кинозвезд.

Чему учат эти журналы читателя? Приведем лишь один пример. Газета «Унита» поместила 23 мая 1962 г. письмо Джулиано Боццоли из Пизы, который резко критикует материалы, публикуемые в католических еженедельниках. Он сообщает, что в одном из широко распространенных еженедельников была помещена возмутительная статья под заголовком «Из печали бьет ключом радость», и далее пишет: «Эта статья должна была научить нас, бедных грешников, некоторым «нормам примерной жизни», которые я коротко суммирую: 1) воздерживайтесь от плотских наслаждений; 2) слушайтесь, из почтения к Господу, властей; 3) уважайте всех, почитайте ваших братьев, бойтесь бога, почитайте тех, кто вами управляет; 4) слушайтесь ваших хозяев и уважайте их, даже когда они неуступчивы... Эти советы, — иронизирует читатель, — не относятся, конечно, к капиталистам, монополистам, ко всему итальянскому патронату, поскольку у них нет «хозяев», и они не должны подчиняться властям, так как довольно часто власти действуют по их приказам... В общем, рабочий, чтобы быть осыпанным божьими милостями, должен любить тех, кто заставляет избивать его всякий раз, когда он бастует, и он не должен бастовать из уважения к «хозяину» и т. п... Что меня утешает, — это мысль, что очень немногие следуют этим глупым советам», — заканчивает читатель «Унита».

Разберем журнал «Оридзонти», типичный католический «ротокалько». Журнал издается в Риме как орган марианских конгрегаций, или Общества Св. Марии. В нем также есть все рубрики, обычные для иллюстрированных еженедельников: детективный рассказ и женские моды, кинорубрика и советы хозяйкам, радио- и телепрограммы, уголок юмора и игр — кроссвордов, ребусов и шарад. Однако весь материал подан в тенденциозном духе, под определенным углом зрения: за каждой строчкой виден призыв к послушанию церкви, к отказу от борьбы в этом мире, призыв готовиться к переходу в иной, лучший мир. В журнале нет ни одной постоянной религиозной рубрики, которые можно встретить в изданиях чисто церковных или «благочестивых». Однако каждый его материал проникнут ханжеским католическим духом.

Отличительной чертой журнала «Оридзонти» являет-

ся умелое использование им итальянской классической живописи для пропаганды католицизма. Из номера в номер помещаются большие статьи о старых мастерах живописи, иллюстрированные хорошими репродукциями, главным образом с картин на религиозные сюжеты. Любитель живописи, если он даже и не поклонник католической прессы, не удержится от искушения купить этот журнал из-за прекрасных художественных репродукций, а там, глядишь, и пристрастится к чтению журнала. Журнал всеми способами стремится проповедовать религию и ее политику и делает это довольно умело.

Марианские конгрегации (организации «мирского апостолата» при ордене иезуитов) издают в Италии целый ряд печатных органов, характерной чертой которых является то, что даже среди церковных изданий они выделяются своим мракобесием и антикоммунистическим духом.

Вот тому яркий пример. В 1959 г. общество Св. Марии издало специальный номер журнала «Челесте пеллегрина» («Небесная пилигримка»), отпечатанный на прекрасной бумаге, в цветной броской обложке; в нем были помещены статьи виднейших прелатов церкви кардинала Бентивольо, дона Стурцо, священника Ротонди и др. Что же написали там святые отцы? Дословно: «В связи с тем, что в холодной войне коммунизм со всей очевидностью изо дня в день одерживает над нами победы, разве мы не вынуждены пойти на столкновение, чтобы попытаться сделать все, что в наших силах?» [1]. Статья доказывает необходимость преобразовать «холодную войну» в общий атомный конфликт, чтобы попытаться сделать все, что в силах церкви против коммунизма. В настоящее время журнал, следуя духу времени, уже не решается выступать с такими безответственными заявлениями.

Кроме разобранных выше органов печати, издаваемых орденом иезуитов, его публикациями являются также два политических журнала в Милане: «Аджорнаменти сочали» («Новое в современном обществе») и «Вита э пенсиеро» («Жизнь и мысль»). «Аджорнаменти сочали» — солидное наукообразное издание, публикующее

[1] Цит. по: «L'Unità», 8.V 1959.

ряд статистических данных об Италии, собираемых самим журналом. Журнал нередко проводит опросы населения на внутриполитические темы; цель этого издания — изучение итальянского общественного мнения, политических и экономических тенденций в стране и изыскание путей, которые помогли бы католической церкви приспособиться к новым тенденциям и взять их себе на вооружение. Журнал «Вита э пенсиеро» — популяризаторский, «честно» проводящий диктуемую Ватиканом политику. Есть у ордена иезуитов в Италии и ряд более мелких изданий.

Ордена и другие религиозные организации издают многочисленные «толстые» журналы, предназначенные для узких групп интеллигенции. Среди них есть журналы политические, социально-экономические, научно-популярные, есть публикации по проблемам воспитания и обучения, культуры. Вот некоторые из наиболее значительных журналов этого типа: «Хуманитас», «Идеа», «Реньо», «Синтези политика», «Чивитас», «Куадерни ди ационе сочале», «Студиум», «Галло», «Синтези». Все это католические журналы, однако далеко не всегда можно определить их настоящих хозяев. Это, впрочем, и необязательно. По своей сущности эти журналы — близнецы: они верно проводят политику, угодную Ватикану.

Мы разобрали, таким образом, основные группы чисто церковных, религиозных периодических изданий: публикации епархиальные и приходские, «святую» печать, иллюстрированные еженедельники и другие журналы, во главе с двумя «китами» католицизма — газетой «Оссерваторе романо» и журналом «Чивильта каттолика». Перейдем теперь к не менее важной части системы католической печати — к печати организации «Католическое действие».

СПРУТ «КАТОЛИЧЕСКОГО ДЕЙСТВИЯ»

Экспансия ватиканской пропаганды приобрела в Италии поистине гигантские размеры. Она ведется не только через церковь и религиозные организации, но и охватывает все стороны итальянской жизни. Основным средством этой экспансии является организация «Католическое действие».

«Католическое действие» объединяет многочисленные массовые организации: женские, молодежные, профессиональные, культурные, спортивные и т. п. — под единым лозунгом «тесного и непосредственного сотрудничества с церковной иерархией», как сказано в уставе организации. В уставе определены цели организации: «Католическое действие» само или через другие католические организации, зависимые от него или им контролируемые, заботится о духовном и религиозном воспитании своих членов и руководит их деятельностью, направленной на распространение и защиту христианских принципов в личной, семейной и общественной жизни. «Католическое действие» считает своей первой обязанностью исповедовать верность и послушание наместнику Христа».

С помощью «Католического действия», как отмечает прогрессивный итальянский историк Джорджо Канделоро в книге «Католическое действие» в Италии», церковь стремилась и стремится в первую очередь защищать и укреплять себя как политическую организацию, одновременно защищая и укрепляя господство класса, с которым она связана. Эту же цель преследуют и организации чисто церковного, религиозного характера, однако у «Католического действия» есть одна очень важная особенность: эта организация имеет массовый характер и насчитывает в своих рядах более 3 млн. 200 тыс. членов.

Вместе с зависимыми от него и примкнувшими к нему организациями «Католическое действие» превращается в гигантского спрута, опутавшего около 8 млн. человек. Именно эти люди составляют основную силу христианско-демократической партии Италии, благодаря которой партии удается удерживать свои позиции во время парламентских и муниципальных выборов.

Одним из основных средств воздействия «Католического действия» на массы является печать. Издания «Католического действия» многочисленны, а главное, они охватывают все слои итальянского населения и проникают в самые глухие уголки страны. Дифференциация этих публикаций исходит из деления общества на группы по своему, католическому принципу. Что это за деление? Оно таково. Классов в обществе, как та-

ковых, не существует, противоречий между хозяевами и работниками, капиталистами и рабочими, помещиками и батраками нет. Все общество церковь делит на мужчин и женщин, пожилых и молодых, женщины делятся на незамужних и матерей (бездетных замужних женщин церковь не признает).

Периодические издания и созданы для каждой из этих аморфных, не имеющих внутренних связей и мало связанных между собой групп. Налицо затушевывание классовых противоречий, попытка отвлечь трудящихся от борьбы с эксплуататорами. Публикации «Католического действия» рассчитаны на строго определенные возрастные группы: это дает возможность католической церкви следить за ростом и формированием каждого человека почти с момента его появления на свет (есть издания даже для четырехлетних малышей), а затем направлять его всю жизнь.

Чтобы лучше уяснить структуру печати «Католического действия», рассмотрим схему построения самой организации (см. схему на стр. 212).

«Католическим действием» руководит епископальная комиссия во главе с кардиналом Луиджи Тралья. Исполнительным органом является Генеральный президиум, который осуществляет руководство организацией через ряд технических органов. Это — Католический институт социальной деятельности (он следит за политикой), Отдел спектаклей (в него входят четыре центра: кино, театра, радио и телевидения), Католический институт воспитания, Секретариат по морали и Католический центр печати.

Массовую основу «Католического действия» составляют четыре большие организации: «Союз мужчин», «Союз женщин», «Мужская молодежь» и «Женская молодежь», которые имеют отделения во всех епархиях и приходах. Кроме того, есть общенациональные организации по категориям: «Университетская федерация итальянских католиков» (ФУЧИ), «Движение учителей» и «Движение лауреатов» (то есть окончивших высшую школу). Всего «Католическое действие» имеет более 80 тыс. ассоциаций по всей стране, они созданы даже в самых маленьких приходах. Каждая из перечисленных выше организаций издает печатные органы. Эти издания

можно разделить на предназначенные для руководителей организации, для рядовых ее членов и для широкой публики.

Основным органом «Католического действия» до 1 мая 1964 г. была ежедневная газета «Куотидиано», выходившая с 1944 г. в Риме тиражом 15—20 тыс. экз.. Она рассылалась всем видным деятелям христианско-демократической партии, в министерства, редакции газет. Если на страницах «Оссерваторе романо» Ватикану иногда неудобно выступать с резкими антикоммунистическими и антисоветскими статьями, то для «Куотидиано» резкий антикоммунистический дух был настолько характерен, что если бы хоть в одном номере не было антикоммунистической статьи или заметки, это удивило бы всю Италию.

«Куотидиано» отражала интересы самых реакционных католических кругов, прямо высказываясь за полное подчинение итальянского государства церкви. Газета открыто вмешивалась в деятельность правительства и ХДП. Ее выступления по политическим вопросам обычно были пронизаны ненавистью ко всему новому, передовому в обществе. Она призывала католиков усилить «бдительность» и теснее сплотиться «вокруг святой церкви» в борьбе против коммунизма.

«Куотидиано», несмотря на небольшой тираж и большие издательские и редакционные расходы, выходила регулярно благодаря финансовой поддержке Ватикана и связанных с ним банков. Поэтому издатели газеты не беспокоились о редакционном бюджетном дефиците. Бóльшая часть номеров газеты рассылалась бесплатно (в качестве подарка — «омаджо»). Настенные щиты с вывешенной на них «Куотидиано» можно было увидеть почти возле каждой церкви в Риме и в других городах. Через киоски распространялось ничтожно малое количество экземпляров, всего несколько сотен — газету покупали лишь иностранные туристы.

«Куотидиано» помещала на своих страницах объявления отдельных организаций «Католического действия», директивы епископальной комиссии и генерального секретариата, информацию о работе приходских и епископальных ассоциаций. Газета была руководящим, директивным органом «Католического действия», но она

настолько отстала от времени, что ее вынуждены были закрыть и заменить болонской газетой «Аввенире д'Италиа».

У генеральной дирекции «Католического действия» есть два печатных органа. Это двухнедельник «Инициатива», выходящий тиражом в 100 тыс. экз., и ежемесячник «Ассистенте экклезиастико» («Помощник церкви») [1]. «Инициатива» не отличается глубиной материалов, падка на антикоммунистические сплетни, крайне реакционна. Эти качества журнала дают возможность прогрессивной печати часто иронизировать по его поводу, уличать на фальшивках или тенденциозно освещенных событиях или фактах [2].

«Союз мужчин» издает два ежемесячных журнала для руководства организации — «Проспеттиве» («Перспективы»), тиражом до 20 тыс. экз., и «Суссиди пер л'апостолато» («Субсидии для апостолата»). Для рядовых членов издается еженедельник «Ной уомини» («Мы, мужчины»), с крупным тиражом в 330 тыс. экз.

Главным редактором всех трех журналов является президент «Союза мужчин» Доменико Андреани. Подобный принцип проводится во всех организациях «Католического действия»: в связи с тем что печати придается особое значение, главным редактором всех изданий каждой организации является обычно ее президент.

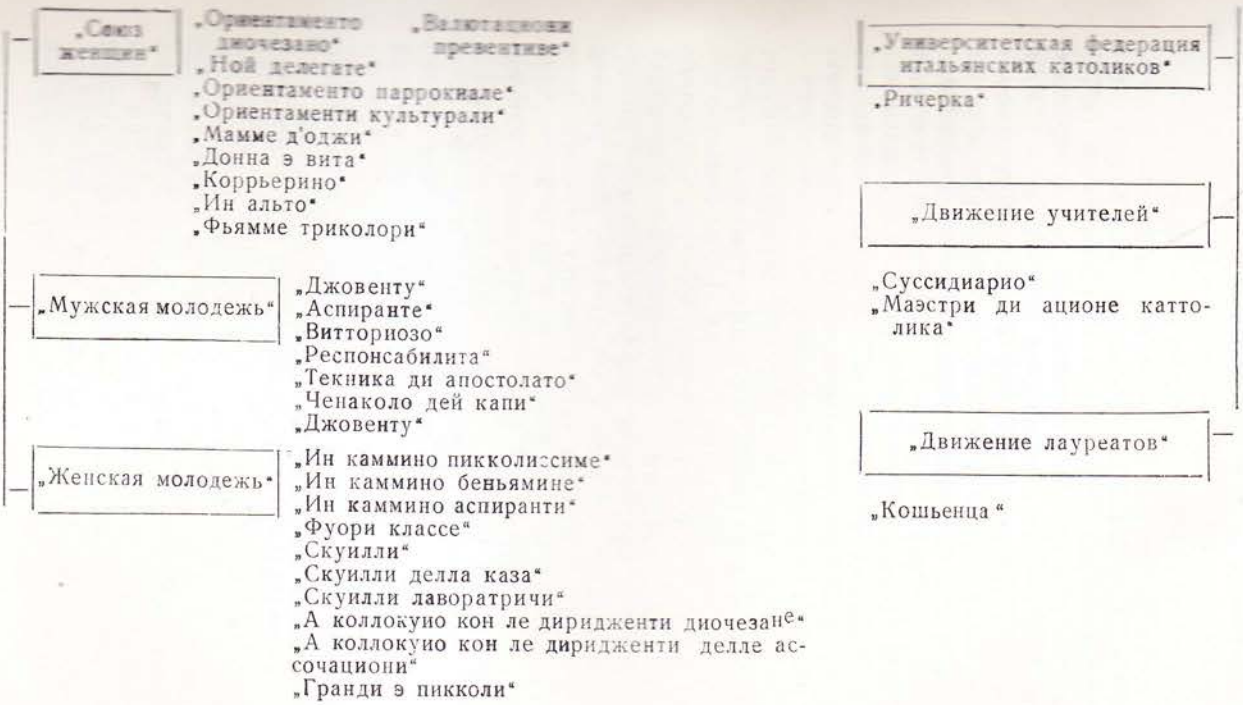
В «Союзе женщин» президент организации Мария Криконья руководит всеми девятью изданиями организации. Это ежемесячник «Ориентаменто диочезано» («Ориентация епархий»), для епархиальных делегаток — «Ной делегате» («Мы, делегатки»), для приходских руководительниц — ежемесячник «Ориентаменто парроккиале» («Ориентация приходов») и ежемесячник «Ориентаменти культурали» («Культурная ориентация»). Для широких масс предназначены ежемесячник «Мамме д'оджи» («Сегодняшние матери»), ежемесячник «Донна э вита» («Женщина и жизнь») — для незамужних женщин, ежемесячник «Коррьерино» («Маленькая почта») — для детей. Есть еще два детских издания: ежемесячник «Фьямме триколори» («Трехцветное пламя») и журнал для подростков, выпускаемый

[1] Данные об изданиях «Католического действия» взяты из статьи проф. И. Вейса в журн. «Tempi moderni», 1961, п. 5.

[2] См., например, «L'Unità», 24 и 26.V 1962.

ПЕЧАТЬ ИТАЛЬЯНСКОГО „КАТОЛИЧЕСКОГО ДЕЙСТВИЯ"





тиражом в 1 млн. экз., ежемесячник «Ин альто» («Все выше»).

Организация «Мужская молодежь» издает семь печатных органов, все под руководством президента организации Сильвио Беттокки. Среди них два двухнедельника с тиражом около 300 тыс. экз.: «Джовенту» («Молодежь») — для членов организации и «Аспиранте» («Кандидат») — для готовящихся вступить в нее. Для детей выпускается еженедельный журнал «Витториозо» («Победитель») тиражом 60 тыс. экз. Для руководства организации есть следующие издания: «Респонсабилита» («Ответственность») — для председателей местных ассоциаций, «Текника ди апостолато» — для епархиальных и приходских руководителей, а также «Ченаколо дей капи» («Вечеря руководителей») и «Джовенту»; все эти издания выходят ежемесячно.

Наконец, организация «Женская молодежь» имеет 10 периодических изданий, которыми руководит президент организации Джулиана Бьонди. Такое большое количество изданий «Женской молодежи» (по сравнению с другими организациями «Католического действия») вызвано строгой возрастной дифференциацией, принятой для журналов «Женской молодежи». Для девочек 4—6 лет выходит журнал «Ин каммино пикколиссиме» («В путь, малыши»), для девочек от 6 до 10 лет — «Ин каммино беньямине» («В путь, избранницы»), для девушек от 10 до 14 лет — «Ин каммино аспиранти» («В путь, кандидатки»), примерно для того же возраста, но специально для школьниц (в Италии учатся далеко не все дети этого возраста) печатается журнал «Фуори классе» («После уроков»).

Наиболее распространенным изданием организации является журнал «Скуилли» с тиражом 460 тыс. экз. Это — еженедельник, предназначенный для молодых женщин от 15 до 30 лет. Этот же журнал выпускает два дополнительных издания: для домашних хозяек — «Скуилли делла каза» и для работниц — «Скуилли лаворатричи». «Женская молодежь» для руководства организации издает ежемесячники «А коллокуио кон ле дириджентн диочезане» («Беседуя с епархиальными руководительницами»), «А коллокуио кон ле дириджентн делле ассочационн» («Беседуя с руководительницами

ассоциаций») и ежемесячник по педагогическим проблемам «Гранди э пикколи» («Большие и маленькие»).

Назовем также печатные органы, которые имеют организации «Католического действия» по категориям. Университетская федерация издает ежемесячник «Ричерка» («Исследование»), «Движение учителей» — ежемесячники «Суссидиарио» («Школьные субсидии») и «Маэстри ди ационе каттолика» («Учителя «Католического действия»), а «Движение лауреатов» — двухнедельник «Кошьенца» («Сознание»).

Особое внимание нужно обратить на издания, выпускаемые исполнительными органами при Генеральном секретариате. Именно они определяют политику «Католического действия» по всем вопросам и дают на своих страницах соответствующие директивы руководителям и рядовым членам местных организаций.

Политическую позицию «Католического действия» отражает обычно двухнедельник «Ориентаменти сочали» («Социальная ориентация»). Вопросами воспитания занимается ежемесячный бюллетень «Бюллетино ИЧЕ». Указанные журналы читаются лишь узким кругом католической интеллигенции и руководителями отдельных организаций «Католического действия».

Напротив, два бюллетеня, издаваемые «Католическим центром печати», оказывают большое влияние на итальянское общественное мнение. Ежедневный бюллетень «ЧЧС» и еженедельный бюллетень «Боллетино СИС» рассылаются во все редакции католических печатных органов, поставляя этим органам подтасованную и тенденциозную информацию о событиях, происходящих в мире и в Италии. Через зависимую от «Католического действия» организацию — издательство «Пресбитериум» в Падуе — предпринимается серьезная попытка оказать влияние на печать, официально не связанную с католическим миром. Это делается путем выпуска раз в три месяца указателя «Индикаторе делла стампа периодика» («Указатель по периодической печати»), в котором оценивается большинство издающихся в Италии печатных органов. Система оценки — четырехстепенная для «детской» печати и пятистепенная — для «взрослой». Вот эти оценки: «рекомендуется», «можно читать», «требует осторожности», «не советуется», «запрещается». Просмотрев один номер «Указателя» за

1961 г., можно увидеть в нем следующее: из 176 разобранных органов печати для детей запрещено 33 и 60 «требуют осторожности»; читать можно лишь 55 изданий, рекомендуется же лишь 28. Среди печати для взрослых (разобрано 337 изданий) осужденных церковью публикаций значительно больше: 72 органа запрещено, 64 читать не советуется, к 69 надо подходить с осторожностью, разрешено читать 67 изданий, а рекомендуются 65. Нужно ли разъяснять, что среди рекомендуемых к чтению — одни лишь католические издания разных типов, а среди запрещенных — все прогрессивные, демократические издания не только коммунистической партии, типа журналов «Ринашита», «Вие нуове», «Ной донне», но и издания других партий, например, римский еженедельник «Эспрессо», известный своими смелыми выступлениями против клерикализма и засилья монополий в Италии.

Разберем теперь издания отдела спектаклей «Католического действия». Они играют большую роль в осуществлении постоянного контроля за деятельностью кино, театра, радио и телевидения. Особое значение придается кино, в связи с тем что посещение кинотеатров является основным развлечением трудящегося человека Запада. Фильмов на экранах много, всего не пересмотришь. Какой же выбрать? В этом выборе и стараются «помочь» итальянцу два журнала отдела спектаклей: ежемесячник «Ривиста дель чинематографо» («Журнал кино»), выходящий тиражом 20 тыс. экз., и еженедельник «Сеньялациони чинематографике» («Указания по кино»). Издается также раз в три недели бюллетень «Валютациони превентиве» («Предварительные оценки»), который классифицирует фильмы еще до выхода их в прокат.

О характере этих изданий красноречиво говорит такой факт: главный редактор журнала «Ривиста дель чинематографо» Эмилио Лонеро в 1960 г. был назначен ответственным за организацию Венецианского кинофестиваля; это привело к такому тенденциозному подбору фильмов и к установлению такого католического духа на фестивале, что ряд известных деятелей кино, членов жюри из других стран, в том числе из СССР и США, выступили с протестом. Итальянское правительство вынуждено было сместить Э. Лонеро с поста организатора фестиваля.

Журнал «Сеньялациони чинематографике» помещает в каждом номере сведения о новых фильмах, давая им церковную оценку. Здесь принята следующая классификация: фильм можно показывать для всех или не для всех (с определенным ограничением), фильм не советуется смотреть или запрещается. Журнал разъясняет, какие фильмы церковь запрещает смотреть католикам. Это «фильмы, в убедительной форме проводящие аморальный тезис—развод, убийство, восстание против властей, непочитание религии». И здесь католическая церковь «моральные» принципы смешивает с политическими («восстание против властей»).

Таким строгим соблюдением подобного кинокодекса церковь могла бы нанести некоторым капиталистам, связанным с кинопрокатом, определенный ущерб. Дело в том, что фильмов, в которых не было бы ни одного из осуждаемых церковью положений: убийства, развода и т. п., — почти не выпускается сейчас на западные экраны. Как же демонстрировать противоречащие церковным тезисам фильмы и все же получать доход? Церковники нашли выход. В небольших провинциальных городках названия фильмов, идущих в местных кинотеатрах, обычно вывешиваются в церквях, а рядом помещается церковная оценка идущих фильмов. Весь трюк заключается в том, что пока фильм не посмотрят все желающие, рядом с его названием оценки нет — написано просто «не просмотрен». С другой стороны, несмотря на религиозность, итальянцы совсем не обращают внимания на церковные оценки кинофильмов. Автору статьи как-то в Сполето удалось увидеть, что в церкви были вывешены следующие оценки на четыре шедших в городке фильма: два — запрещены, один — церковь не советует смотреть, один — не просмотрен (фильм, который почти год шел по всей Италии и за рубежом и наделал много шума — «Авантюра» режиссера Антониони). В то же время кинотеатры города были до отказа заполнены зрителями. Часто итальянец, заметив, что какой-либо фильм церковь советует посмотреть, отказывается идти на него: «Обязательно будет смертная скука», — говорит он.

Любопытна еще одна сторона подхода церкви и «Ка-

толического действия» к оценке кинофильмов. Некоторые фильмы допускаются к просмотру с ограничениями. Эти ограничения церковь предлагает католикам налагать на себя самостоятельно: если ты не чувствуешь себя подготовленным для просмотра таких фильмов, сиди дома, если уверен, что они тебе не повредят, можешь их смотреть. Естественно, что редко находится человек, считающий себя неподготовленным посмотреть ту или иную кинокартину...

Последнее замечание: церковные суждения выносятся о фильмах, уже одобренных государственной цензурой и идущих на экранах, то есть фактически церковью создана дополнительная цензура.

Для телезрителей отдел спектаклей «Католического действия» издает еженедельный бюллетень «Гуида дель телеспеттаторе» («Гид телезрителя»). «Гуида делло спеттаколо» («Гид по спектаклям»), предназначен для театральных зрителей.

Однако «Католическое действие» — это не только четыре центральные организации — союзы мужчин и женщин, мужской и женской молодежи. Это еще огромная масса примыкающих к нему организаций, которые или непосредственно и открыто зависят от «Католического действия», или контролируются им.

Среди примыкающих к «Католическому действию» организаций есть очень важные и влиятельные. Прежде всего нужно назвать «Гражданские комитеты», АКЛИ — католическую ассоциацию итальянских трудящихся и ЧИЗЛ — католические профсоюзы, а также Федерацию сельскохозяйственных прямых производителей и Конфедерацию итальянских кооперативов. Среди этих организаций есть также федерации, ассоциации и союзы, объединяющие католиков по профессиям: учителей и доцентов университетов, врачей и артистов, юристов и ремесленников, предпринимателей и торговцев, медсестер и издателей и т. п.

Каждая из примыкающих к «Католическому действию» организаций издает свои печатные органы. Так, ЧИЗЛ имеет 37 изданий; ее официальный орган двухнедельник «Конкуисте дель лаворо» («Завоевания труда») выходит тиражом 250 тыс. экз. АКЛИ также имеет группу изданий: два ежемесячника для руководителей

«Ле АКЛИ» и «Леттера альи ассистенти» («Письмо ассистентам»), для членов организации только в центре издается шесть печатных органов: «Ационе сочале» («Социальное действие»), еженедельник с тиражом 560 тыс. экз., «Куадерни ди ационе сочале» («Тетради социального действия»), «Форце нуове» («Новые силы») — для молодежи, «Эко дей кампи» («Эхо с полей») — для крестьян (тираж 90 тыс. экз.), «Фьякккола» («Факел») (тираж 20 тыс. экз.), «Ла каза э ла вита» («Дом и жизнь») — ежемесячник для домашних хозяек, тираж 30 тыс. экз. Кроме того, в провинции издается по крайней мере еще 65 печатных органов.

Федерация сельскохозяйственных прямых производителей имеет шесть печатных органов: ежемесячный бюллетень для руководителей, еженедельник «Кольтиваторе» («Земледелец»), ежемесячник «Кольтиваторе итальяно» — для провинциальных федераций, «Кольтиваторе нотициарио», двухнедельник «Джовенту дей кампи» — для молодых крестьян и «Донне рурали» — для крестьянок.

Всего в Италии можно насчитать около 120 изданий организаций, официально не входящих в «Католическое действие», но примыкающих к нему.

Особо следует остановиться на пропагандистской деятельности «Гражданских комитетов», организации, тесно связанной с «Католическим действием».

Эти комитеты были созданы церковной иерархией в 1948 г. для ведения кампании по выборам в первый парламент Итальянской Республики. Они объединили деятельность большинства католических организаций: церковных, монашеских, «Католического действия», христианско-демократической партии. После выборов 1948 г. сеть «Гражданских комитетов» была сохранена. Она особенно активизировала свою деятельность во время разного рода предвыборных кампаний, издавая полные лжи и клеветы листовки, брошюры, газеты, журналы, направленные против прогрессивных сил, и хвалебную литературу о кандидатах правых, в том числе и неофашистской, партий. Бесспорно, что деятельность «Гражданских комитетов» сыграла большую, может быть решающую роль, в пропаганде в пользу христианско-демократической и других правых партий.

«Гражданские комитеты», как отмечает журнал «Темпи модерни» в № 4 за 1961 г., в основном имеют две задачи:

1) обеспечить единство голосования католиков,

2) следить за тем, чтобы ориентация ХДП соответствовала желаниям иерархии. В случае необходимости иерархия готова преобразовать «Гражданские комитеты» из орудия давления, которым они являются, в крайне правую католическую партию. Эта необходимость может появиться в ближайшие годы в связи со значительным полевением итальянской политической жизни и намечающимся расколом в христианско-демократическом лагере.

Так, создатель и вдохновитель «Гражданских комитетов» Луиджи Джедда, выступая 2 октября 1960 г. перед провинциальными делегатами «Гражданских комитетов», заявил: «Гражданские комитеты во время предвыборной кампании и после выборов (речь шла о приближавшихся муниципальных выборах. — *И. Ф.*) должны будут следить за тем, чтобы соблюдались директивы церковной иерархии» [1].

Большая сила «Гражданских комитетов» заключается не только в их массовой базе, но и в том, что им послушны члены парламента, избранные с их помощью. Кардинал Сири откровенно предложил клерикальным силам осуществлять постоянное давление на общественную жизнь страны по линии антикоммунизма и борьбы с демократическими силами. Он писал: «Мне кажется необходимым поддерживать контакты с другими организациями и лицами, действующими в том же плане, — партией, парламентариями, представителями в провинциях... Было бы хорошо создать орган по связи с ними или; по крайней мере, поручить это дело определенному лицу... Сектор зонального «Гражданского комитета» может в сотрудничестве с другими организациями и с помощью специалистов изучать законодательство, проекты законов для выявления их положительных аспектов (и содействовать их проведению в жизнь) или же отрицательных аспектов, о чем информировать членов парламента» [2].

[1] «Il Quotidiano», 4.X 1960.

[2] «Questitalia» (Venezia), n. 24—25, marzo — aprile 1960.

«Гражданские комитеты» созданы по всей стране в приходах и церковных зонах, примерно соответствующих епархиям; общенациональный комитет находится в Риме. В 1953 г. для активизации деятельности «Гражданских комитетов» была организована новая ассоциация — «Национальный союз гражданских активистов» (УНАК) — по областям и провинциям.

Печать «Гражданских комитетов» стремится верно служить своим хозяевам и быть руководителем всех католических организаций в борьбе против коммунистической партии и левых партий в Италии. Основным органом «Гражданских комитетов» является журнал «Ордине чивиле» («Гражданский порядок»); в Риме издается также ежемесячник «Коллегаменто» («Связь»). Более мелкие издания регулярно печатаются на местах— зональными и приходскими «Гражданскими комитетами», областными комитетами УНАК.

В 1961 г. Ватикан решил расширить границы деятельности «Гражданских комитетов». Раньше они объединяли лишь католические организации; теперь решено было объединить их с другими крайне правыми организациями, действующими в Италии: неофашистскими, монархистскими и т. п. Луиджи Джедда и представитель крайне правых капиталистических кругов Фернандо Тамброни, некоторое время бывший премьер-министром Италии, начали создавать по всей стране «Центры движения за гражданский порядок». Эта инициатива была поддержана другими правыми течениями: неофашистской партией «Итальянское социальное движение», монархистским движением «Чентри Стурцо», а также Ватиканом через бывшего председателя Папской организации помощи (ПОА) монсиньора Фернандо Бальделли. Печатным органом нового движения стал журнал «Стато» («Государство»), редактируемый крупнейшим публицистом «Католического действия» Джанни Баджет-Боццо. Журнал печатается тиражом в 20 тыс. экз. и распространяется бесплатно среди представителей клира и правых партий.

После падения правительства Тамброни журнал «Стато» и другие публикации «Гражданских комитетов» усилили агитацию за приход к власти в Италии крайне правых элементов из христианско-демократической партии. На страницах этих журналов резко критикуется

политика «левого центра», которая провозглашена на Неаполитанском съезде ХДП и проводится, хотя и крайне непоследовательно, руководством ХДП. Лидеры «Гражданских комитетов» и стоящая за ними ватиканская иерархия надеются, использовав все свои возможности, которых у них немало, не допустить проведения «левоцентристской» политики, повернуть развитие итальянского общества вспять. «Теоретик» «Гражданских комитетов» Джанни Баджет-Боццо выступил по существу за установление в Италии диктатуры под руководством католической церкви.

«Гражданские комитеты» — средоточие, центр всей итальянской реакции. Они используют не только свои печатные органы, но и всю церковную печать и печать «Католического действия» и ее организаций, чтобы в самые острые политические моменты дирижировать антидемократическими, антикоммунистическими кампаниями. Это сильная организация, однако ей не удается достигнуть ощутимых успехов благодаря тому, что демократические силы в Италии сильны и усиливаются с каждым годом, чему способствует рост влияния и авторитета СССР и стран социализма, коммунистических идей во всем мире.

* *
*

Ватикан заботится и о подготовке журналистских кадров для разветвленной цепи итальянской католической печати. При ватиканском Международном университете социальных наук «Про Део», расположенном в Риме и имеющем отделения в Милане и Турине, организован так называемый «Высший институт по изучению общественного мнения». Официально провозглашенные им цели — «изучение природы (психологических и социологических элементов) общественного мнения, его формирования, средств и целей воздействия на него», а также «техническая и идеологическая подготовка тех, кто желает посвятить себя в соответствии с христианскими принципами журналистике или другой профессиональной деятельности, связанной с общественным мнением — кино, радио, телевидению, пропаганде, рекламе». Этот институт является практически единственным

в Италии хорошо организованным факультетом журналистики.

Несмотря на то что диплом университета имеет частный характер и не дает прав, которые предоставляются лицам, имеющим дипломы государственных университетов, в желающих поступить туда нет недостатка. На факультете — около 1500 студентов. Обучение рассчитано на два года. В первый год изучаются следующие предметы: общая газетная техника, хроника, работа редакции, история журналистики, элементы кинематографии, основы радио- и телепередачи, методология общественного мнения, течения в современной литературе и изобразительном искусстве, основы религии, изложение католической доктрины.

На втором курсе продолжается обучение основным предметам: общей технике журналистики (уже с практикой в редакциях), хронике, работе редакции, радио- и тележурналистике, методологии общественного мнения, изложению католической доктрины, а также изучаются следующие предметы: техника полиграфической промышленности, авторское право и законодательство о печати, этика журналиста, основы философии.

Лекции читают и практические занятия ведут крупнейшие ватиканские специалисты, а также наиболее реакционные журналисты из католических и буржуазных органов печати. Руководит факультетом профессор Карло Барбиери, автор нескольких книг по истории журналистики, вышедших при фашизме и написанных в профашистском духе, «доказывавших», что при фашизме существовала «наибольшая свобода печати». После падения фашизма Барбиери был пригрет Ватиканом и обучает сейчас кадры журналистов для католической печати.

Условия приема в университет «Про Део» исключительно строгие. Нужно иметь две рекомендации опытных журналистов-профессионалов, справку приходского священника о хорошем поведении, ряд других справок. А главное, обучение требует больших денег: только за обучение нужно заплатить 64 тыс. лир, за каждый экзамен нужно платить дополнительно по 2 тыс. лир, за диплом — 6 тыс. лир; взимается плата и за пользование библиотекой.

В университетской библиотеке имеются отпечатанные типографским способом курсы лекций почти по каждому предмету, которые ежегодно обновляются; есть и литература по журналистике, ее коллекция—наиболее полная во всей Италии. Естественно, что в ней совершенно отсутствуют демократические, прогрессивные издания по этому вопросу. В основном там собрана католическая литература. Во всех лекциях, материалах, книгах чувствуется католический дух. Так, в лекциях по хронике большое место уделено ватиканской хронике, в лекциях по технике журналистики постоянно даются ссылки на ватиканские источники и т. п.

Журналистов готовят для католической печати также в других ватиканских и церковных учебных заведениях: в католическом университете в Милане, в специальных школах для лиц различных национальностей.

ПАРТИЯ «ЛИБЕРТАС» — ПРОТИВ СВОБОДЫ

В 1944 г. при активном участии Ватикана, промышленно-финансовых кругов, а также представителей Соединенных Штатов Америки была создана христианско-демократическая партия Италии (ХДП), явившаяся как бы наследницей существовавшей некоторое время до прихода фашистов к власти Народной партии. ХДП рьяно взялась за проведение в жизнь социологической доктрины католической церкви, стремясь создать в Италии клерикально-полицейский строй, «истинно христианское государство», провозглашенное целью католической церкви в папской энциклике «Рерум новарум» еще в прошлом веке.

Руководители христианско-демократической партии попытались объединить вокруг своего герба (щита с надписью «либертас» — «свобода») широкие народные слои. Для этой цели им прежде всего потребовалась печать. Еженедельник «Эспрессо» писал: «Руководство ХДП отчетливо понимает, что единственным способом ликвидировать разногласия в общественном мнении является максимальная интенсификация пропагандистского нажима и использование для этого всех имеющихся средств. Печать является для этого одним из решающих

инструментов»[1]. И партийная печать ХДП была создана.

Печать ХДП отличается рядом характерных черт, которые определяются особенностями самой партии. Несмотря на то, что ХДП как партия ставит в качестве основных политические цели, она теснейшим образом связана с религией и не отказывается от ее пропагандирования. Можно утверждать, что практически лишь религиозные, а не политические идеи объединили под флагом христианской демократии широкие массы: в настоящее время ХДП насчитывает около 1 600 тыс. членов.

Пропагандой религии занимается и пресса ХДП. На страницах христианско-демократических газет и журналов помещаются фотографии папы и кардиналов, репортажи о народных сборищах по случаю религиозных праздников и т. п. Видный деятель ХДП, бывший министр Дино Дель Бо писал в 1954 г.: «Если в Италии и есть единая партия католиков и если они всегда энергично участвуют в избирательных кампаниях, это происходит благодаря активному вмешательству католической церкви, клира и епископов. Итальянские католики привыкли быть ведомыми за руку своими монахами и священниками, кардиналами и самим папой римским, которые указывают им, какие методы и средства применять в своей деятельности»[2].

Другая отличительная особенность ХДП — исключительно разномастный состав партии: в нее входят самые разнообразные слои населения, от крупных капиталистов до забитых батраков; в партии часто отсутствует единое мнение по важнейшим вопросам. Неоднородны и органы печати партии, на ее страницах часто идет довольно резкая внутрипартийная полемика между «правыми» и «левыми» группировками. «Левые» группировки выступают иногда с объективно оценивающими действительность статьями, вскрывающими реакционность «правых», их тесную связь с крупным капиталом, монархистами и неофашистами и даже их подчинение Ватикану.

«Массовая база, на которую опирается ХДП, на-

[1] «L' Espresso», 14.VI 1959.
[2] Dino del B o. La crisi dei cattolici italiani. Roma, 1954, p. 86.

столько разнородна, — пишет итальянский журналист Сам Каркано, — что хотя поле журналистской деятельности ХДП и кажется покрытым множеством периодических изданий, которые обычно ссылаются на ХДП, то есть действуют в ее границах, но они являются часто трибуной либо одного лица, либо групп, союзов, иногда длительных, иногда случайных» [1].

ХДП имеет почти неограниченную власть и держит в своих руках правительство, важнейшие посты в министерствах, имеет большинство в парламенте. Отсюда у ХДП — огромные возможности давления на общественное мнение, на так называемые «независимые» органы печати. Это давление осуществляется по ряду каналов: посредством поощрительной для печати бюджетно-финансовой политики, путем выдвижения верных людей на руководящие посты в крупных информационных печатных органах, а также через правительственное агентство АНСА и ряд мелких агентств, созданных отдельными лидерами ХДП и распространяющих периодические бюллетени для печати.

Эта политика привела к тому, что практически близкой к правительству газетой стала римская ежедневная газета «Мессаджеро», органом правых группировок ХДП — миланская «Коррьере делла сера» с вечерним изданием «Коррьере д'информационе», органами отдельных групп ХДП стали болонская «Ресто дель Карлино» и флорентийская «Национе», причем все эти газеты — наиболее распространенные в Италии органы буржазной печати. Четыре ежедневные газеты, выходящие крупными тиражами: «Джорно» в Милане, «Коррьере ди Наполи» и «Маттино» в Неаполе и «Гадзетта дель медзоджорно» в Бари, издающиеся организациями, в которых бо́льшая часть капиталов принадлежит государству (через Неаполитанский банк и Национальное общество жидкого топлива — ЭНИ), — тоже никак нельзя назвать оппозиционными правительству: они фактически являются органами отдельных группировок той же христианско-демократической партии.

Кроме того, ХДП поддерживает вся католическая печать от органов Ватикана до публикаций «Католического действия». ХДП оказывают поддержку и определенные колеблющиеся политические группы, которых в Италии немало.

[1] «Politica» (Firenze), n. 12, 1.VII 1961.

Все отмеченные выше характерные черты ХДП и особенности ее политики определяют печатные органы, официально являющиеся органами ХДП.

Нужна ли христианским демократам собственная печать, когда в их распоряжении находится фактически вся итальянская печать, за исключением некоторых демократических органов? Этот вопрос неоднократно дискутировался в руководстве христианско-демократической партии. Несколько раз политика партии в отношении к собственной печати коренным образом менялась.

В последние месяцы войны, когда христианско-демократическая партия только что возникла, объединив самые разнородные элементы, не привыкшие к организации и имевшие лишь незначительный опыт антифашистской борьбы, руководители партии стали подумывать об организации широкой сети партийной печати. Однако на пути встали большие трудности. Печать ХДП не могла приобрести популярности, так как партия не имела ни газеты с хорошими традициями, ни талантливых и известных журналистов. Лучшие итальянские публицисты принадлежали к другим движениям: к коммунистам, социалистам, либералам, или работали в «независимых» органах печати. Лишь небольшое распространение получили центральный орган партии ежедневная газета «Пополо» и несколько партийных журналов.

Чтобы ликвидировать этот пробел, решено было приобрести некоторые из уже имевшихся газет и перестроить их на свой лад, заставив служить своим интересам. Уже в 1944 г., до окончания войны, ХДП стала осуществлять эту политику. Представителю партии удалось обманным путем приобрести за бесценок крупнейшую провинциальную газету страны— венецианскую «Гадзеттино» у ее владельца бывшего фашиста графа Вольпи ди Мизурата. Графу пообещали после падения фашизма «закрыть глаза на его прегрешения». Когда закончился переходный послевоенный период, руководители ХДП в полную силу стали использовать газету для своей пропаганды. Руководителем общества «Сан

Марко», издававшего газету, был назначен Аттилио Де Гаспери, брат бывшего в то время премьер-министра Италии, в руководящем совете находился президент «Католического действия» Венеции Эудженио Баккьон, наиболее влиятельными советниками были архиепископ Венеции кардинал Джованни Урбани и министр Марио Феррари-Аггради. Обладание газетой помогло руководителям ХДП превратить область Венето в свою вотчину. Вплоть до настоящего времени в этой области — наибольший процент голосующих за христианских демократов на выборах.

Однако одна «Гадзеттино» не делала погоды. В других областях Италии положение христианско-демократической печати было трудным. Все большую популярность завоевывали издания коммунистической партии, широко распространялись газеты социалистов и других партий. Официальному органу ХДП газете «Пополо» никак не удавалось расширить границы своего распространения за пределы министерств, церковных приходов и партийных ячеек.

Отсутствие популярности у партийной печати ХДП объяснялось просто: зачем читателю, даже правоверному католику, регулярно отдающему свой голос за ХДП, покупать «Пополо», когда такого же характера статьи он найдет в большой «информационной» газете, такой, как «Коррьере делла сера»? В газете такого типа можно кроме политики найти еще и черную и светскую хронику, обширный спортивный отдел и даже «чистую» литературу на третьей полосе. (По традиции в большинстве итальянских газет третья страница выделяется только для литературных произведений; правда, с 1961 г. традиция эта стала нарушаться. Ряд газет изменил верстку, сделал ее более подвижной и современной.)

Может ли ХДП все время надеяться на органы печати, официально не обязанные отстаивать политику христианских демократов? А что, если хозяева крупнейших буржуазных газет вдруг отвернутся от партии? Что это может случиться, показали события марта 1962 г., когда ХДП высказалась за «левоцентристскую политику», за «поворот влево», и А. Фанфани сформировал поддержанный Итальянской социалистической партией новый кабинет министров, включив в него республиканцев и социал-демократов. Это не понравилось правым

политическим группировкам, опирающимся на крупнейшие монополии, и наиболее реакционным ватиканским прелатам. Результатом явилась резкая критика руководства христианско-демократической партии со стороны наиболее «солидных» буржуазных органов. «Коррьере делла сера» осыпала бранью «левоцентризм»; в оппозицию к новому правительству встали флорентийская «Национе», римские «Темпо» и «Джорнале д'Италиа», миланские «Коррьере Ломбардо» и «Нотте»; со статьями, критикующими правительство, выступили римская «Мессаджеро», болонская «Ресто дель Карлино».

Эта критика с новой силой развернулась в конце 1963 г., когда Моро формировал второй «левоцентристский» кабинет министров.

К тому же довольно трудно скрыто руководить «независимыми» органами, а открыто давать им указания становится невозможным, так как каждый факт такой связи, такого открытого давления на «информационную» печать сразу подхватывается демократической прессой и доводится до сведения читателей, что наносит серьезный ущерб авторитету ХДП.

Не лучше ли, рассуждали руководители ХДП, образовать собственную, ни от кого, кроме руководства ХДП, не зависящую широкую сеть печатных изданий?

В наиболее широком масштабе такого рода план было решено провести в жизнь перед выборами в парламент в 1953 г. На этих выборах должна была решиться судьба Италии: в результате принятого с громадным трудом «мошеннического избирательского закона» («ледже-труффа») партия, имевшая больше половины голосов на выборах, получала две трети мест в парламенте. ХДП твердо надеялась стать такой партией и обеспечить себе полную политическую монополию в стране. Ради этой «великой» цели не пожалели денег ни монополисты, ни Ватикан, ни американские реакционные круги. Решено было за несколько месяцев создать сеть газет, которая покрыла бы всю территорию страны, усилила бы пропагандистский нажим на избирателей.

Крупный делец, советник по издательским делам в руководстве ХДП Отторино Фрагола стал главным действующим лицом в этом мероприятии. Ряд официальных

органов ХДП, имевших незначительное распространение, очень скромных с виду и по содержанию, он решил превратить в «независимые» органы, добиться предоставления им широкой коммерческой рекламы и сделать из них крупные органы, способные проводить политику ХДП. В начале этот эксперимент был проведен с небольшой газетой в Анконе «Воче адриатика». Затем в Милане была куплена «Темпо ди Милано», в Риме — газета «Моменто», в Болонье — «Помериджо», в Катании — «Коррьере ди Сичилиа», в Неаполе была создана новая газета «Медзоджорно». Всеми этими газетами руководил один центр, созданный Фрагола. Итальянский издательский центр (ЧЕИ) принадлежал на 50% ХДП, на 49% — самому Фрагола, а 1% акций был предоставлен журналисту А. Амбра, лично следившему за проведением газетами политики своего друга — заместителя секретаря ХДП по пропаганде Доменико Равайоли. Перед выборами 7 июня 1953 г. ХДП стала контролировать одну из самых мощных газетных цепей в стране.

Однако это была попытка с негодными средствами: не изменилась и не могла измениться сущность этих газет — их антидемократизм, их антикоммунистическая направленность.

Планам тогдашнего руководства ХДП не суждено было осуществиться: абсолютного большинства голосов на выборах партия не получила. «Мошеннический избирательный закон» потерял смысл и вскоре был отменен. Это поражение привело к смене руководства ХДП. Новое руководство решило применить новую тактику по отношению к печати.

«Цепь» Итальянского издательского центра была разобрана. Почти все входившие в нее газеты перестали выходить, а некоторые перешли к другим владельцам и влачат жалкое существование. Правда, ХДП в то же время удалось сделать очень важное приобретение — в ее руки за большие деньги (1200 млн. лир) перешла старейшая и популярная туринская газета «Гадзетта дель пополо». Но основа политики нового руководства ХДП в области печати — не в приобретении старых газет или в создании новых. Оно пришло к выводу, что более действенно и менее дорогостояще контролировать весь комплекс итальянской печати, добиваться назначения доверенных лиц на должности главных редакторов, политических и дипломатических комментаторов крупнейших «информационных» газет.

В каком же состоянии находится официальная печать христианско-демократической партии сегодня? У ХДП осталось несколько изданий в качестве ее официальных органов, в распоряжении ХДП находятся органы, издаваемые видными деятелями партии, а также органы, тесно примыкающие к партии.

У ХДП четыре ежедневные газеты. Это центральный орган партии «Пополо» в Риме и три провинциальные газеты: в Палермо, главном городе Сицилии, — «Сичилиа дель пополо», в Кальяри, главном городе Сардинии, — «Пополо Сардо» и во Флоренции — «Джорнале дель маттино». Тираж всех этих газет — около 60 тыс. экз. Кроме того, в провинции издается еще 34 еженедельника партийных федераций.

Центральный орган христианско-демократической партии газета «Пополо» — очень скромное издание. Выходит он обычно на 8 страницах, по 8 колонок в странице. На первой полосе обычно помещаются фотографии на религиозную тему. Крупным шрифтом выделяются, как правило, высказывания папы и кардиналов. До недавнего времени газета помещала мало коммерческой рекламы, однако с 1961 г. значительно увеличила ее публикацию; крупнейшие монополии и правительство решили материально поддержать газету, предоставив ей право печатать рекламу как монополий, так и полугосударственных организаций, например Института промышленной реконструкции (ИРИ). Несмотря на эту рекламу, «Пополо» не смогла пока избавиться от дефицита. Известных журналистов в газете нет, зато в ней время от времени появляются статьи крупнейших лидеров ХДП Моро, Фанфани и др. Эти статьи обычно перепечатываются многими другими католическими газетами.

«Пополо» можно назвать самым ортодоксальным органом христианской демократии. Газета последовательно проводит линию партии, стремящейся к абсолют-

ной политической монополии в стране и установлению клерикально-полицейского строя, к полному искоренению «греховных» коммунистических идей. В ежедневной полемике с коммунистической партией «Пополо» возводит клевету на демократическое движение в Италии, коммунистическое и рабочее движение во всем мире, на народы стран, освободившихся недавно от колониального рабства и стремящихся к подлинной независимости. В вопросах внешней политики газета выступает защитницей агрессивного Атлантического пакта, сторонницей политики, которую итальянцы называют «ольтранцизм» (буквально — «дальше некуда»), расхваливает «свободы» в США и американский образ жизни.

Остальные официальные газеты ХДП выходят очень небольшими тиражами и являются фактически бюллетенями местных партийных федераций. Эти газеты не могли бы существовать без больших финансовых «вливаний», которые осуществляются путем предоставления им коммерческой рекламы через СИПРА — Итальянское акционерное общество рекламы, контрольный пакет акций которого (70%) принадлежит государственному Институту промышленной реконструкции (ИРИ); в то же время руководители СИПРА тесно связаны с Конфиндустрией — Конфедерацией итальянских промышленников. «Знаете, чьи интересы отстаивает СИПРА? Посмотрите и увидите: интересы газет христианских демократов — «Гадзетта дель пополо», «Пополо», «Пополо сардо», «Сичилия дель пополо». Благодаря этому газеты христианских демократов сберегают многие миллионы лир!» [1]. «Эти газеты, — пишет журнал «Ринашита», — так и не сумели выйти за рамки самой избитой и неуклюжей антикоммунистической пропаганды. С каждым днем редеют и без того малочисленные ряды их читателей, растет исчисляемый многими миллионами ежемесячный дефицит... Узость идей, дух сектантства, неспособность понять интересы читателей предопределили их печальную участь; ...христианские демократы и их союзники... так и не сумели создать партийную печать, которой бы удалось в какой-то мере заинтересовать общественное мнение» [2].

[1] Статья Ивано Чиприано «Кухня итальянской рекламы» из газеты «Паэзе». «За рубежом», № 4, 28 января 1961 г.

[2] «Разоблачение антикоммунизма в Италии», стр. 128.

Среди газет, тесно примыкающих к ХДП (хотя в их заголовках и не стоит названия партии), нужно прежде всего назвать туринскую «Гадзетта дель пополо», а также пять небольших газет в провинции: «Арена» в Вероне, «Коррьере дель джорно» («Дневная почта») в Таранто, «Провинча» («Провинция») в Комо, «Униона сарда» («Сардинский союз») в Кальяри, «Воче адриатика» в Анконе. До мая 1962 г. к этой же группе примыкала венецианская «Гадзеттино». Однако сейчас эта газета по решению суда перешла от ХДП к законному владельцу — семье Таламини, основавшей эту газету и издававшей ее вплоть до того дня, когда Муссолини принудил Таламини отдать газету графу Вольпи ди Мизурата. Трудно сказать, изменится ли политическая ориентация газеты. Вероятнее всего, нет. Однако газета входит уже в другую обширную группу изданий — крупных «независимых» и «информационных» органов, принадлежащих виднейшим монополиям, и влияние ХДП будет на нее осуществляться по другим каналам.

К группе газет, примыкающих к ХДП, надо отнести римскую вечернюю газету «Моменто-сера», а также орган народной партии Южного Тироля «Доломитен» в Больцано.

«Моменто-сера» издается крупным капиталистом Р. Карбони тиражом около 20 тыс. экз. В 1953 г., во время «операции Фрагола», Карбони продал Фрагола утреннее издание газеты «Моменто», за что Фрагола обеспечил его вечернее издание договорами с крупными монополистическими фирмами о рекламе их товаров. Карбони до сих пор считает себя облагодетельствованным христианскими демократами, и это бросается в глаза при чтении газеты, идущей в фарватере у правых лидеров ХДП.

Интересная история у газеты «Телесера». В апреле 1960 г., когда вышел первый номер этой газеты, демократические силы с радостью встретили это событие, в редакцию было набрано много журналистов-коммунистов и социалистов, газета активно выступала с поддержкой демократических лозунгов. Она начала приобретать популярность. Однако вскоре на газету наложил руку крупный деятель христианско-демократической партии, в то время премьер-министр Фернандо Тамброни.

Во время июльских событий 1960 г. в Италии, когда полиция расстреляла антифашистские демонстрации в разных городах страны, Тамброни встал на сторону неофашистов. Газета переменила свой курс на 180 градусов. Почти полностью был заменен редакционный состав, из редакции были изгнаны все прогрессивные журналисты. В связи с этим «Телесера» почти совсем растеряла читателей и не смогла помочь Тамброни остаться у власти. Долгое время газета находилась в состоянии резкого кризиса; предсказывали ее закрытие. Однако ежедневная газета — это очень важное средство пропаганды, и поэтому каждый раз в последний момент всегда находился «кто-то», оказывавший материальную поддержку этой газете, ставшей выразительницей политики крайне правых христианских демократов. «Кто-то» из таинственных финансистов газеты находился или в Милане — среди богатых монополистов, или в Риме — за каменными стенами Ватикана. В середине 1963 г. газета все же прекратила свое существование.

Еженедельники ХДП влачат еще более жалкое существование, чем ее ежедневные газеты. Характерная черта их — откровенное приспособленчество, выступления в поддержку любого правительства, кто бы во главе его ни стоял — Фанфани или Тамброни, Шельба или Пелла.

Особого внимания заслуживают несколько журналов левых группировок в христианско-демократической партии. Наиболее влиятельными органами такого типа являются венецианский журнал «Куэститалиа» (главный редактор Владимиро Дориго) и флорентийский журнал «Политика» (главный редактор Никола Пистелли). Эти журналы часто помещают статьи, расходящиеся с официальной политикой руководства ХДП, резко осуждающие определенные группировки в партии за сговор с неофашистами и монархистами, предлагающие слепой антикоммунизм заменить более дальновидной позицией, учитывающей усиление демократического лагеря. На эту фронду руководство ХДП смотрит сквозь пальцы, хотя журналы и приносят иногда ему неприятности. Руководство партии все же надеется, и у него есть все к этому основания, что в решающие моменты, в период острой политической ситуации, эти журналы поддержат ХДП.

Руководство ХДП тщательно следит за соблюдением партийными органами «правоверной» политики. Оно строго наказывает журналистов и редакторов изданий, проводящих линию, «противоречащую курсу и престижу христианско-демократической партии». Именно с такой формулировкой был исключен из ХДП главный редактор миланского журнала «Проспеттиве» Аристиде Маркетти, а его журнал закрыт. Причина — поддержка всемирного движения сторонников мира. Из-за отклонений от «правильной партийной линии» были закрыты также «Форце сочали» в Риме, «Рибелле э иль конформиста» в Милане, «Полемика» в Парме, «Пополо дель Венето» в Венеции. За слишком «левые» взгляды был удален из газеты «Пополо» Владимиро Дориго (ныне главный редактор журнала «Куэститалиа»), серьезные партийные взыскания получили журналисты Умберто Дзапулли, Франко Боярди, Джузеппе Кьярамонти и др.

Руководство ХДП регулярно информирует свои органы печати о положении в партии и в ее руководящих органах и дает указания, какую позицию занимать в связи с тем или иным актуальным вопросом или событием. Так, по сообщению журнала «Эспрессо», в июне 1961 г. все газеты, прямо или косвенно связанные с ХДП, получили по телефону приказ из центрального комитета партии восхвалять социал-демократическую партию Италии и ее лидера Сарагата в связи с тем, что СДПИ потеряла много голосов на состоявшихся тогда муниципальных выборах.

* *
*

Вся система католической печати, получающей указания из Ватикана, от шефов крупнейших промышленных монополий, а часто и из американского посольства в Риме, представляет собой важнейший тормоз в развитии Италии по демократическому пути. Пальмиро Тольятти отмечал: «Политика клерикальных кругов Италии, действующих в интересах финансового капитала и помещиков, ставит под угрозу существование демократических завоеваний народа... Эта опасность не представляется как нечто туманное, а начинает приобретать реальные, серьезные и тревожные аспекты. Она заключается в том, что путем вмешательства духовных

властей и мощных религиозных или полурелигиозных организаций появляется угроза изменения самих основ нашего демократического строя» [1]. Именно такую политику и отстаивает католическая печать в Италии.

Сеть католической прессы в Италии исключительно широка: от ежедневных газет до приходских бюллетеней, от иллюстрированных еженедельников до журналов епархий, от «теоретических» органов до многочисленных мелких публикаций для женщин, детей, спортивных изданий.

Печать, предназначенная для священников и вообще для церковного мира, ведет активную деятельность не только в области религии, но и в области политики, социальных отношений, морали, искусства и науки. Публикации «Католического действия» и примыкающих к нему организаций ведут такую же политику, не забывая о защите «религиозного идеала». Издания христианско-демократической партии рьяно борются за превращение Италии в клерикальное государство, основанное «на религиозных принципах».

Кроме того, по целому ряду каналов Ватикан осуществляет постоянное давление на так называемую «независимую», «информационную» печать, крепко привязанную к ватиканской колеснице.

Однако католической пропаганде не всегда удается достичь желаемых успехов, несмотря на гигантскую систему печати и другие методы давления на общественное мнение.

Итальянский профессор Иньяцио Вейс пишет: «Мы не совсем убеждены в том, что гигантская публицистическая машина иерархии и «Католического действия» действует, давая те плоды, которых можно было бы ожидать от такой сложной и всепроникающей организации. Иногда создается впечатление, что колеса крутятся впустую. Иначе нельзя было бы объяснить результаты выборов, в которых конкретно проявляются чаяния итальянского народа, и нельзя было бы оправдать результаты различных опросов среди католиков о религиозности итальянского населения.

[1] «За прочный мир, за народную демократию», 3.II 1956 г., статья П. Тольятти «Коммунистическая партия в борьбе за обновление итальянского общества».

Может быть, — продолжает Вейс, — директивы, по которым действует католическая печать, не воспринимаются большей частью населения, может быть, ей недостает остроты, может быть, она использует аргументы убеждения, не соответствующие манере думать людей нашего времени. Католическая церковь в общем сторонится нововведений и продвигается вперед очень осторожно, небольшими шажками; может быть, именно поэтому печать, которая является ее отражением, находится часто вне исторической фазы и имеет поэтому меньшее влияние, чем то, которого можно было бы ожидать, исходя из ее размаха и организации» [1].

Не во всем можно согласиться с Вейсом—едва ли он прав, утверждая, что католическая печать сторонится нововведений, скорее наоборот, она стремится прибегнуть к современным методам воздействия на молодежь не только с помощью печати, и ей иногда удается усилить свое влияние. Если же католическая печать далеко не всегда добивается желаемых результатов, то причины этого кроются не в нежелании святых отцов модернизировать католическую пропаганду, а в том, что идеи католической церкви давно отжили свой век.

Из месяца в месяц, из года в год коммунисты и другие прогрессивные силы Италии, несмотря на невиданный доселе размах антикоммунистической пропаганды, организованной Ватиканом и монополиями, укрепляют свои позиции, убеждают народные массы в необходимости борьбы против засилья монополий в экономике, против политической монополии правых группировок, против клерикализации страны.

[1] «Tempi moderni», n. 5, IV—VI 1961, pp. 20—21.

Ж. КАЙЗЕР

ГОСПОДСТВО РЕКЛАМЫ

Автор книги «Смерть одной свободы» Жак Кайзер (1900—1963 гг.) — известный французский публицист.

Большинство литературных работ Жака Кайзера посвящено печати, в области которой он был одним из крупнейших специалистов Франции. В последние годы жизни он занимал пост заместителя директора Французского института печати. Его перу принадлежат также работы исторического характера («История радикализма», «Дело Дрейфуса» и др.).

Жак Кайзер разработал систему изучения печати, основанную на статистических данных. Его методами пользуются многие французские исследователи печати.

Книге «Смерть одной свободы» присуждена золотая медаль Международной организации журналистов за 1958 г. Глава «Господство рекламы» является одной из наиболее интересных в этой книге, хотя не со всеми выводами автора можно согласиться.

ПОИСКИ ПРИБЫЛИ

Выполняет ли газета социальную функцию или существует как коммерческое предприятие, перед ней встает материальная проблема — ее финансирование.

Еще не найден способ выигрывать сражения без убитых солдат, тем более создавать газеты без денег.

Эти слова Монталамбер произнес в 1838 г., но они справедливы и сегодня.

Действительно, читатель не в состоянии оплатить реальную стоимость газеты, то есть расходы на бумагу, краску, амортизацию, управление, транспорт, редакционный и административный аппарат, абонементы в информационных агентствах, средства связи и т. д. Стоимость экземпляра газеты сводится к высшей цене, в значительной степени превышающей его продажную цену[1]. Как восполнить дефицит? В некоторых странах прессе оказывает поддержку государство, в других владельцы газет прибегают к методам, которые обеспечивают надежную прибыль. Там газету создают как коммерческое предприятие и получают прибыль, как это делает какой-нибудь фабрикант, имеющий дело с коробками сардин. Это позволило Сальвадору де Мадариага объяснить, почему число «очень плохих газет» превышает число «очень хороших».

Но если получать прибыль — это обычная цель владельцев газет, то было бы несправедливым добавлять во многих случаях: «исключительная цель».

Мнение, выраженное Джоном Коулсом, председателем административного совета «Миннеаполис стар энд трибюн», отражает мнение большинства его американских собратьев: «Мы стремимся увеличить тираж, потому что это дает бóльшую прибыль, но мы также думаем и о том, чтобы нашу газету больше читали и читатели были лучше информированы».

Но нельзя обобщать. Это не относится целиком к США, еще меньше — к остальному миру. Существуют же, в самом деле, мелкие газеты, которые не используют новейших технических достижений в области печати, живут скромно и смотрят на прибыль без ажиотажа и алчности, характерных для некоторых деловых людей.

Есть также много газет, которые терпят убытки, но капиталисты поддерживают их в надежде добиться уважения и внимания читателей.

Однако когда газета «хорошо поставлена», она приносит много доходов. По данным «Тайм» на 7 сентября 1953 г., прибыль американских газет увеличилась (с учетом выплаты налогов) с 6 до 15%.

---

[1] В 1953 г. одна ежедневная парижская газета расходовала в среднем на один номер сумму, приблизительно на 45% превышающую его продажную цену.

К каким же способам обычно прибегают владельцы газет, чтобы получить прибыль? Повышать продажную цену — рискованно, так как это может привести к уменьшению числа покупателей. Для увеличения доходов пользуются двумя другими средствами: рекламой и расширением клиентуры.

ВЕК РЕКЛАМЫ

Мысль помещать в газете платные объявления возникла одновременно с первыми попытками издания печатных органов. Уже «Газет де Франс» их помещала. В США они появились в «Бостон ньюс» 8 мая 1704 г.

Настоящий взлет рекламы относится к первой половине XIX в. До этого времени она играла в газетах второстепенную роль и приносила «Таймс» (Лондон) около 1 млн. франков и «Журналь де деба» (Париж) около 250 тыс. франков.

Эмиль Жирарден, основывая «Пресс», первую дешевую французскую газету, публиковал в 1836 г. много рекламных объявлений. Он, с одной стороны, совместил увеличение тиража с увеличением количества объявлений и повышением их стоимости, а с другой стороны, снизил подписную цену газеты. Эмиль Жирарден помещал сначала только короткие и простые объявления. В них сообщалось, что на такой-то улице, такой-то номер, продается такая-то вещь, по такой-то цене.

Английские газеты середины XIX в. помещали скромную рекламу, но в большом количестве. Она порой занимала до четверти их площади.

Во французских газетах объявления многое унаследовали от афиш; они отличались своеобразным стилем и набирались различными шрифтами. Ничего подобного не встречалось в английских газетах. Все объявления в них печатались по одной форме и одним шрифтом с заголовками небольшого размера. Реклама редко занимала больше 10—12 строк и была строго распределена по рубрикам. В США реклама была предназначена для зрительного восприятия уже больше, чем во Франции и подавалась в большем количестве, чем в Англии. «Американские газеты, — писал Кларинь, — существуют только благодаря объявлениям и для объявлений. Газеты стоимостью в 2 цента дают читателям 4 страницы собственно газетного материала и 4 страницы объявлений; газеты стоимостью в один цент посвящают объявлениям 3 страницы из 4-х. В Сент-Луисе (штат Миссури), городе с 44 тыс. населения и столице штата, издается ежедневная газета, по формату превышающая «Таймс» и печатающаяся более сжатым и тонким шрифтом, но она вся целиком, кроме 4 колонок, заполнена объявлениями».

Именно в США реклама обрела тот вид, в котором мы ее знаем сегодня во всем мире. Альфред Сови отмечает, что она мало-помалу перестает соответствовать определению, которое ей дал Эмиль Жирарден, и вместо того, чтобы искать лучший способ информации, старается сначала убедить человека в чем-либо просто хвалебными утверждениями, а затем кратчайшим путем воздействовать на его ум, побуждая его к определенным действиям.

В США

Реклама играет важнейшую роль в жизни американца. В 1953 г. было израсходовано 7803 млн. долларов (2 730 млрд. франков) на все виды рекламы или около 50 долларов (17,5 тыс. франков) в расчете на каждого жителя[1] против 1 780 млн. долларов в 1931 г. и 2 035 млн. долларов в 1941 г.

В 1952 г. реклама только в печати составляла 42,6% (34,1% в газетах и 8,5% в журналах) от всего количества рекламы.

Расходы на рекламу возрастали в ускоряющемся темпе:

1865 г.—	7 584 000	долл.	или	0,22	долл.	на	каждого жителя
1900 г.—	95 861 000	„	„	1,26	„	„	„ „
1919 г.—	528 299 000	„	„	5,03	„	„	„ „
1939 г.—	810 054 000	„	„	6,26	„	„	„ „
1952 г.—	3 099 600 000	„	„	20	„	„	„ „

Из 100 наиболее крупных рекламодателей, пользующихся средствами информации, 42 отдавали предпочтение газетам, 30 — журналам, 22 — телевидению и 6 —

[1] В 1953 г. на рекламу тратилось (в расчете на каждого жителя) 1600 французских франков в Великобритании, 700 франков — во Франции и 270 франков — в Италии.

радио. Если же учитывать только 20 наиболее крупных рекламодателей, то из них 9 выбирали телевидение, 8 — газеты, 2 — журналы и 1 — радио.

Эта реклама распределяется довольно большим числом фирм, которые предназначают для этого значительную часть своего бюджета.

В 1954 г. существовали пять крупнейших распределителей рекламы: «Дженерал моторс», «Форд», «Крайслер», «Колгейт пальмолив» и «Дистилерз корп-сигрэмз», которые в 1248 наиболее крупных ежедневных и воскресных газетах США расходовали на рекламу соответственно: 34,7 млн. долларов (13 млрд. франков), 18,8 млн., 11,8 млн., 11 млн. и 9,8 млн. долларов.

Реклама в США составляет основную часть доходов газет: в 1952 г. она равнялась в среднем 70,41% (газетам с тиражом менее 25 тыс. экз. она принесла 74,06% всей прибыли, а газетам с тиражом более 100 тыс. экз. — 69,26%).

В январе 1953 г. «Нью-Йорк таймс» установила рекорд: в воскресном номере из 482 страниц 252 были отведены только под рекламу [1].

Самая крупная по тиражу газета США «Нью-Йорк дейли ньюс» посвящала в марте 1951 г. 66% своей площади рекламе. Крупнейшая по тиражу газета Бразилии «О Эстадо де Сан-Пауло» по проценту рекламы (68%) вдвое превосходит французские газеты («Паризьен либере» — 33%) и английские («Дейли экспресс» — 32%) и втрое — египетские («Аль-Мысри» — 23%).

Одна реклама в «Дейли ньюс» и «О Эстадо» занимает площадь в два раза большую, чем вся «Таймс» (Лондон), в три раза большую, чем «Монд» (Париж), и в пять раз большую, чем «Известия» (Москва).

Вся французская пресса потребляет в месяц столько бумаги, сколько «Нью-Йорк таймс» тратит в год только на одну рекламу.

[1] Страница рекламы в воскресном номере «Нью-Йорк таймс» стоит 5568 долларов (2 млн. франков), в недельном издании — 3536 долларов (1240 тыс. франков). В 1935 г. «Нью-Йорк таймс» предоставляла своим читателям общую информацию, занимавшую 104 008 колонок, в 1954 г. эта цифра упала до 82 426 колонок. В это же время площадь, посвященная рекламе, увеличилась более чем на 100%.

Реклама в США поглощает каждый день почти столько газетной бумаги, сколько расходуется на рекламу каждый день во всех остальных странах. Так, на рекламу, предназначенную приблизительно для 6% всего населения, расходуется столько газетной бумаги, сколько уходит на информационные и развлекательные материалы, предназначенные для 94% населения земного шара!

Хороши все методы рекламы, и американские фирмы используют их также и за границей. Весной 1955 г. американская часовая компания закупила в США и Европе целые газетные полосы, чтобы напечатать рядом с фотографией управляющего фирмы генерала Брэдли несколько фраз, сказанных им в защиту таможенных мер американского правительства, направленных против швейцарских часовых предприятий. Две ежедневные женевские газеты отказались поместить эту рекламу. Генерал Брэдли возмущался по этому поводу: «Я спрашиваю себя, — говорил он, — знают ли они там о настоящей свободе печати?».

Специальные учреждения в США занимались исследованиями с целью установить, насколько действенна эта гигантская реклама. Результатом исследования был вышедший в 1951 г. труд, из которого следовало, что в предвоенные годы рекламой интересовались 32% читателей и 38% читательниц. Это процентное соотношение изменилось во время войны — 40 и 48%, а после войны — 44 и 48%.

Опрос 12 тыс. домохозяек показал, что реклама в печати была более действенной, чем на радио и телевидении. 78,6% домашних хозяек отдают предпочтение рекламе в печати, 10,5% — рекламе по радио и 6,4% — по телевидению.

Из тех, кто предпочитает радио- и телепрограммы вовсе без рекламы, 92,4% считают ее необходимой в газетах и 88% — в периодических изданиях вообще.

ВО ФРАНЦИИ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Во Франции в 1951 г. стоимость объявлений, помещенных в «Фигаро», превысила 1 млрд., а в «Орор» и «Паризьен либере» — полмиллиарда, на 100 млн. было помещено объявлений в «Фран-тирёр» и на 40 млн. — в «Либерасьон».

Владельцы предприятий пищевой промышленности поставляют 16,88% всей рекламы в газетах (против 8,85% в 1938 г.), текстильные предприятия—14,5% (против 3,3%), большие магазины — 13,29% (против 17,46%). Затем идут фармацевтические предприятия с 8%, тогда как в 1938 г. они занимали первое место с 30% от всей рекламы.

В Великобритании к 1952 г. расходы на рекламу возросли до 199 050 тыс. фунтов стерлингов (против 121 460 тыс. в 1948 г.). За это же время доходы владельцев газет возросли за счет рекламы с 64 750 тыс. фунтов стерлингов до 108 010 тыс., причем из этой суммы 56 330 тыс. приходится на долю ежедневных газет, и в том числе приблизительно три пятых — на провинциальные ежедневные газеты.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ

Остается ли независимой та газета, которая получает рекламу? Это — политическая, экономическая и социальная проблема. Является ли реклама чисто коммерческим предприятием или она оказывает влияние на направление газеты? Иными словами, стремится ли она поставить на службу своим интересам газеты, которым она дает средства к существованию?

По этому поводу высказываются две противоположные точки зрения: одни — лица, связанные с газетной деятельностью и те, кто пользуются доходами от рекламы, отвечают отрицательно; мнение других склоняется к утвердительному ответу.

Рекламодатели и владельцы газет считают, что она осуществляется исключительно в коммерческом плане и не вмешивается в определение политики газеты. Что они обычно говорят?

Директор какой-нибудь крупной газеты: «Моя газета независимая. Если бы даже самый крупный поставщик рекламы попросил меня провести какую-нибудь политическую кампанию под угрозой разрыва контракта со мной, то я без колебаний ответил бы ему категорическим отказом. И в самом деле, что я теряю? В моих доходах доля самых крупных рекламодателей не превышает 2%. Заявляя открыто о своем отказе, я

заработаю больше, чем потеряю, поскольку, с блеском доказав свою независимость, я расширю клиентуру».

Директор фирмы или его агент по рекламе: «Мое намерение заключается в том, чтобы увеличить сбыт наших товаров; единственное, что меня интересует — это то, чтобы газета, к которой я обращаюсь, имела большое число читателей. Какое мне дело до ее политических тенденций, важно, чтобы она помогала продавать мои изделия. Поэтому единственное различие, которое я провожу между газетами, основано на их успехе у читателей, а не на их ориентации».

Как расценивать эти высказывания?

Первое справедливо только в том случае, если газета располагает большой и разнообразной рекламой, и потеря какого-либо одного рекламодателя не нанесет значительного урона ее бюджету. Второе позволяет сделать вывод, что реклама распределяется неравномерно, в зависимости от утраты интереса читателей к рекламируемым товарам. Так, газеты с ограниченным числом читателей и «серьезные» газеты, которые не оповещают своих читателей о благоприятных моментах в торговле, будут более или менее оторваны от рекламы предприятий, выпускающих лучшие товары, то есть тех предприятий, которые имеют значительные средства на рекламу. И если нет прямого давления, то есть дискриминация как следствие фактического объединения рекламы и капитала в интересах социального строя [1].

Но что ответит на эти высказывания «человек с улицы»?

Опрос, проведенный в США в августе 1939 г., дал следующие результаты:

Вопрос. Считаете ли Вы, что рекламодатели влияют на содержание информации?

Ответ. Да — 53%; нет — 23%.

Вопрос. Считаете ли Вы, что газеты, которые Вы

[1] Фирмы предпочитают обращаться к газетам, которые привлекают тех читателей, которые представляют для этих фирм в настоящий момент наибольший интерес. Так, в США в городах и промышленных районах фирмам более выгодны вечерние газеты, которые женщинами читаются больше, чем утренние. Этим объясняется успех вечерних газет в США. (В 1955 г. в США было 1448 вечерних ежедневных газет и 317 утренних.)

читаете, смягчают новости, неблагоприятные для крупных рекламодателей?

Ответ. Да — 40,8%; нет — 18,5%.

Если проводят анкету среди осведомленных людей и людей, имеющих непосредственное отношение к рекламе, то получают некоторое количество сведений, которые хотя и несколько ограничены, но, взятые вместе, выглядят довольно убедительно.

На вопрос: «Многие ли рекламодатели угрожали взять свои объявления обратно из-за неугодной им позиции редакции?», американский журнал по вопросам печати «Эдитор энд паблишер» ответил 6 мая 1954 г.: «Это не часто происходит в ежедневной прессе больших городов, но случается чаще, чем мы думаем, в еженедельниках и маленьких ежедневных газетах».

В коллективном исследовании 9 стипендиатов фонда Нимана сообщается, что хотя многие авторитетные люди полагают, будто реклама не оказывает влияния на направление газеты, два директора газет Кэнхэм и Пулитцер сообщают об известных им исключениях. По словам последнего, один рекламодатель взял обратно свои объявления у газеты, поддерживавшей забастовщиков.

Приведем другие примеры, взятые из американских исследований по печати. Вот три из них, наиболее характерные.

В начале века, в ходе борьбы за железнодорожные тарифы, 200 издателей согласились включить в свои редакционные статьи материалы, которые им предоставили железнодорожные компании. Газеты напали на «Стандарт ойл». Общество «Мика эксл гриз» предложило им контракты на рекламу. Они согласились. Выпады против «Стандарт ойл» прекратились в тот же день.

Можно ли говорить здесь о простом совпадении, учитывая, что общество «Мика эксл гриз» является филиалом «Стандарт ойл»?

В июле 1932 г. фабриканты мыла Проктор и Гамбль разорвали контракты на рекламу со всеми газетами, которые напечатали статью, распространенную одним агентством, о том, как можно делать дешевое мыло у себя дома.

В Великобритании, однако, королевская комиссия по

делам печати после проведенной анкеты обнаружила только один случай, когда фирма пыталась оказать давление на газету, которую она снабжала рекламой.

Во Франции в докладе конгрессу Лиги прав человека (1935 г.) Жорж Бори приводит примеры связей французской довоенной прессы с крупными предприятиями.

Он опирается, в частности, на специальный доклад Бьенвеню Мартена Парламентской комиссии по делам Панамы (1897 г.), по словам которого, газеты, получавшие субсидии от Панамской компании, несли большую ответственность за подписку на заем, объявленный компанией, и разорение подписчиков. «Печать оказывала значительное действие, — пишет Бьенвеню Мартен. — Постоянная поддержка, оказываемая компании газетой вплоть до краха этой компании служила для газеты главной основой кредита... Трудно сопротивляться увещеваниям газет, которые поддерживают уверенность в успехе будущего предприятия. Чем больше возникало трудностей у компании, тем больше услуг требовалось от газеты и тем дороже приходилось компании ей платить». Реклама эта подавалась в виде статей, которые у неискушенных читателей не вызывали подозрений о связях газеты с компанией. Так, Бьенвеню Мартен цитирует заголовок статьи, помещенной в газете «Фигаро» (1886 г.) на первой странице, в которой французов призывают подписываться на заем Панамской компании: «Законная прибыль не исключает преданности национальным интересам». Такая статья принесла помимо контракта на рекламу 6 тыс. франков газете и 2500 франков ее редактору.

В 1907 г. Луи Барту разоблачил проведенную на страницах американских газет широко субсидированную, поддерживаемую Большой Сетью (тогда еще частным предприятием) кампанию против строительства железных дорог в стране.

Подобные факты можно найти во многих других странах.

Так же надо рассматривать действие рекламы в международном масштабе. Французская печать тайно получала перед войной рекламу от иностранных правительств, например, в виде распространенного типа «Статей для подписчиков».

Самым ярким примером подобных сговоров являет-

ся инцидент, происшедший в январе 1930 г. между главой испанского правительства Примо де Ривера и французской газетой «Тан». В заявлении Примо де Ривера, подтвержденном также и газетой, сказано, что с прекращением контракта на рекламу «Тан» перестала быть благожелательной к испанскому правительству, с которым в течение двух лет поддерживала связи.

Коммерческие предприятия через рекламу могут влиять на политику и дипломатию.

З. А. Сюлери, директор газеты «Таймс оф Карачи» (Пакистан) писал, что из-за недостатка национальной рекламы пакистанская печать в большой степени зависит от иностранной рекламы, что сказывается на характере редакционных материалов. Газеты боятся вызвать недовольство стран, чьи товары они рекламируют в Пакистане. Действительно, критика может привести к ликвидации контракта на рекламу.

То, что сказано о прессе Пакистана, справедливо и для печати многих других слаборазвитых стран. Если их пресса зависит от иностранной рекламы, то она не свободна, она должна под страхом смерти защищать интересы иностранных компаний.

Таким образом, реклама может оказывать влияние на политику газеты.

КОСВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ

Но реклама может также оказывать и косвенное влияние на прессу. Вместо того чтобы говорить газетам: «Вы должны опубликовать это», «Вы должны объяснить это следующим образом», им говорят: «Ни слова об этом деле», «Упомяните об этом событии вскользь».

Вот несколько примеров. Разве они очень пристрастны и являются исключением?

Норман Энджелл утверждает, что редакторы некоторых американских газет получили список шестнадцати предприятий, которые было запрещено критиковать.

Дж. Селдес сообщает, что «Нью-Йорк таймс» отказалась поместить одну из новелл О. Генри, потому что писатель показывает в ней тяжелое материальное положение продавщицы крупного магазина, а редакция

боялась испортить отношения с крупными магазинами.

Небезынтересно отметить, как информационные агентства и печать реагировали 14 декабря 1934 г. на разоблачение перед сенатской комиссией деятельности банка Моргана к моменту вступления США в войну в 1917 г. Об этом сообщило только агентство Юнайтед Пресс. Ассошиэйтед Пресс и Интернейшнл Ньюс Сервис отмолчались. Из 20 крупнейших газет информацию об этом опубликовали только 4.

В 1945 г. в Сан-Франциско во время конференции ООН Дрю Пирсон, который работал в то время в «Белл синдикейт», послал в редакцию три статьи. Третья была запрещена по настоянию «Чейз бэнк» Рокфеллера и банка Моргана, так как в ней говорилось об установлении связей этих банков с американскими нацистами после Пирл-Харбора. Об этом в мае 1945 г. рассказывала Элен Дуглас на заседании палаты представителей.

Радиокомментатор Кэлтенборн сообщал об известных ему случаях, когда по требованию рекламодателей не были напечатаны некоторые рассказы.

Дж. Дэвид Стерн рассказывает, что в 1928 г. после покупки газеты «Филадельфия рекорд» он предложил опубликовать статью, критикующую президента большой железнодорожной компании. Редактор ему заметил: «Мы никогда не публикуем материалов об этой компании, за исключением тех случаев, когда они получены от ее агента по внешним связям».

По словам Бирда и Мервина, некий фабрикант фармацевтических товаров помешал голосованию закона, направленного против его интересов, включив в контракт на рекламу с газетами условие, по которому контракт аннулируется в том случае, если этот закон будет принят.

Что касается французской прессы, то мы ограничимся отрывком из работы профессора Чернова: «Деньги на рекламу предназначены не для того, чтобы сообщать о существовании предприятия, а для того, чтобы заставить замолкнуть недоброжелательные слухи о нем».

Иногда фирмы отбирают свою рекламу у тех органов, которые помещают информацию, направленную против интересов этих фирм. «Патриот де Нис э дю Сюд-эст» в течение шести недель была лишена объявлений о показе кинофильмов в Канне, так как 1 октября

1953 г. поместила на своих страницах коммюнике профсоюза техников и служащих кинофирмы в Канне и пригороде. В США компания «Дженерал моторс» в течение многих недель не давала объявлений газете «Уолл-стрит джорнэл» за то, что она выдала секреты фирмы, сообщив излишние подробности о новой модели автомобиля еще до поступления его в продажу.

Следует, наконец, отметить еще один вид рекламы, на который ссылался Бьенвеню Мартен, говоря о Панамской афере. Это реклама редакционная. Ее окрестили как рекламу, которая не осмеливается назвать свое имя. Не будем скрывать, что это определение кажется иногда справедливым. Текст такой рекламы ничем не отличается от текста, составляющего «информацию» в газете. Читая ее, невозможно до самой последней строчки обнаружить ловушку. Эта реклама иногда полностью замаскирована. «Мы не будем спорить, эффективен ли такой прием, — добавляют де Пла и Вердье, — но он, несомненно, безнравствен».

Имеет ли смысл строить на этих примерах и высказываниях теорию? Мы думаем, что нет, ибо их объяснение будет подвергнуто нападкам, в то время как они отражают реальную действительность.

СОЛИДАРНОСТЬ С «БОЛЬШИМ БИЗНЕСОМ»

Влияние рекламы на крупные газеты является результатом их естественной тесной связи, общности социальных задач, следствием идентичной манеры действий. В редких случаях директор крупной промышленной или коммерческой фирмы возмущается социальной линией (мы пока не говорим о политической позиции) большой газеты, где он помещает свою рекламу и которая управляется одним из его коллег, с кем у него одинаковое представление о взаимоотношениях с трудящимися, о государственном контроле и о налогах.

Чтобы предпринимателю добиться этой общности интересов или укрепить ее и достичь единства взглядов, нет нужды спорить о «линии» газеты с ее владельцем, потому что последний автоматически делается защитником интересов рекламодателя.

Последствия этого сговора, этого отождествления — тяжелы. Они приводят большинство крупных газет к аполитичности, к опустошенности, уклонению от борьбы, отказу от выражения своего мнения.

Вильям Аллен Уайт, бывший председатель американского общества издателей газет, сказал в 1938 г., что агентства рекламы, поддерживающие газеты, стали сообщниками крупных промышленных корпораций, поставляющих рекламу. Эти агентства защищают своих клиентов от всего, что может угрожать их агентам по рекламе и им самим, от неприятностей в экономике и политике. Агентства могут также оказывать более мощное давление на газеты.

Ледрю Роллен предвидел такой исход, когда в 1845 г., выступая в палате депутатов, сказал, что газеты будут стремиться захватить всю рекламу, теряя четкость своей политической позиции и остроту своих выступлений.

Реклама еще больше, чем тираж, стала явным показателем процветания газеты. Она ведет к успехам и ее сокращение ускоряет провал газеты. Она отворачивается от тех, кто испытывает трудности, и предлагает себя тем, кто преуспевает. Она несет в себе золото, но дарит его только богатым.

Перевод с французского В. Аникеева

Ю. Я. ОРЛОВ

ФАЛЬШИВЫЕ ДОВОДЫ

Марксистско-ленинская теория печати в «интерпретации» одного западного референта

В последнее время на страницах западногерманского журнала «Публицистик» часто мелькает одна и та же авторская подпись — «Э. М. Геррманн». Если мы не ошибаемся, речь идет о д-ре Элизабет Геррманн, фамилия которой занесена в список сотрудников института публицистики Западноберлинского университета. Этот список опубликован на странице 165 справочника «Немецкая печать в 1956 году», изданного в Западном Берлине.

Журнал «Публицистик» выходит в Бремене и носит подзаголовок «Журнал по вопросам науки о печати, радио, кино, риторике, рекламе и формировании общественного мнения». Он издается Немецким (западногерманским) обществом публицистики, но в перечне его сотрудников встречаются также имена американских, французских, итальянских исследователей печати.

Э. М. Геррманн уступает им в известности, но превосходит их в одном: Э. М. Геррманн пишет о разработке и преподавании теории печати в социалистических странах.

Нужно воздать должное настойчивости, с которой

автор убеждает своих коллег в актуальности разрабатываемой им темы. Но причиной этому служат отнюдь не симпатии Э. М. Геррманн к коммунистической идеологии. Единственная, но веская причина такого рвения заключается в том, что сегодня, как никогда, от коммунистических идей уже невозможно отделаться ни избитыми общими фразами, ни самоуверенно-насмешливыми, ни бранными.

В начале 1961 г. западногерманский публицист Вальтер Диркс сделал любопытное признание. Он заявил: «Если бы русский коммунизм действительно облагородился, возникла бы великая смута». Г-н Диркс прибегает к условному наклонению, он не рискует без обиняков признать благородство коммунизма, признать, что коммунизм был благороден всегда, но до поры до времени удавалось делать из него пугало. А ведь «великая смута» давно идет. Не будь ее, не стал бы Вальтер Диркс о ней упоминать. Не будь «великой смуты», не стал бы он покаянно заклинать: «Хотеть остаться правыми, возводить противника в абсолют неправоты, а самих себя в абсолют правоты — наихудшее искушение для всех нас» [1].

Э. М. Геррманн, как и все «лойяльные» апологеты буржуазной идеологии, не считает такое искушение грехом. Ее задача сводится лишь к тому, чтобы придать охаиванию коммунистической идеологии наукообразный, псевдодоказательный вид. В связи с этим возникает необходимость в знании конкретных деталей «ниспровергаемой» теории — вот почему Э. М. Геррманн так ратует за внимание к ее теме.

На протяжении целого года, с перерывами, в «Публицистик» печаталась большая статья Э. М. Геррманн, озаглавленная «Основные черты марксистско-ленинской теории печати». Начало статьи с подзаголовком «Определение функций печати в марксистско-ленинской идеологии» появилось в четвертой книжке журнала за 1960 г. В первом номере за 1961 г. последовал второй раздел — «Главные функции «печати нового типа». Окончание статьи, где рассматриваются основные принципы коммунистической печати (партийность и научная обоснованность, критика и самокритика, связь с масса-

[1] «Süddeutsche Zeitung», München, 7—8.I 1961, S. 4.

ми), опубликовано в четвертом номере «Публицистик» за 1961 г.

В аннотации к статье говорится, что в ней только излагаются, реферируются основные черты марксистско-ленинской теории печати, что задача статьи не выходит за рамки того, чтобы «представить на критическое обсуждение труднодоступный в западном мире материал» [1]. Но роль беспристрастного исследователя автору явно не удалась. Из трех разделов статьи в особенности первый и основной — об определении функций коммунистической печати на основе коренных принципов марксизма-ленинизма — явно грешит против объективности, против фактов. О нем главным образом и будет идти речь ниже.

ПЕЧАТЬ КАК УЧРЕЖДЕНИЕ НАДСТРОЙКИ. «МАРКСИЗМ» БЕЗ МАРКСА

Подглавку «Печать как учреждение надстройки и ее активная роль» Э. М. Геррманн начинает словом «марксизм» («Марксизм исходит из того...»). Тут же следует примечание — что читать по марксизму:

«Для общей ориентировки в марксизме-ленинизме можно порекомендовать несколько новых трудов: «Основы марксистской философии», изданные Институтом философии Академии наук СССР, Берлин, 1959; Бохенски И. М. «Русский советский диалектический материализм (Диамат)», Мюнхен, 1950; Фетчер, Иринг «От Маркса к советской идеологии», Франкфурт-на-Майне, 1957; Ланге, Макс Г. «Марксизм-ленинизм. К критике диалектического материализма», Штутгарт, 1955; Либер Х. И. «Философия большевизма в основных чертах ее развития», Франкфурт — Берлин — Бонн, 1957; Менерт К. «Мировая революция через мировую историю — Учение сталинизма об истории», Штутгарт, 1953» и т. д. [2].

Мало того, что в этом списке нет ни одной работы

[1] «Publizistik», Zeitschrift für die Wissenschaft von Presse, Rundfunk, Film, Rhetorik, Werbung und Meinungsbildung. Herausgegeben von der Deutschen Gesellschaft für Publizistik. Bremen (далее — «Publizistik»), 1960, Heft 4, S. 225.

[2] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 239.

Маркса. Единственному марксистскому учебнику Э. М. Геррманн противопоставляет целую обойму «трудов», одни названия которых ясно позволяют судить, как излагается в них марксизм.

Но, может быть, референт, решивший «избавить» своих читателей от непосредственного знакомства с Марксом, хотя бы сам добросовестно изучил марксизм по первоисточникам?

Уверенно процитировав известное место из работы «К критике политической экономии», где Маркс формулирует свой знаменитый тезис о том, что «бытие определяет сознание», и дает определение базиса и надстройки, Э. М. Геррманн справедливо констатирует, что печать в свете этого определения является элементом надстроечным.

Но дальше читаем:

«Решающее значение для той роли в обществе, которую идеология (коммунистическая. — *Ю. О.*) отводит печати, имеет взаимодействие между экономическим базисом и идеологической надстройкой. Здесь теория печати опирается на учение об «активной силе» идеологической надстройки, акцентированное Сталиным... в обход Маркса» [1].

Итак, Э. М. Геррманн утверждает, что Маркс не признавал активной роли надстройки. Объяснить такое утверждение можно либо тенденциозностью, либо невежеством автора.

Думается, что референт пал жертвой и того и другого.

Его утверждение тенденциозно, потому что в принципе автор все-таки знает, что еще за 60 лет до Сталина на вопросе об активной роли надстройки специально делал ударение Энгельс. Э. М. Геррманн даже упоминает об этом, правда, не в основном тексте, а в примечании:

«В то время как Маркс... подчеркивает, что общественное бытие определяет сознание, уже поздний Энгельс препятствует чрезмерному выпячиванию экономики и говорит о «взаимодействии» между различными моментами базиса и надстройки. Энгельс ясно заявляет, что в условиях идеологической борьбы экономический мо-

[1] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 228.

мент подчеркивался Марксом и им так сильно, что остальным участвующим во взаимодействии моментам «не воздавалось должное» [1].

Приведя вслед за этим короткую выдержку из Энгельса, Э. М. Геррманн считает вопрос исчерпанным [2]. Таким образом, ясное, по ее собственному свидетельству, заявление Энгельса референт использует фактически для того, чтобы уличить в «уклонении» от марксизма самого соратника Маркса. Энгельс, по крайней мере «поздний», для Э. М. Геррманн не авторитет в марксизме.

Но здесь-то референт и приносит себя в жертву собственному невежеству. Референту следовало бы знать, что в своих знаменитых письмах об историческом материализме Энгельс непосредственно исходил из трудов Маркса и не раз конкретно ссылался на них.

Мы не останавливаемся здесь подробно на этих письмах. Скажем только, что если референт захочет удостовериться, что тезис об активной роли надстройки выдвинут не «в обход Маркса», Геррманн может это сделать, но ценой одной уступки: ей придется отложить в сторону список антимарксистских «трудов» и почитать... Маркса. Семьдесят лет назад Энгельс дал одному «критику» совет, который мы сегодня целиком переадресовываем автору из журнала «Публицистик»:

«Ему следует заглянуть лишь в «*18 брюмера*» Маркса, где только почти и идет речь о той *особой* роли, которую играют политические битвы и события, конечно, в рамках их *общей* зависимости от экономических условий; или посмотреть «Капитал», например, отдел о рабочем дне, где показано, какое решительное действие оказывает законодательство, которое ведь является политическим (то есть тем самым надстроечным. — *Ю. О.*) актом, или отдел, посвященный истории буржуазии (24-я глава)».

И далее следует фраза, которая приходится не в бровь, а в глаз референту:

«К чему же мы тогда бьемся за политическую диктатуру пролетариата, если политическая власть экономически бессильна?» [1].

[1] См. К. Маркс и Ф. Энгельс. Избранные письма. Госполитиздат, М., 1953, стр. 424.
[2] «Publizistik», 1960, Heft 4, SS. 239—240.

Дело в том, что выпад против тезиса об активной роли надстройки имеет дальний прицел. С помощью этой передержки Э. М. Геррманн воздвигает мнимую стену между марксизмом и ленинизмом, хочет по существу представить как «не соответствующее марксизму» учение Ленина о партии нового типа, о печати как коллективном пропагандисте, агитаторе и организаторе, о партийности печати.

Но здесь в нескладно подогнанных референтом цитатах обнаруживается еще один вопиющий пробел: совершенно отсутствуют какие-либо упоминания о публицистической деятельности Маркса, о его воззрениях на печать.

Не беремся гадать, какими познаниями в этой области референт обладает и почему он не счел нужным проявить их при написании своей статьи о марксистско-ленинской теории печати. Сошлемся только на одно поразительное свидетельство, сделанное другим автором «Публицистик» почти через полгода после того, как там закончилась публикация этой статьи:

«Учитывая охватившую весь мир полемику вокруг идейного наследия Карла Маркса, удивляешься, насколько заброшенной оставалась до сих пор одна страница из жизни создателя диалектического материализма... Имеется в виду его публицистическая деятельность» [2].

Так начинается исследование Германа Кюмхофа «Новая Рейнская газета» — вершина жизни Карла Маркса-публициста», опубликованное в первом номере журнала за 1962 г. Из скудных фактов, приведенных Германом Кюмхофом, уже явствует, что публицист Карл Маркс вовсе не отводил газете роль бесстрастной, пассивной созерцательницы экономических процессов и политических битв, совершающихся в обществе.

Еще в январе 1843 г., задолго до сотрудничества в «Новой Рейнской газете», Маркс высказывался за то, чтобы пресса «творила партийный дух» [3], а в феврале

[1] К. Маркс и Ф. Энгельс. Избранные письма, стр. 430.
[2] «Publizistik», 1962, Heft 1, S. 30.
[3] См. К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч., т. 1, стр. 166.

1844 г., когда завершился его переход на коммунистические позиции, читатели «Немецко-французских ежегодников» узнали о его намерении связать свою публицистическую деятельность «с критикой политики, с определенной партийной позицией в политике, а стало быть, связать и отождествить нашу критику с *действительной борьбой*» [1], о его решимости «разоблачать старый мир и совершать положительную работу для образования нового мира» [2].

Еще не перейдя целиком на позиции коммунистического мировоззрения, Маркс уже выдвинул в статье «Оправдание мозельского корреспондента» («Рейнская газета», начало 1843 г.) тезис о том, что газета должна быть не «сборным пунктом индивидуальных мнений», а «органом *единого* разума» [3]. Это высказывание предвосхищает ленинские слова о том, что партийные печатные органы не могут быть «простым сводом разнообразных воззрений», что «они должны иметь самостоятельное, совершенно определенное направление» [4] («Проект заявления редакции «Искры» и «Зари», весна 1900 г.).

Человеку, который берется рассматривать вопрос о традициях марксистско-ленинской печати и их преемственности, невозможно обойтись без изучения таких работ, как речи Маркса на судебном процессе против «Новой Рейнской газеты» (1849 г.), как статьи Энгельса «Коммунисты и Карл Гейнцен» (1847 г.), «Маркс и «Новая Рейнская газета» 1848—1849 гг.» (написано в 1884 г.), «Прощальное слово читателям газеты «Социал-демократ» (1890 г.), как знаменитое «циркулярное письмо» Маркса и Энгельса к А. Бебелю, В. Либкнехту, В. Бракке и другим деятелям немецкой социал-демократии (1879 г.).

Пафосом этих статей была, в частности, сокрушительная критика плоской фактографии в журналистике и обоснование роли правильного мировоззрения в работе публициста. Маркс считал, что знание житейских фактов само по себе еще не является знанием жизни, знание фактов еще не дает понимания жизни, ее скры-

[1] К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч., т. I, стр. 381.
[2] Там же, стр. 378.
[3] Там же.
[4] В. И. Ленин. Соч., т. 4, стр. 302.

тых пружин. Для того чтобы правильно понять жизнь, нужно соединить знание фактов с правильным мировоззрением.

Если ставить вопрос в более широком плане, здесь должна идти речь о соединении теории с рабочим движением.

Но свой очередной подкоп Э. М. Геррманн совершает как раз под этот принцип:

«Классовое сознание — по Ленину — пролетариату может быть «принесено только извне», и притом в форме «современного научного социализма» Маркса и Энгельса, которые по своему социальному положению принадлежали к буржуазной интеллигенции. Итак, классовое сознание возникает не в качестве необходимого, непосредственного результата классовой борьбы, как считал Маркс, — партия, которая объявила себя «авангардом», должна внести в рабочий класс это «социалистическое сознание» извне» [1].

Итак, Э. М. Геррманн хочет доказать, что вывод о руководящей роли партии и о роли коммунистической печати в идеологическом воспитании масс тоже сделан «в обход Маркса».

В связи с этим укажем референту на крылатые слова Маркса о роли теории:

«Оружие критики не может, конечно, заменить критики оружием, материальная сила должна быть опрокинута материальной же силой, но и теория становится материальной силой, как только она овладевает массами» [2].

«Подобно тому как философия находит в пролетариате свое *материальное* оружие, так и пролетариат находит в философии свое *духовное* оружие, и как только молния мысли основательно ударит в эту нетронутую народную почву, совершится эмансипация *немца* в *человека*» [3].

Заметим, что эта формулировка содержится в первой работе Маркса, написанной им с позиций чисто коммунистического мировоззрения, — во введении к работе «К критике гегелевской философии права»

[1] «Publizistik», 1960, Heft 4, SS. 230—231.
[2] К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч., т. 1, стр. 422.
[3] Там же, стр. 428.

(опубликована в начале 1844 г. в «Немецко-французских ежегодниках»).

Как марксизм далек от вульгарного, механического толкования всякого надстроечного явления как прямого результата экономического базиса («в конечном счете», говорил Энгельс), так же далек он и от механического толкования процесса выработки социалистической сознательности в рабочем движении.

Вспомним, что писал Маркс в «Учредительном манифесте Международного товарищества рабочих» (октябрь 1864 г.): «Завоевание политической власти стало... великой обязанностью рабочего класса... Один из элементов успеха — численность — у рабочих уже есть; но численность только тогда решает дело, когда масса **охвачена организацией** и ею **руководит знание** (выделено нами. — *Ю. О.*)» [1]. То, что научный социализм нужно еще соединить с рабочим движением, было очевидным для Маркса, это — одно из коренных положений марксизма.

Именно эти идеи Маркса и Энгельса отстоял и развил Ленин в своей книге «Что делать?», где им разработано учение о марксистской революционной партии. На основе этих марксистско-ленинских идей и зиждется вывод о роли коммунистической печати в идеологическом воспитании масс.

ПРОПАГАНДА И АГИТАЦИЯ. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

О пропагандистской, агитационной и организаторской функциях печати Э. М. Геррманн говорит во второй части своей статьи. Но следует уже сейчас остановиться на высказанных референтом по этому поводу суждениях, так как они в сущности затрагивают все тот же вопрос об идеологическом воспитании масс.

Референта страшно смущает то, что между пропагандой и агитацией нет четко определенной границы, что от пропаганды во все большей мере требуется связь с конкретными практическими вопросами, как это, в частности, подчеркнуто в постановлении ЦК КПСС «О задачах партийной пропаганды в современных условиях», принятом в 1960 г. В том, что пропаганда обращена теперь не к «элите», а к широким народным массам, референт видит чуть ли не какое-то противоречие.

Между тем в новой Программе КПСС дано достаточно ясное объяснение этому факту.

Дело в том, что задачи партийной пропаганды в современных условиях определяются тем, что ведущая страна социалистического лагеря — Советский Союз — вступила в новую полосу развития, когда построение коммунизма стало конкретной задачей дня. И стоит только подивиться тому, каких огромных успехов добилась Коммунистическая партия в подъеме уровня сознательности масс, если сегодня она выдвигает задачу донести все богатство марксистско-ленинских идей до каждого труженика.

Касаясь вопросов агитации, Э. М. Геррманн стремится — не побоимся резкого слова — ошельмовать информационную политику коммунистической печати, политику агитации фактами.

В идеале можно допустить, что «чистая» информация, о которой упоминает Э. М. Геррманн, «только» информация в форме «простой передачи новостей», постоянно держит читателя на дистанции от истины общественной жизни.

Но это только в идеале. Ибо в практике буржуазной печати «чистая» информация сплошь и рядом имеет грязную изнанку, она не подводит читателя к истине, а уводит от нее.

В частности, референта не устраивает одна деталь. А именно, что наша информационная политика проводится под флагом партийности.

А существует ли вообще «беспартийная» информация?

Увы, она существует только в воображении референта. И если от нас потребуется указать хотя бы один пример буржуазной партийности в информации, мы сошлемся на самый ближайший — на его собственную статью, в которой «только излагаются» принципы марксистско-ленинской теории печати.

Теперь посмотрим, насколько верят в «чистую», «объективную» информацию сами буржуазные исследователи печати.

Вот немецкий профессор Эмиль Довифат. Он хорошо

[1] К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 16, стр. 10.

знал еще печать Веймарской республики, издал при Гитлере один из своих основных трудов — двухтомник «Газетная наука», переиздал его с некоторыми поправками при Аденауэре и лишь недавно ушел на пенсию с поста руководителя института публицистики при Западноберлинском университете.

Этот «старый знаток газетного дела», как называет его известный буржуазный экономист и публицист К. Прицколейт, пишет:

«Представим себе чисто «объективную» газету. Она выглядела бы как конструкция математических формул и рухнула бы при первом же просчете. К тому же ее вообще не читали бы» [1]. «Любая газета, называй она себя «нейтральной», «аполитичной», «надполитической», «независимой» и тому подобными эпитетами, — уже своей информацией дает читателям определенное направление. Кто отвергает этот факт, тот отвергает самое газету» [2].

Субъективный характер информации, по Довифату, объяснется уже неизбежностью «естественных ошибок». Корреспондент может прослушать, просмотреть что-то важное. Далее, он может допустить ошибки при написании и передаче текста. Наконец, затрагивая понятие «информационная политика», профессор Довифат говорит:

«Англия и Америка провозгласили идеалом «объективное газетное сообщение» и отделяют «facts» [3] от «opinion» [4] и «comments» [5] («comments are free, but facts are sacred») [6]. Они соблюдают этот принцип и в графическом оформлении, в верстке газеты. Под их влиянием, например, немецкие газеты в английской зоне оккупации после 1945 г. стали отделять информацию от комментирующих полос. В качестве нормы это полезно и ценно. Но нужно отдавать себе ясный отчет в том, что и та информация, которая в качестве «facts» изолируется от «opinion», подвержена субъективным влияниям» [1].

«Фотоинформация, — продолжает Довифат, — подчинена тем же законам, что и текстовая информация... Как раз потому, что люди склонны доверять фотографии больше, чем слову, фальсифицированные фоторепортажи — каковые легко можно фабриковать с помощью вырезок, вклеек, ретуши, фантастических фотомонтажей и фальшивых текстовок — являются сегодня опаснейшим оружием в борьбе низменных политических страстей» [2].

Другой исследователь — австриец Альфред Штурмингер — на одной из последних страниц своего объемистого труда «3000 лет политической пропаганды» констатирует:

«Каждое сообщение и в особенности каждое политическое сообщение уже несет в себе субъективный элемент. К этому бесконечно часто прибавляется сознательная и планомерная тенденциозность. Она достигается путем выпячивания одних деталей, утаивания и завуалирования других или путем фальсификации, а также, например, путем того, что самим выбором момента публикации преследуется определенная политическая цель. И ведь влияние информационной политики особенно опасно уже потому, что пропагандистский умысел часто нельзя сразу различить» [3].

Теперь можно перейти к рассмотрению вопроса о взаимоотношении между печатью и политикой.

Но для этого предоставим опять слово нашему референту. Посмотрим, что Э. М. Геррманн говорит об общественном мнении.

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ. ПЕЧАТЬ И ПОЛИТИКА

Э. М. Геррманн утверждает, что в этом вопросе марксистско-ленинская теория печати «не согласуется, как можно было бы доказать на примерах, ни с реальностью, ни с другими теоретическими положениями» [4].

---

[1] E. Dovifat. Zeitungslehre. Walter de Gruyter und Co. Berlin, 1955, Bd 1, (далее — E. Dovifat. Zeitungslehre...), S. 58.
[2] Ibid., S. 62.
[3] «Факты» (*англ.*).
[4] «Мнение» (*англ.*).
[5] «Комментарии» (*англ.*).
[6] Буквально: «комментарии свободны, но факты — священны» (*англ.*).

[1] E. Dovifat. Zeitungslehre, Bd. I, S. 59.
[2] Ibid., S. 61.
[3] A. Sturminger. 3000 Jahre politische Propaganda, Verlag Herold, Wien-München, 1960, S. 412.
[4] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 234.

В чем же проявляется эта «несогласованность»?

Оказывается, «главная ошибка заключается в том, что в качестве основы единого общественного мнения предусматривается единая, общая для всех граждан марксистско-ленинская идеология, в то время как... цель воспитания сознательности вообще еще отнюдь не достигнута. Здесь, таким образом, цель предвосхищается и делается предпосылкой дедуктивного умозаключения» [1].

Итак, возможность существования единого общественного мнения отрицается на том основании, что еще не все граждане социалистического общества владеют научным мировоззрением марксизма-ленинизма. Ну, а если бы уже владели? Была бы тогда окончательно достигнута «цель воспитания сознательности»? Иными словами — отпала бы тогда задача идеологического воспитания? Ни в коем случае!

Марксизм не догма, а руководство к действию. Это вечно живое, непрерывно развивающееся учение, неисчерпаемое настолько, насколько неисчерпаема сама жизнь. Поскольку марксистско-ленинские идеи постоянно обогащаются и развиваются, никогда не может отпасть необходимость в их пропаганде. И претворение этих идей в жизнь будет бесконечно расширять и углублять задачи коммунистического воспитания масс. Мы уже не говорим о том, что постоянно, во все времена, будет стоять задача ознакомления с марксизмом-ленинизмом юношества.

Вместе с тем давно достигнута консолидация масс вокруг марксистско-ленинских идей, консолидация, которая уже на протяжении десятилетий является характерной чертой жизни социалистического общества. Она возникла на базе ликвидации частной собственности, «на базе общности коренных интересов рабочих, крестьян, интеллигенции» [2], она и служит в свою очередь основой нерушимого единодушия народа социалистической страны.

Второе «противоречие» Э. М. Геррманн усматривает

[1] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 234.

[2] Программа Коммунистической партии Советского Союза. «Правда», М., 1961, стр. 15.

в том, как ставится в коммунистической литературе вопрос о возникновении общественного мнения. В этой связи референт приводит две цитаты из учебного пособия для факультета журналистики Лейпцигского университета. В одной цитате говорится, что общественное мнение может возникать стихийно, в другой — что для выполнения роли активной движущей силы общественное мнение должно сознательно формироваться. «Противоречие!».

Но упоминание об этом «противоречии» мы находим еще у диалектика Маркса в статье «Оправдание мозельского корреспондента»:

«В той же мере, в какой «свободная печать» является продуктом общественного мнения, она также и создает это общественное мнение» [1].

Маркс писал это в 1843 г., и нет ничего удивительного в том, что слова «свободная печать» заключены им в кавычки. Он писал о печати, какой он мыслил ее в идеале, но этот идеал ему приходилось рисовать на том мерзком реальном фоне, который создавали параграфы прусских цензурных инструкций и произвол королевских чиновников.

Если бы общественное мнение в социалистическом обществе не могло вообще возникать стихийно, то не было бы и непосредственной практической почвы для активного формирования общественного мнения, в чем, как справедливо говорит Э. М. Геррманн, «прессе отводится центральная роль» [2]. Общественное мнение, с одной стороны, возникает стихийно, с другой стороны, оно формируется. Происходит взаимодействие двух тенденций, в котором ведущая роль принадлежит тенденции активного формирования общественного мнения. И эта тенденция при социализме не выпячивается произвольно. Ее главенство обусловлено объективными нормами общества, которое в полной мере руководствуется познанными закономерностями исторического развития и сознательно прокладывает дорогу этим закономерностям.

Общественное мнение стало могучей силой, одним из важнейших духовных факторов развития социалистического общества. Это активная форма отношения са-

[1] К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч., т. 1, стр. 206.

[2] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 235.

мых широких слоев народа к событиям внутренней и международной жизни, к деятельности Коммунистической партии, Советского государства, к поведению отдельных членов общества.

Так, проект новой Программы КПСС обсуждался всем народом: на собраниях трудящихся, посвященных этому обсуждению, присутствовало 73 млн. человек. На собраниях, конференциях и съездах компартий союзных республик, где обсуждался проект Программы, присутствовало свыше 9 млн. коммунистов, то есть фактически вся партия; всего на различных собраниях выступило свыше 4 млн. 600 тыс. ораторов — коммунистов и беспартийных. Кроме того, в партийные органы, редакции газет, радио и телевидения поступило свыше 300 тыс. писем и статей с замечаниями и предложениями по проекту Программы.

Печать в нашей стране играет роль одной из самых мощных трибун общественного мнения. В 1961 г. только редакции центральных газет получили около 1 млн. писем трудящихся.

Практика буржуазной печати ничего подобного не знает, и референту это известно не хуже, чем нам. Между тем Э. М. Геррманн пишет:

«...Понятие «общественное мнение» подвергается в марксистско-ленинской теории печати не только переосмыслению, но и — как можно было бы показать в сравнительном обзоре западных теорий — сужению значения» [1].

Еще в самом начале автор отказался от таких сравнений, «чтобы обеспечить единство изложения». Теперь он прибегает к такому сравнению в форме голословного утверждения. Он употребляет многозначительный оборот «можно было бы» и уклоняется от возможности раскрыть тезис на конкретных примерах и сопоставлениях. Попробуем разобраться в этом вопросе.

Об общественном мнении на Западе говорят тем громче, чем бессодержательнее становится там это понятие. Чем это объясняется?

Ленин говорил, что *«учиться политике»* в условиях буржуазного общества — это значит «разоблачать обман и доискиваться правды» [1]. «Чтобы разобраться в партийной борьбе, — писал он в статье «Политические партии в России», — не надо верить на слово, а изучать действительную историю партий, изучать не столько то, что партии о себе говорят, а то, что они *делают*, как они поступают при решении разных политических вопросов, как они *ведут себя* в делах, затрагивающих жизненные интересы разных классов общества, помещиков, капиталистов, крестьян, рабочих и так далее» [2]. С этой точки зрения и учил Ленин оценивать искренность в политике: «Искренность в политике означает не то, чтобы г.г. Керенские, Черновы и К° должны были доказывать свою личную искренность — ее мы охотно допускаем и не в ней вовсе дело. Искренность в политике, то есть в той области человеческих отношений, которая имеет дело не с единицами, а с *миллионами*, — искренность в политике есть вполне доступное проверке *соответствие между словом и делом*» [3].

Несколько лет назад в ГДР вышла книга бывшего руководителя отдела американской военной администрации в Германии Джорджа Уилера «Американская политика в Германии (1945—1950)». Это любопытнейший исторический и человеческий документ. На примере послевоенной Германии автор с помощью выписок из официальных бумаг и газет, дополненных личными наблюдениями, показывает, как «действительная политика США при помощи обходных и малоизвестных приемов препятствовала проведению официально провозглашенной политики» [4]. Джордж Уилер с протокольной точностью свидетельствует, что «фактически проводившаяся Соединенными Штатами политика была диаметрально противоположна теоретической, официально возвещенной политике и состояла в сохранении военной промышленности и восстановлении могущества монополий» [5].

В последние годы все больше людей в капиталистическом мире вынуждено признавать великие успехи со-

---

[1] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 235.

[1] В. И. Ленин. Соч., т. 18, стр. 29.
[2] Там же.
[3] В. И. Ленин. Соч., т. 24, стр. 533.
[4] Джордж Уилер. Американская политика в Германии (1945—1950). ИЛ, М., 1960, стр. 168.
[5] Там же, стр. 279.

ветской политики. Но нередко таким признаниям сопутствуют клеветнические измышления. Буржуазные эксперты, привыкшие к созерцанию госдепартаментов и бундесканцлерств с черного хода, судят о советской политике в меру своей испорченности. Эти люди не могут и не желают понять, что «секрет» советской политики, ее громадная популярность в массах объясняется именно ее откровенностью и принципиальностью, объясняется неуклонным следованием ленинскому принципу соответствия слова и дела.

Теперь обратимся к печати. Если рассматривать печать в широком смысле слова, то есть как периодически выпускаемую печатную продукцию во всем ее объеме, то мы, несомненно, найдем и такие издания, которые ничего общего с политикой не имеют. Это касается всякого рода отраслевых, ведомственных, специальных — технического, естественнонаучного и т. п. уклона — публикаций, рассчитанных на узкий круг специалистов. Иными словами, речь идет здесь о печати, не являющейся носительницей общественного сознания в философском смысле слова, то есть как сознания общественного бытия. Но если печать касается общественного бытия, она есть носительница общественного сознания и носит политический характер.

На страницах печати находят отражение все формы общественного сознания — и политическое, и правовое, и нравственное, и эстетическое, и религиозное, и философское. Но это не значит, что политические интересы отражаются только в такой печати, в таких газетных и журнальных материалах, которые непосредственно посвящаются вопросам текущей политики.

Согласно марксистско-ленинскому учению, разные формы общественного сознания различаются по степени своей близости к экономическому базису. В нижних «этажах» надстройки — политическом и правовом сознании — экономическое развитие отражается прямо и непосредственно. В других же формах общественного сознания экономическое развитие отражается опосредствованно, через посредство нижележащих форм общественного сознания. Так, философия, по Энгельсу, отражает экономическое развитие в его политическом, моральном и тому подобном одеянии. А это значит, что между формами общественного сознания существует

взаимодействие, взаимопроникновение, что в определенной трактовке правовых, нравственных, эстетических, религиозных, философских вопросов может выражаться и определенное политическое умонастроение (психология), и определенные политические идеи, требования (идеология). Например, политическое и правовое сознание переплетены между собой настолько тесно, что «всякое политическое требование, даже если оно не затрагивает основ государственного устройства, есть требование правовое. Таковы... требования политических свобод — свободы слова, печати, собраний, избирательных прав и т. д.» [1].

Печать всегда обращается к массам, а если она обращается к массам, она неизбежно должна вторгаться в область человеческих отношений, которая имеет дело с миллионами — в политику.

В том случае, когда печатный орган занимается непосредственно вопросами определенной политической стратегии и тактики, он выступает как политическая газета, журнал и т. д., как орган правительства, партии, общественной группировки. Такие печатные органы существовали еще до появления марксизма. Когда Ленин в статье «С чего начать?» писал о том, что «нам нужна непременно *политическая* газета», что «без политического органа немыслимо в современной Европе движение, заслуживающее название политического» [2], он констатировал уже прочно сложившееся к тому времени в общественной жизни Европы положение.

Новым словом было то, что Ленин открыл великую организационную силу печати, исходя из конкретных условий, увидел в ней не просто подспорье для партийной работы, а исходное звено для создания самой партии, для «правильной осады» и «организованного штурма» царского самодержавия. Ленин развил и последовательно провел в жизнь принцип идейной цельности, «строго определенного направления» партийного органа, доказав, что всякие «половинчатые, расплывчатые и оппортунистические поправки» [3] и раздуваемая вокруг них

---

[1] Г. Гак. Учение об общественном сознании в свете теории познания. Изд-во ВПШ и АОН, М., 1960, стр. 113—114.
[2] В. И. Ленин. Соч., т. 5, стр. 9.
[3] В. И. Ленин. Соч., т. 4, стр. 329.

шумиха служат на деле только классовым врагам, что это принцип буржуазный и только буржуазии выгодный. Новое состояло в том, что Ленин показал, что лишь на вооружении политической партии пролетариата, передового класса общества, интересы которого совпадают с объективными интересами исторического развития, печать может полностью проявить свои великие возможности.

Здесь мы хотим только показать, что вообще печатные органы, не только открыто называющие себя политическими, но и открыто выступающие за определенную политическую линию, существуют и в условиях буржуазного общества. Это как раз такие органы, которые распространяют непосредственно идеи политического сознания, как формы общественного сознания, открыто выражают мнение различных партий и носят названия этих партий в подзаголовках.

Но наряду с такими органами существует весьма значительное по удельному весу количество газет и журналов, которые называют себя «независимыми», «надпартийными», «беспартийными» и т. п., хотя знатокам не стоит большого труда уличать их в самой крайней архипристрастности и тенденциозности, причем нередко взаимные разоблачения публикуются именно на страницах таких «надпартийных» органов, которые являются на самом деле рупорами различных буржуазных партий и финансово-промышленных групп, воюющих за голоса избирателей, портфели министров и выгодные заказы.

Фактов, разоблачающих эту мнимую беспристрастность, можно приводить бесчисленное множество. Но с помощью одних этих фактов, зачастую к тому же глубоко противоречивых в силу беспринципности, непоследовательности, двуличности буржуазных политиканов, — с помощью одних этих сырых фактов нельзя еще опровергнуть тезисы «надпартийности» в принципе. Тем более, что ведь среди буржуазных журналистов есть и люди, которые стремятся давать своим читателям действительно добросовестную информацию о совершающихся в мире событиях и считают, что субъективной честности достаточно, чтобы быть независимыми от политики. Тогда выходит, что для таких людей синонимом честности может быть только аполитичность.

На самом же деле в таком силлогизме содержится только ответ на вопрос, почему многие буржуазные газеты так громко кричат о своей «надпартийности»: потому что они хотят прослыть правдивыми.

Относительная самостоятельность развития идеологии приводит к тому, что в глазах непосвященных возникает иллюзия ее полной самостоятельности, независимости от экономических отношений. Там, где результаты экономического развития, а вслед за ними и отражение их в политическом сознании выступают в завуалированной форме, и рождаются иллюзии о «независимости» духа, возникают иллюзии о «надпартийной» беллетристике, о «надпартийных» проповедях, «надпартийной» философии, «надпартийной» печати. Возникают иллюзии, что в тонких изломах литературного эстетства, в религиозных откровениях и философских абстракциях можно найти убежище от грубого материализма политиканов. А какой-нибудь набожный репортер считает, что его веры в святость вполне достаточно для того, чтобы стоять выше бренного политиканства.

Иллюзия «надпартийности» имеет свои предпосылки. Но, рождаясь на «верхних этажах» общественного сознания, она там не остается. Ее распространяют непосредственно на сферу политического сознания. Если набожный репортер считает, что его веры в святость достаточно для того, чтобы в любом случае стоять выше бренного политиканства, то значит, можно убедить его и в том, что эта вера не даст ему оступиться и тогда, когда ему будет поручено написать отчет с пресс-конференции премьер-министра. Одним из самых чудовищных порождений идеи «надпартийности» является современная большая буржуазная газета, которая, с одной стороны, объявляет себя политической, то есть открыто концентрирует внимание по преимуществу на политических вопросах, а с другой стороны, носит набранный крупными буквами подзаголовок «независимая».

Большая «политически-независимая» газета стоит больших денег, которыми, конечно, не располагают старомодные идеалисты вроде героя романа А. Кронина «Северный свет». И, пожалуй, нет ни одного исследователя печати, который не признавал бы, более или менее охотно, что такие газеты, выходящие на средства очень состоятельных людей, крупных капиталистов, вынужде-

ны потакать интересам этих капиталистов. Но каким интересам? «Деловым» — отвечают многие.

Остановимся пока на этом. Как отстаиваются деловые интересы предпринимателей на страницах буржуазных газет? Отнюдь не только путем публикации рекламных объявлений и не с их помощью в первую очередь, а с помощью рекламы особого рода. Понятие «реклама», например, в Западной Германии, не совпадает с понятием «объявление». «Рекламой» называют газетные материалы любых жанров, в которых авторы, используя различные самостоятельные сюжеты, отбирают для повествования такие детали, факты и так их группируют, что в результате из-под пера выходит сплошной панегирик, скажем, какой-нибудь автомобильной фирме, хотя по форме этот материал — отчет с автогонок — и заверстан не на полосу объявлений, а под рубрику «спорт». Точно такими же изощренными приемами формируется и отрицательное мнение о продукции фирм-соперниц.

Мы остановились на этом моменте, чтобы показать, с каким изобретательным коварством действуют продажные буржуазные журналисты даже в той сфере, бесцеремонное поведение в которой освящено писаными и неписаными законами капиталистических джунглей, — в сфере «деловых интересов», «свободного предпринимательства». Политика же в «независимой» газете (именно потому, что она «независимая») требует особенно церемонного обращения с собой. Здесь не рекомендуется слишком громко аплодировать ни одной партийной платформе — на это есть соответствующие партийные газеты. Здесь не рекомендуется и слишком беспардонно поносить какие-либо политические платформы от имени самой редакции — это делается от имени какого-нибудь лица, которое «высказывает свое личное мнение». Но это мнение преподносится читателю в такой форме, что если он не заглядывает в другие газеты и не полагается на собственный здравый смысл, то ему остается только согласиться с ним. Когда читателю без всяких комментариев и без всякой тенденции преподносится сразу несколько мнений, то, значит, ни одно из них никак не задевает хозяев газеты и отстаиваемую ими политическую линию. Таким образом, убытка от публикации никакого, а польза — налицо: поддерживается репутация «беспристрастности». Наконец, публикуются два противоположных мнения, и оба подретушированы, но так, что в результате один из спорящих предстает перед читателями писаным красавцем, а другой — отвратительным уродом.

Словом, в политике употребляются еще более утонченные «рекламные» и «контррекламные» приемы; сугубо политические материалы выносятся далеко за пределы рубрики «политика». И в отличие от промышленно-торговых дельцов, которые не скрывают, что они пользуются услугами «рекламы», политики предпочитают касательно этого вопроса молчать и затыкать рты всем, кто осмеливается заикнуться о политической «рекламе» и «контррекламе». В отличие от некоторых других категорий ловцов успеха «политики... обычно не отваживаются излагать публично мнение» о подлинном характере «независимых» газет, о продажности буржуазных журналистов. А «для маленького человека вечно остается загадкой, как делается газета, как она каждый день снова «заполняется» и какую роль играют при этом газетчики» [1]. От миллионов «маленьких людей» тщательно скрывают, что «если независимые публицисты сделались наемными газетчиками или дельцами-предпринимателями, то положение прессы как защитницы общих интересов и представительницы общественного мнения должно стать фарсом» [2].

Но именно на этот фарс делают последнюю ставку буржуазные политиканы. Коль политика как род деятельности давно уже себя скомпрометировала и прослыла грязным занятием, то нужно создать впечатление, что это не страшно, что интересам политиканов противостоит целительная сила неподкупного и беспристрастного общественного мнения, рупором которого являются «независимые» газеты.

Такой взгляд некогда настойчиво проводил в своей книге «Американцы» гарвардский профессор Гуго Мюнстерберг.

«Можно сказать, что партийная жизнь со всеми ее программами, выборами и должностями, — писал Мюн-

[1] W. Hagemann. Dankt die Presse ab? Isar-Verlag, München, 1957, S. 76.
[2] Ibid., S. 129.

стерберг, — в сущности представляет собой только нижнюю палату нации, а общественное мнение — верхнюю...» [1]. «Здесь (то есть в области общественного мнения. — *Ю. О.*) цель заключается, собственно, не в самой политической деятельности, а в том, чтобы во всех вопросах политической жизни оказывать реформаторское влияние и приводить общественное творчество в соответствие о идеалами нации» [2]. «...Не официальная политика и не партийный дух, а именно общественное мнение создало американскую газету в качестве важнейшего своего орудия» [3]. «Американская газета лучшего типа не есть в сущности ни просто партийный орган, ни одно только собрание новостей; она сознательный носитель и поборник общественного мнения» [4].

То, что общественное мнение — объективная реальность, несомненно. Что даже в условиях антагонистического общества оно становится временами весьма внушительной силой, свидетельствует история. Конкретные условия складываются так, что в общественном мнении могут сливаться воедино устремления разных общественных групп. Но совершеннейшим блефом является то, что, как утверждает Мюнстерберг, «в общественном мнении нет разногласий, вытекающих из классовых противоречий» [5], то есть, что общественное мнение не имеет никакого отношения к классовой борьбе, стоит выше ее. Наоборот, общественное мнение рождается из классовых столкновений, на ртутный столб общественного мнения давит атмосфера классовой борьбы.

Это наглядно показал Ленин в своем выступлении на VII Всероссийском съезде Советов в декабре 1919 г. Разбирая заявление, с которым выступила в печати большая группа французских интеллигентов, протестовавших против вмешательства стран Антанты в дела молодой Советской России, Ленин оценил его как проявление «французского общественного мнения» и добавил, что «это, может быть, только словесное проявление чувств со стороны представителя интеллигенции», но

[1] Г. Мюнстерберг. Американцы, т. I. — Политическая и экономическая жизнь. М., 1906, стр. 194—195.
[2] Там же, стр. 195.
[3] Там же, стр. 202.
[4] Там же, стр. 203.
[5] Там же, стр. 200.

что оно дает показатель того, «куда клонит общественное мнение, насквозь буржуазное» [1]. А сложилось оно в результате того, что французские рабочие «на улицах и собраниях Парижа... не давали говорить тому, кто смел сказать слово против большевистской России...» [2].

Таким образом, из этого высказывания Ленина следует, во-первых, что общественное мнение регулируется классовыми взаимоотношениями, а, во-вторых, что фиксируемое печатью общественное мнение в буржуазной стране, какие бы требования оно не отстаивало, остается мнением «насквозь буржуазным», несет на себе печать буржуазной идеологии. Это значит, что характер публикуемого общественного мнения определяется в своей сущности самим общественным строем, что под вывеской «надпартийности» и «независимости» буржуазная пресса фабрикует «общественное мнение», созвучное интересам эксплуататорского меньшинства.

Проблеме общественного мнения буржуазными исследователями посвящена громадная, почти необозримая литература, создававшаяся на протяжении веков. Говорят о противоречивости понятия «общественное мнение», о том, что понятие «общественность» несет значение, прямо противоположное понятию «мнение». «Корифей» этой темы Фердинанд Теннис ввел в обиход представление о трех «агрегатных состояниях» общественного мнения: «твердом», «жидком» и «газообразном». Эмиль Довифат различает «мнение на злобу дня» (tagesgebundene Meinung), «мнение на злобу времени» (zeitgebundene Meinung) и «всеобщую основополагающую точку зрения» (allgemeine Grundauffassung). Цитируют знаменитостей: общественное мнение — «смесь глупости, слабости, предубежденности, подлинных и фальшивых чувств, тупого упрямства» (сэр Роберт Пиль); «не является ли общественное мнение совершенно непостижимой вещью, которая говорит каждому то, что он хочет услышать? не является ли оно переменчивым, как апрельская погода?» (Оливер Кромвель); общественное мнение — «подводное течение в глубинах народной жизни» (Бисмарк) [3].

[1] В. И. Ленин. Соч., т. 30, стр. 196.
[2] Там же.
[3] См. E. Dovifat. Zeitungslehre, Bd. 1, SS. 105—112.

Но и по сей день на Западе «тайна общественного мнения» остается неразгаданной—и прежде всего именно потому, что буржуазные ученые игнорируют его органическую связь с классовой борьбой, как ее понимает марксизм. Далее, характеризуя общественное мнение как чисто моральную силу, противостоящую аморальности политиканов, буржуазные исследователи не в состоянии последовательно проводить свою концепцию там, где нужно показать, как эта сила становится силой, то есть как она себя реализует. Потому что реализовать себя она не может иначе, как через политические учреждения (к которым относится и печать), через политические акты. И оказывается, что в конце концов не общественное мнение распоряжается через печать политиками, а политики — общественным мнением, формируемым в газетах и журналах.

Это неразрешимое и неизбежное в условиях эксплуататорского общества противоречие блестяще раскрыл еще Маркс в своей статье «Оправдание мозельского корреспондента» (1843 г.).

Ни для кого не является тайной, что у масс всегда есть свое мнение по всем вопросам общественной жизни. Но в странах капитала пытаются сохранить в тайне то, что публикуемое общественное мнение, просеянное через сито властвующих политических интересов, сплошь и рядом не имеет ничего общего с мнением широких масс развитых, «цивилизованных», «свободных» капиталистических стран.

Общественное мнение — категория морально-политическая. Общественное мнение исходит из идеалов нравственности, из основополагающих представлений о добре и зле, и требует их воплощения в политике. Общественное мнение в условиях существования классов не может миновать политики не просто потому, что это выгодно политикам, а потому, что такова объективная природа общественного мнения, потому что в условиях классовой борьбы оно может реализовать себя только через политику, которой принадлежит приоритет в общественной жизни.

Но это значит, что в полную силу общественное мнение может проявить себя лишь в таком обществе, которое, во-первых, руководствуется единой моралью и в котором, во-вторых, нет расхождения между моральными

нормами и политическими действиями. Чисто же моральной категорией общественное мнение может стать только тогда, когда вообще исчезнут классы, а вместе с ними и политическое сознание как форма общественного сознания.

В антагонистическом обществе, лишенном единой морали, в обществе, где стало правилом вопиющее расхождение между моралью и политикой, общественное мнение лишь только в моменты революционных потрясений, как это, например, было во время революции 1793 г. во Франции, выступает как временное единство моральных и политических норм, в остальное же время выступает как урезанное, искаженное, вывернутое наизнанку мнение, подогнанное под политические интересы эксплуататорских классов, завладевших политической властью.

Постоянное гармоническое сочетание моральных и политических норм становится возможным только в условиях социалистического общества, в котором нет места эксплуататорским классам и в котором дружественные классы рабочих и крестьян, массы трудящихся сплачиваются на основе морально-политического единства.

События последних десятилетий убедительно показывают, что тенденция развития общественной жизни в капиталистических странах такова, что реальному широкому общественному мнению остается все меньше места на страницах печати. Все серьезные вопросы национальной жизни в капиталистических странах предрешаются не на широких открытых форумах, а на секретных, полусекретных и публичных совещаниях политических воротил.

Обстановка предлагает два решения на выбор: или разыгрывать изо дня в день по истрепанным сценариям фарс на тему о «широком» общественном мнении в печати, или вообще выбросить за борт само понятие «общественное мнение».

Режимы, старающиеся сохранить репутацию «демократических», идут по первому пути. Здесь, конечно, в первую очередь следует назвать Соединенные Штаты Америки, где накоплен наиболее богатый опыт по одурманиванию масс с помощью политических фарсов, где оно возведено в роль искусства, где оно стало прямо-та-

ки объектом национальной гордости политических боссов и критерием их одаренности.

Германский фашизм, который поставил в реакционной буржуазной идеологии и политической практике точки над «и», со свойственным ему цинизмом просто вычеркнул в свое время понятие «общественное мнение» из списка категорий общественной жизни.

Но хотя эволюция публикуемого общественного мнения при капиталистическом строе такова, что оно самим ходом общественного развития все более превращается в фикцию, это не значит, что мы вообще должны скептически относиться ко всем проявлениям общественного мнения в буржуазных странах. Мы не принимаем за чистую монету дешевые «оппозиционные» фарсы, разыгрываемые на страницах «независимых» газет. Но мы не валим в одну кучу с подобными фарсами проявления действительно доброй воли со стороны отдельных группировок честных демократов, прогрессивно настроенных лиц. Наоборот, коммунисты, будучи сторонниками самой последовательной демократии, зорко замечают, уважают и поддерживают всякие действительно демократические веяния в общественной жизни капиталистических стран, приветствуют всякие попытки прогрессивно настроенных группировок противодействовать наступлению политической реакции.

Под общественным мнением подразумевается не только мнение по определенному вопросу, но и сама совокупность людей, составляющих и выражающих это мнение. Именно в таком значении употребляется термин «общественное мнение» в выражениях: «информировать общественное мнение», «общественное мнение введено в заблуждение» и т. д. Кстати говоря, эта двойственность значения понятия «общественное мнение» тоже отразилась на той путанице, которая возникла вокруг него.

К общественному мнению как к совокупности людей доброй воли, сплачивающихся на самой широкой основе, мы апеллируем всегда. Когда же мы говорим, что публикуемое «общественное мнение» в буржуазной печати сплошь и рядом есть фикция, то мы имеем в виду, что, во-первых, это мнение идет не от людей доброй воли, а обращено против них, что им хотят с помощью дезинформации и передержек навязать по определенным вопросам такое мнение, которое не имеет ничего общего с реальным положением вещей, и что, во-вторых, шумиха, «столкновения», «дискуссии», которыми часто сопровождается формирование такого «независимого» мнения — всего навсего фарс, в роли режиссеров которого выступают самые прожженные политиканы.

Срывая всякие покровы с «независимой» печати, коммунисты в то же время должным образом оценивают субъективное стремление отдельных буржуазных журналистов быть правдивыми и объективными, соблюдать принципы журналистской этики.

Вопросы журналистской этики часто затрагивает во время встреч с представителями иностранной печати Никита Сергеевич Хрущев. В его телеграмме, адресованной участникам Второй всемирной встречи журналистов, состоявшейся в октябре 1960 г. в Австрии, были такие слова: «Журналистам, организаторам общественного мнения, принадлежит ответственная роль в жизни общества, в развитии событий, имеющих большое значение для судеб человечества... Будьте глашатаями правды, неутомимыми пропагандистами передовых идей нашего времени!» [1].

История журналистики неопровержимо свидетельствует, что буржуазный журналист, стремящийся честно и осмысленно служить правде, неизбежно вступает в столкновение с нравами капиталистической прессы, и, если он остается последовательным, логика борьбы приводит его в лагерь самых передовых, самых прогрессивных сил, не имеющих ничего общего с заведомо фальшивым «общественным мнением» «независимой» печати.

СВОБОДА ПЕЧАТИ.

ПРАВОВОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕССЫ

О том, что думают марксисты о буржуазной «чистой» демократии вообще и о буржуазной «свободе печати» в частности, референт, конечно, кое-что слышал. В начале подглавки «Проблема свободы печати» она с гуман-

[1] «Правда», 19 октября 1960 г.

ным терпением приводит несколько цитат на эту тему. Понятие опять оказывается «переосмысленным», и «исходя из этого переосмысления понятия, коммунистам остается только последовательно утверждать, что в Федеративной республике не существует свободы печати» [1]. После этой констатации следует ответный наскок.

Цитируется статья 125 Конституции СССР. Как известно, эта статья гласит:

«В соответствии с интересами трудящихся и в целях укрепления социалистического строя гражданам СССР гарантируется законом:

а) свобода слова;

б) свобода печати;

в) свобода собраний и митингов;

г) свобода уличных шествий и демонстраций.

Эти права граждан обеспечиваются предоставлением трудящимся и их организациям типографий, запасов бумаги, общественных зданий, улиц, средств связи и других материальных условий, необходимых для их осуществления» [2].

«Решающим является то,—комментирует Э. М. Герр-манн, — что при таком положении свободой печати могут пользоваться de facto не трудящиеся, а только лишь «их организации», поскольку в их руках находятся материальные средства» [3]. Какая пагубная разница может быть между просто трудящимися и организованными трудящимися, референт не разъясняет. Но по его логике получается, что трудящийся, вступивший в организацию, перестает быть трудящимся, что «их», то есть трудящихся, организации — это уже не организации трудящихся.

Смотрим дальше: «Наряду с этим организационным ограничением статья 125 Конституции СССР содержит и дальнейшее ограничение свободы печати. Ясно говорится, что эта свобода гарантируется только: 1) в соответствии с интересами трудящихся, которые, как мы показали выше, определяются партией как сознательным и организованным «авангардом» и 2) гарантируется

[1] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 242.

[2] «Конституция (основной закон) Союза Советских Социалистических республик». Госюриздат, М., 1960, стр. 27.

[3] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 236.

только в «целях укрепления социалистического строя» [1].

Не будем гадать, что — глубоко укоренившаяся в сознании референта привычка общения со сплошь оговорочным буржуазным законодательством, честное непонимание предмета, о котором идет речь, или нечистая совесть фальсификатора, стремящегося во что бы то ни стало замутить воду, понуждает его преподносить в качестве «оговорок» и «ограничений» коренной принцип нашей свободы — свободы для трудящихся, свободы для трудового большинства, свободы в интересах укрепления строя, выгодного не для кучки кровососов-богачей и живущих их подачками наемных подпевал, а для действительно громадного большинства людей. Ради этого и бились российские рабочие и крестьяне под руководством ленинской партии, об этом всегда заявлялось во всеуслышание. И в первые годы своего существования советская власть для осуществления этого принципа создавала революционные трибуналы печати для обуздания контрреволюционной прессы.

Мы не можем показать референту издание, которое полностью подготавливалось бы одним человеком, трудящимся-единоличником, этаким кустарем-одиночкой с его сугубо индивидуальным мнением по вопросам выращивания редиски и салата в цветочном горшке. Но нам не приходилось также слышать, чтобы нечто подобное издавал какой-нибудь баварский хлебопашец или рурский углекоп. Зато мы наслышаны об Акселе Цезаре Шпрингере, этом подлинном «цезаре» монополистической прессы, который распоряжается четвертью разового тиража ежедневных западногерманских и западноберлинских газет. И если нам скажут, что этот человек как раз и является воплощением свободомыслящей личности «чисто» демократической чеканки, мы не станем с этим спорить, потому что именно так мы и представляем себе «чистую», «надклассовую» демократию — как свободу для богатеев, как диктатуру над неимущими. Об этом как раз и говорил Ленин, разбирая точку зрения либерала, для которого «естественно говорить о «демократии» вообще. Марксист никогда не забудет поставить вопрос: «для какого класса?». Всякий знает.., что восстания или даже сильные брожения рабов в древности сразу обна-

[1] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 236.

руживали сущность античного общества, как *диктатуры рабовладельцев*. Уничтожала ли эта диктатура демократию *среди* рабовладельцев, *для* них? Всем известно, что нет» [1].

А теперь посмотрим, как референт попал в собственноручно расставленный капкан.

Э. М. Геррманн резюмирует: «Из сказанного следует, что все свободы *уже* (выделено нами. — *Ю. О.*) ex definitione ограничены так, что они служат исключительно господству партии и осуществлению ее целей» [2].

Автор, до сих пор более или менее благополучно сохранявший равновесие на краю опасных пропастей, совершавший с помощью своих «можно было бы...» мнимые прыжки через эти пропасти, вдруг попадается на элегантном академическом словечке ex definitione (в определении — лат. — *Ю. О.*).

Отдавая себе, кажется, отчет в невозможности доказать, что в Советском Союзе и других социалистических странах не соблюдаются конституционные гарантии в отношении свободы печати, референт сосредотачивается на поношении самих этих гарантий. Но при этом Э. М. Геррманн неосторожно проговаривается о важнейшей черте законодательства «чистых демократов» — о его фарисейском пустозвонстве, о грошовой цене широковещательных конституционных «дефиниций» на Западе. Не думай она об этом по врожденной привычке питомца «чистой» демократии, не вышли бы из-под ее пера слова «уже в определении...».

Хваленые «демократические» законодательства начинаются с широких гарантий, обещающих все, и заканчиваются безбрежными оговорками, с помощью которых при надобности из всего делается ничто.

Статья 5-я конституции ФРГ гласит:

«1) Каждый имеет право выражать и распространять свое мнение устно, письменно и в зрительных картинах и беспрепятственно наводить справки по всем общедоступным источникам. Свобода печати и информирования посредством радио и кино гарантируется. Цензура не имеет места.

2) Эти права ограничиваются рамками предписаний

[1] В. И. Ленин. Соч., т. 28, стр. 215.
[2] «Publizistik», 1960, Heft 4, S. 237.

общих законов, законоположений об охране молодежи (имеется в виду охрана нравственности. — *Ю. О.*) и закона о персональной чести» [1].

Это — для праздничных речей. А вот пища для речей прокурорских:

«Ст. 18.

Кто злоупотребляет свободой выражения мнения, особенно свободой печати (см. 5, абз. 1)... для борьбы против основ свободного демократического порядка, тот лишается этих основных прав. О лишении прав и его объеме объявляется через федеральный конституционный суд» [2].

Основной закон Западного Берлина содержит принципиальную оговорку в первом же параграфе, конституирующем «свободу мнения»:

«Ст. 8.

1) Каждый имеет право в рамках закона свободно и публично выражать свое мнение, коль скоро он не угрожает свободе, гарантированной конституцией, и не нарушает ее» [3].

Что касается специального федерального законодательства о печати, то оно воистину резиновое: им пользовались монархисты кайзеровских времен, затем веймарские «республиканцы», затем фашисты. Речь идет об имперском законе о печати от 7/V 1874 г. с поправками от 1/VII 1883 г., 3/VI 1914 г., 6/II 1924 г., 4/III 1931 г., 28/VI 1935 г. и 4/VIII 1953 г.

В марте 1952 г. федеральное министерство внутренних дел представило проект нового федерального закона о печати. Об этом проекте говорили четыре года, пока устами же тогдашнего министра внутренних дел Герхарда Шредера не было сказано последнее слово: в новом законодательстве о печати «нет надобности».

Здесь небезынтересно остановиться на одной статье ректора Западноберлинского университета доктора прав Эрнста Э. Гирша. Статья эта под заголовком «Цели и задачи федерального закона о печати» была опублико-

[1] Цит. по справочнику: «Der Journalist — Das Handbuch für den Publizisten», hrsg. von Ewald W. Remi unter Mitarbeit von Hans-Günter Buchholz und Rudolf Descher. Verlag B. C. Heye und Co., Bremen, Bd. 2, 1956 (далее — «Journalist»), S. 260.
[2] Ibid.
[3] Ibid., S. 262.

вяна в газетно-журнальном справочнике Западноберлинского института публицистики за 1954 год в самый разгар словопрений о проекте, которому не суждено было обрести силу закона.

Гирш пишет:

«Федеральные законодатели настолько же мало могут свободно определять содержание и объем федерального закона о печати, насколько и дух, которым должны дышать предписания» [1]. «Как и всякая свобода, свобода печати имеет двойной смысл: во-первых, как свобода **от** ограничений, пут, препятствий, оглядок (Rücksichten), короче, **от** обязательств (Bindungen) какого-либо рода, затем как свобода к деянию, поведению, поступкам, короче, как состояние свободы (Freisein) **для** осуществления какой-то цели. Как правило, думают только о первом из упомянутых смыслов, например, о свободе печати как свободе от цензуры. Но свобода от какого-нибудь обязательства приобретает значение и ценность только при учете цели, ради которой требуется освобождение от этого обязательства или терпится сохранение обязательства в силе» [2].

Нетрудно догадаться, куда клонит Эрнст Э. Гирш: начинается оговаривание оговорок. «Необходимость подобного рода ограничений вытекает уже из того соображения, что свобода печати предоставляется в интересах общества. Но эти ограничивающие законоположения и не должны заходить так далеко, чтобы устранялся основной закон или задевалась сущность его содержания. Лишение свободы печати касается только тех, кто злоупотребляет основным законом для борьбы против основ свободно-демократического порядка» [3].

Итак, «чистая» демократия бренна, и как раз потому, что в ее обязанности входит забота об интересах общества. Но какого общества? Капиталистического. «Основы свободно-демократического порядка» — основы порядка капиталистического, созданного в угоду классовым интересам буржуазии. Ограничивающие законоположения не должны заходить так далеко, чтобы устранялась демократия для современных рабовладельцев, но они должны быть достаточно широкими и надежными для осуществления диктатуры над современными рабами.

---

[1] «Die deutsche Presse 1954 — Zeitungen und Zeitschriften», hrsg. Institut für Publizistik an der Freien Universität Berlin. Duncker und Humblot, Berlin, 1954, S. 39 (далее — «Die deutsche Presse 1954»).

[2] Ibid.

[3] Ibid., S. 41.

Диктаторские методы западногерманских монополистов в отстаивании своих классовых интересов хорошо известны. Коммунистическая партия Германии и ее издания запрещены еще в 1956 г. Распространителей нелегальных изданий КПГ выслеживают и предают суду.

Беспощадным преследованиям подвергаются также легальные прогрессивные издания и отдельные журналисты.

В начале 1961 г. широкую огласку получил состоявшийся в Кёльне суд над западногерманским патриотом Петером Метером. Этот мужественный человек, 12 лет томившийся при гитлеровском режиме в тюрьме, в конце 1959 г. стал издавать двухнедельник «Рейнише штимме». Журнал выступал против вооружения Западной Германии, против возрождения милитаризма и реваншизма, за демократию, мир и взаимопонимание между народами. После выхода трех номеров Петер Метер и еще трое сотрудников «Рейнише штимме» были арестованы. Продержав патриотов 9 месяцев в предварительном заключении, власти, наконец, организовали процесс против них, предъявив им обвинение в «государственной измене» и «угрозе государственному порядку». Издатель «Рейнише штимме» был приговорен к двум годам тюремного заключения.

Широкую международную огласку получила скандальная расправа западногерманских властей над гамбургским еженедельником «Дер шпигель» осенью 1962 г. Ночью на редакцию журнала нагрянул целый отряд полицейских. Одновременно в разных местах были арестованы несколько ведущих сотрудников редакции и издательства «Шпигеля». Представители властей подвергли редакцию обыску и, грубо попирая конституцию, фактически подвергли предварительной цензуре очередные номера журнала. Причиной для этой акции послужило то, что буржуазный еженедельник в ряде своих материалов выразил несогласие с некоторыми аспектами внешней и внутренней политики боннского правительства.

Но, разумеется, во много раз чаще, чем меры открытого правового принуждения, к неугодным журналистам применяются методы закулисного нажима и административных репрессий.

Так, живущий в Западной Германии американский журналист Роберт Юнг, автор книги «Ярче тысячи солнц», был удален из редакции еженедельника «Вельтвохе» за то, что принял участие в митинге протеста против «атомной смерти», организованном во Франкфурте-на-Майне.

Эту мрачную картину дополняет то, что систематические попытки нивелировать западногерманскую прессу, сделать ее безотказным рупором монополий, рупором милитаристских и реваншистских идей предпринимаются не только деятелями правящей партии ХДС/ХСС, но и лидерами социал-демократической партии — крупнейшей политической партии Западной Германии, которая называет себя «оппозиционной».

Известный лидер правого крыла СДПГ Вилли Брандт методически затевает интриги против редакторов социал-демократов, совершивших в 1959 г. поездку по Советскому Союзу и встретившихся с Н. С. Хрущевым. В ноябре 1960 г. жертвой этого произвола Брандта пал Вальтер Поллер, главный редактор крупнейшей в Западной Германии ежедневной газеты социал-демократов «Вестфелише рундшау». Непосредственным поводом к удалению Поллера, бывшего узника Бухенвальда, с поста главного редактора послужило его письмо в редакцию гамбургского журнала «Дер шпигель». Он заявил в этом письме: «Печальнейшим результатом одиннадцатилетнего правления Аденауэра является, — как я сам убедился,— то, что теперь и оппозиция не позволяет себе больше ставить вопрос, какую политику необходимо проводить» [1].

Но наивно было бы думать, что «чистая» демократия чиста по крайней мере в рамках самими ее защитниками поставленных ограничений, что по крайней мере рабовладельцы договорились не отравлять воздух на своем Олимпе и вдыхать здесь полной грудью озон демократии. Глядя на этот Олимп, убеждаешься, насколько враждебен справедливости хваленый принцип «свободной конкуренции», насколько смехотворны басни о «равных возможностях», насколько и здесь прекраснодушная свобода переплетается с беспощадным принуждением; глядя на этот Олимп, видишь, как отсюда перебрасываются мосты к диктатуре над неимущими.

[1] «Der Spiegel», Hamburg, Nr. 47, 16.II 1960, S. 3.

* *
*

Когда пытаешься охватить взглядом все сочинение референта сразу, целиком, бросается в глаза несогласованность отдельных его положений. Достаточно заметить, что если Э. М. Геррманн хочет показать, что ленинизм «не согласуется» с марксизмом, то тогда референту следовало бы просто отвергнуть сам термин «марксистско-ленинская теория».

Но ведь если вдуматься, референту нет никакого дела до всех этих тонкостей. Его единственная задача — дискредитировать марксистско-ленинскую теорию вообще и коммунистическую теорию печати в частности, дискредитировать во что бы то ни стало. Вот с этой точки зрения труд автора из журнала «Публицистик» отличается невероятной последовательностью, цельностью. Но это такая цельность, которая, подобно простоте, хуже воровства.

Весь глубинный пафос своей статьи Э. М. Геррманн обрушивает на принцип партийности. Но мы уже сказали выше, что если бы нам нужно было указать на образец буржуазной партийности в «только» информации, мы без промедления сослались бы на реферат о марксистско-ленинской теории печати в журнале «Публицистик». Э. М. Геррманн не опровергает принцип партийности печати, а скорее, предлагает любопытный материал для его обоснования.

В этом реферате «только изложение» марксистско-ленинской теории печати густо сдобрено не всегда многословными, но всегда тенденциозными комментариями, инсинуациями. Особенно много их в первом разделе, где вопросы теории ставятся в наиболее общей форме.

Труднее приходится референту там, где дело касается конкретных вопросов теории и практики коммунистической печати. Это не удивительно, потому что даже сверхизобретательному полемисту трудно представить в до-

стойном осуждения виде такие, например, принципы коммунистической печати, как научная обоснованность, связь с массами и т. п.

Между тем эти принципы органически вытекают из принципа коммунистической партийности печати. Однако такой констатации мы в «реферате» не находим. Мы находим в нем попытку подвергнуть сомнению научность самого принципа партийности печати, но это попытка с явно неудачными средствами и бесперспективным исходом.

О. Г. ПАНКИНА

БУРЖУАЗНАЯ ПЕЧАТЬ ЯПОНИИ

Рождение современной японской прессы по времени совпадает с буржуазной революцией 1868 г., вошедшей в историю под названием революции Мэйдзи. Однако революция не была завершена, имела половинчатый характер и закончилась компромиссом между феодальным дворянством и буржуазией.

Но несмотря на свой половинчатый характер, несмотря на свою незавершенность, революция 1868 г. расчистила путь для развития капитализма в Японии.

Развитие капитализма повлекло за собой и бурное развитие японской прессы.

Центрами зарождения печати в Японии были два крупнейших города страны — Токио и Осака. На первых порах токийские и осакские газеты отличались друг от друга. Страницы токийских газет в основном отводились политическому комментарию, а издателями этих газет были обычно политические деятели, сторонники той или иной политической партии. Эти газеты специализировались на политической полемике и не ставили себе целью собирать и распространять новости, информацию.

Несколько иной характер носили осакские газеты. Осака в те времена представлял собой крупнейший торговый и промышленный центр. Это и наложило отпечаток на характер первых осакских газет. Эти газеты при-

влекали читателя не политической полемикой, а тем, что они стремились дать на своих страницах свежие новости, сплетни, иллюстрированные рассказы. Издание этих газет было обычным коммерческим предприятием. Газеты типа токийских назывались в то время квалифицированными или «политическими» газетами, а газеты типа осакских — «маленькими газетами» («косимбун»). Это, однако, не означает, что в Токио не выходило «косимбун», а в Осака нельзя было достать «политическую» газету. Однако «политические» газеты, не имевшие прочной экономической базы, долго просуществовать не могли, и в то же время «косимбун» не удовлетворяли всю читательскую аудиторию.

В 70—80-е годы прошлого столетия в Японии возникает новый тип газеты, как бы впитавший в себя характерные свойства двух ранее возникших разновидностей. Новая японская газета (этот тип газеты в основных своих чертах сохранился и до настоящего времени) прочно становится на базу коммерческого предпринимательства, но в отличие от «косимбун» начинает уделять все большее внимание вопросам международной и внутренней политики.

Первыми изданиями такого рода можно считать газеты, родившиеся в 1870—1880 гг., такие, как «Асахи симбун», «Иомиури симбун», «Канаиоми» и «Хиргана-ейри симбун».

Ко времени японо-китайской войны, вспыхнувшей в 1895 г., в Японии появляются вполне современные газеты, которые устанавливают отношения с наиболее влиятельными информационными агентствами мира, например, такими, как агентство Рейтер.

В последующие десятилетия происходит бурный рост японской прессы, который был значительно замедлен в конце 20-х и в 30-е годы XX в., когда Япония вступила на путь фашизма и милитаризма. В это время над всеми газетами был установлен жесточайший правительственный контроль.

При японском кабинете министров было создано Информационное управление, которое по своим задачам и организационной структуре мало чем отличалось от геббельсовского министерства пропаганды в фашистской Германии. В стране начались репрессии против редакторов и издателей, неугодных правящим кругам, резко со-

кратилось количество периодических изданий, особенно в провинциях. (В 1937 г. в стране выходило 700 провинциальных газет, во время второй мировой войны их осталось лишь 55.)

После капитуляции Японии в августе 1945 г. в японской печати произошли большие изменения. Рост демократического движения в стране, все более увеличивающееся влияние коммунистической партии, впервые за время своего существования ставшей легальной, не могли не привести к серьезным изменениям в деятельности прессы, особенно в первые годы после войны.

Огромное влияние оказывала коммунистическая печать. Коммунистам удалось наладить выпуск многих газет и журналов в провинции, что оказало определенное влияние на общественную атмосферу в Японии, в течение многих лет отравлявшуюся шовинистическим угаром.

2 декабря 1945 г. оккупационные власти издали директиву о привлечении к ответственности военных преступников. В список военных преступников попали и четыре видных деятеля печати: глава одной из крупнейших газетных компаний «Иомиури симбунся» Сиорики Мацутаро, вице-президент другой не менее крупной компании «Асахи симбунся» Симомура Хиросима, президент агентства Домэй цусин Фуруно Иносукэ и руководитель Японской газетной ассоциации Токутоми Итиро. Было распущено агентство Домэй цусин за активное участие в пропаганде идей войны и фашизма, прекратила свое существование Японская газетная ассоциация, было упразднено Информационное управление при кабинете министров.

В 1946 г. был создан профсоюз работников печати и радио, где было очень сильно влияние компартии. Этот профсоюз входил во Всеяпонский конгресс производственных профсоюзов (Санбэцу) — наиболее прогрессивную организацию японских трудящихся, поддерживающую коммунистов.

Профсоюз работников печати и радио оказывал большое влияние на деятельность прессы, ставил своей целью добиться настоящей демократизации в области издательского дела. Особенно велико было влияние профсоюза среди сотрудников газеты «Иомиури хоти симбун», в прошлом самой реакционной газеты Японии. В первые годы после капитуляции Японии благодаря деятельности

профсоюза эта газета стала наиболее популярной из всех буржуазных газет. Однако оживление японской прессы длилось недолго.

Уже с середины 1946 г. штаб оккупационных войск начинает планомерное наступление на левую прессу. Был издан ряд директив, направленных на регламентацию деятельности японской прессы и в конечном итоге на превращение ее в подобие американской, что вполне соответствовало целям оккупационной политики, проводимой американскими властями в Японии. При штабе оккупационных войск был создан специальный цензурный отдел во главе с полковником Гувером, введена система предварительной цензуры, нарушение правил которой вело к самым строгим санкциям по отношению к соответствующим газетам и журналам.

Однако все эти меры не имели должного эффекта, борьба за демократизацию прессы, за подлинную свободу печати не прекращалась, и тогда для борьбы с прогрессивной печатью был применен старый, испытанный метод — метод насилия и репрессий.

Первой жертвой этого явилась газета «Иомиури хоти симбун» — наиболее прогрессивная буржуазная газета того времени. 12 июня 1946 г. шести ведущим редакторам газеты было предложено уйти в отставку. Профсоюз не согласился с этим увольнением, и тогда на помощь была призвана полиция. 21 июня полицейские ворвались в помещение редакции и типографии и расправились с наиболее прогрессивно настроенными сотрудниками. В ответ на это по инициативе профсоюза была объявлена забастовка с требованием восстановить на работе уволенных редакторов. Забастовщики забаррикадировались в типографии и оказали стойкое сопротивление осаждавшим их полицейским.

16 июля полиция и группа хулиганствующих молодчиков ворвались в типографию и изгнали забастовщиков.

После этих событий курс газеты резко изменился, она стала называться «Иомиури симбун» и превратилась в одну из наиболее реакционных газет страны, что вполне соответствовало прошлому этой газеты.

Следующий шаг по «усмирению» японской печати был сделан летом 1950 г. и был непосредственно связан с курсом оккупационных властей на ограничение деятельности коммунистической партии. В июле штаб генерала Макартура сделал серьезное предупреждение японским властям по поводу «засилья в японской прессе коммунистов». За этим последовали массовые увольнения из редакций газет, издательств, информационных агентств коммунистов и тех, кого власти подозревали в сочувствии коммунистам. Всего в Токио за один месяц было уволено 700 журналистов, в том числе из «Асахи симбун» — 104 человека, из «Майнити симбун» — 49 человек, из агентства Киодо цусин — 34 человека и т. д.

Эти увольнения почти повсеместно сопровождались приглашением на работу журналистов, которые в первые годы оккупации были отстранены от общественной и политической деятельности как военные преступники.

Особенно жестоким гонениям в этот период подвергалась коммунистическая партия и ее печать.

Запрещению подверглись также и массовые демократические издания, не имеющие отношения к КПЯ, в том числе такие популярные газеты и журналы, как «Бунка таймс», «Минсю нихон», «Дзию», «Нихон хиорон», «Тэнбо», «Сэкай хиорон», а многие из редакторов этих изданий были арестованы.

Всего было запрещено более 1700 газет.

В 1952 г. официально закончилась оккупация Японии. Однако подписание Сан-Францисского договора отнюдь не означало обретения страной национальной независимости, поэтому борьба за национальную независимость, борьба против американских военных баз, вольготно расположившихся на территории Японии, против американо-японского военного союза стала главным стержнем в общественной жизни страны и, естественно, получила широкий отклик на страницах японской прессы, и в первую очередь прогрессивной.

В борьбе с прогрессивными силами страны консолидировались и силы японской реакции, которые широко использовали буржуазную печать для пропаганды своих идей, что привело к установлению еще более тесных связей буржуазных газет с правительственными кругами. Однако борьба японского народа за свою независимость, за свои права не могла не оказать влияния и на некоторых журналистов из буржуазной прессы. Во время бурных событий июня — июля 1960 г., когда встал вопрос о насильственной ратификации японо-американского до-

говора, некоторые органы буржуазной прессы выступили в защиту демонстраций японского народа против правительства Киси, пытавшегося протащить через парламент пресловутый «договор безопасности». Американский журнал «Тайм» выразил недовольство по поводу «событий в Японии» (номер от 27 июня 1960 г.) и обвинил всю японскую прессу в потворстве «бунтовщикам» и в «постоянном критическом отношении к правительству». Это недовольство американских «хозяев» чрезвычайно напугало японское правительство и тесно связанных с ним руководителей буржуазной прессы. Началась тщательная чистка редакций газет от нежелательных элементов. Конфликты, которые возникали в связи с этим между владельцами газетных компаний и профсоюзами, были разрешены в пользу хозяев.

Срочно была созвана конференция издателей, провозгласившая «отказ от насилия и защиту парламентаризма», что явно означало осуждение ими массовых выступлений японского народа.

Замешательством среди руководителей буржуазной прессы немедленно воспользовались ультранационалистические силы, которые прибегли к излюбленному ими методу прямых репрессий по отношению к газетам и журналистам, позволившим себе неугодные им выступления. Так, было совершено покушение на президента прогрессивного издательства «Тюо корон» Симонака, совершено бандитское нападение молодчиков из террористической организации «Мацу иокай» на типографию газеты «Майнити симбун», которая опубликовала серию статей о сомнительных связях между правыми ультранационалистическими группами и известными политическими деятелями. Это привело к тому, что со страниц японской буржуазной прессы почти исчезли материалы с критикой в адрес правых реакционных деятелей.

Однако все это совсем не означает, что реакция восторжествовала. Демократическое движение среди работников прессы продолжает расти; по-прежнему большое влияние имеют профсоюзы работников газет и издательств. После подписания Сан-Францисского договора и отмены директив оккупационных властей распространяются в Японии успешно многие прогрессивные издания, ставящие своей целью борьбу за мирную, независимую, демократическую Японию.

В настоящее время в Японии издается 255 ежедневных газет общим разовым тиражом 37 млн. 139 тыс. экз. и 4132 журнала, общий годовой тираж которых равен 788 млн. экз., причем на долю еженедельных журналов приходится 41% всего тиража [1].

По насыщенности страны газетной и журнальной продукцией Япония занимает первое место среди стран Востока и одно из первых мест среди стран Европы и Америки. Одна газета приходится на двух человек и каждая семья выписывает приблизительно две газеты. Такому развитию прессы способствует сравнительно небольшая территория страны, высокий процент грамотности населения, отлично развитые полиграфическая техника, средства транспорта и связи.

Японские газеты делятся на общенациональные и префектуральные. Общенациональных газет в Японии — 19, кроме того, к ним можно отнести и 9 специализированных газет, выходящих в Токио. Тиражи газет, имеющих общенациональное распространение, составляют приблизительно половину тиража всех японских газет.

Большинство газетных и журнальных компаний Японии являются коммерческими предприятиями, что дает их хозяевам формальное право говорить о «независимости» своих печатных органов от партий и общественных организаций.

Открыто партийная печать не имеет широкого распространения в стране (исключение составляет лишь печать коммунистов). Так, газета социалистической партии Японии «Сякай симпо» выходит всего лишь три раза в месяц и имеет очень небольшой тираж, издания либерально-демократической партии вообще не поступают в продажу, а распространяются внутри партии по специальным спискам.

В отличие от европейских газет, японские газеты не имеют четкого разграничения на «массовые» газеты и «качественные». Газета в Японии в силу исторической традиции, о которой упоминалось выше, как бы объединяет в себе характерные особенности как «массовой», так и «качественной» печати.

---

[1] Сведения о тиражах японских газет и журналов взяты из справочника «Japanese Press», Tokio, 1961.

По объему японские газеты также отличаются от европейских и американских. Японская газета имеет в среднем 10—12 страниц. Газеты, выходящие в больших городах, выпускаются объемом около 20 страниц. Однако последнее время намечается тенденция к увеличению объема газет.

Несколько отличается от европейской и система распространения прессы. 94% японских газет распространяются по подписке и только 6% поступают в продажу.

Подпиской и продажей занимается целая сеть экспедиционных агентств, тесно связанных с газетными компаниями. Между экспедиционными агентствами каждого района существует жесточайшая конкуренция, ведущая к подкупам и взяткам. Война между агентствами была настолько ожесточенной, что в октябре 1960 г. этот вопрос рассматривался на съезде НСК (Нихон синбун киокай — Японская газетная ассоциация). Было внесено предложение об организации единой системы подписки для токийского района, где конкуренция наиболее сильна. Однако план этот не удалось провести в жизнь из-за противоречий, возникших между крупными газетными компаниями.

В течение многих лет доход от подписки был важнейшей статьей дохода японских газетных компаний, соответственно и конкуренция между газетами была сосредоточена в сфере продажи. Доход газет от подписки составлял 60% от общего дохода, а доход от рекламы — 40%. Однако последнее время совершенно отчетливо наблюдается тенденция увеличения доходов газет от рекламы — явный признак возрастания зависимости газет от монополистического капитала.

Заинтересованность газет в рекламе разжигается еще и тем, что у них появились очень сильные конкуренты— радио и телевидение. Если в 1951 г. газеты получали 74% годового дохода от всей рекламы, а на долю радио приходилось всего лишь 1,2%, то в 1960 г. газеты получили от рекламы только 39,3% годового дохода, на долю радио и телевидения пришлось 32,5%.

Разжигание борьбы за рекламу между прессой и радио помогает японскому монополистическому капиталу все более и более прибирать к рукам как газеты, так и радио, а в этих условиях разговоры о независимости прессы никого не могут убедить.

Бóльшая часть японской прессы находится под контролем трех крупнейших газетных компаний: «Асахи симбунся», «Майнити симбунся» и «Иомиури симбунся». О концентрации газетного дела в Японии можно судить хотя бы потому, что «большая тройка» держит в своих руках более половины всей периодики Японии, на долю ежедневных газет «большой тройки» приходится свыше 50% общенационального тиража.

Процесс концентрации прессы идет в Японии со все более нарастающей силой. Многие газеты, особенно префектуральные, не выдерживают конкуренции своих более предприимчивых коллег и вынуждены шаг за шагом сдавать свои позиции.

В 1959 г. «большая тройка» предприняла издания вариантов своих газет для самого северного острова страны — Хоккайдо. В этом предприятии «Асахи» первая применила микроволновые факсимиле и офсетную печать, в то время как две другие компании пользовались телетайпом. Это создало «Асахи» значительные преимущества в конкурентной борьбе, позволило увеличить тираж, так как новости из столицы появлялись на страницах газеты буквально через несколько десятков минут.

Но если «Иомиури» и «Майнити» могли выдержать эту конкуренцию, то местные хоккайдские издания оказались в чрезвычайно затруднительном положении из-за резкого падения их тиражей.

Стремясь выйти победителями из жесточайшей конкурентной борьбы, крупнейшие газетные концерны Японии и наиболее влиятельные газеты проводят особые коммерческие мероприятия, призванные дать высокие прибыли и увеличить популярность соответствующего издания.

Эта коммерческая деятельность газетных компаний получила названия спонсорства (от английского sponsor — поручитель, крестный отец).

Традиция спонсорства ведет свое начало в японской печати еще с 1911 г., когда на заре развития авиации «Асахи» пригласила в Японию американского авиатора Марса, а несколько позже Найлса и Смита.

За последние годы в связи с усиливающейся конкуренцией спонсорство в области печати приобретает все более широкий размах. Устройство всевозможных выставок, покровительство различным наиболее популярным

обществам, приглашение знаменитых зарубежных артистов — вот та область деятельности, которой энергично занимаются газетные компании и отдельные газеты. Так, «Асахи» верховодит в Комитете международного осакского музыкального фестиваля, покровительствует «Обществу борьбы против раковых заболеваний», принимает деятельное участие в работе Олимпийского комитета по проведению XVIII Олимпийских игр в Токио. «Асахи» была также инициатором приглашения в Японию группы Ленинградского балета и организатором гастрольной поездки МХАТа.

«Иомиури» щедро финансирует «Японское ракетное общество», ежегодные симпозиумы которого привлекают ученых многих стран мира.

Не отстают от них и другие газеты. Так, «Майнити» явилась организатором имевших большой успех в стране гастролей советских артистов Аллы Соленковой и Артура Эйзена. Газета «Санкэй симбун», учитывая огромный интерес японцев к полетам советских космонавтов, организовала богатую выставку достижений в освоении космоса.

* * *

Компания «*Асахи симбунся*» ведет свое начало с января 1879 г., когда в Осака вышел первый номер газеты «Асахи симбун». В 1888 г. издание газеты было налажено и в Токио.

В настоящее время компания располагает капиталом свыше 280 млн. иен. Хозяевами компании и главными держателями акций являются семьи Мураяма и Уэно. Первая имеет широкий круг связей в правительственных и деловых кругах, ее интересы тесно связаны с предприятиями химической промышленности. Тесные родственные отношения существуют у семьи Мураяма и с руководством «Японского банка».

Компания издает утренние и вечерние газеты в Токио, Осака, Кокура, Нагоя, Саппоро, единственную в Японии ежедневную вечернюю газету на английском языке «Асахи ивнинг ньюс», еженедельники «Сюкан асахи», «Асахи грэф», «Асахи спорт». Компании принадлежит большое количество ежемесячных журналов самого широкого диапазона, чрезвычайно влиятельный в Японии, выходящий 4 раза в год журнал «Джэпэн куотерли», посвященный проблемам современной Японии, и довольно значительное количество ежегодников.

Компания «*Майнити симбунся*» основана в 1872 г. в Токио, а с 1876 г. появилось ее осакское отделение. В настоящее время она является акционерным обществом, акции которого поделены между более чем десятью владельцами. Компания имеет тесные связи с «Ассоциацией экономических организаций», своеобразным «штабом» монополистического капитала, членами которой являются заправилы крупного японского бизнеса.

Компания имеет пять главных отделений в Токио, Осака, Нагоя, Модзи, Саппоро. Помимо утреннего и вечернего выпусков газеты «Майнити симбун», компания выпускает ежедневную газету на английском языке «Майнити дейли ньюс», несколько еженедельных и ежемесячных журналов, таких, как «Санди майнити», «Майнити графу», «Камеру Майнити» и различные статистические издания.

Компания «*Иомиури симбунся*» основана в Токио в 1874 г. Бóльшая часть акций компании находится в руках Мацутаро Сиорики — виднейшего деятеля либерально-демократической партии, члена парламента, главы комиссии по атомной энергии. Активная политическая деятельность не мешает Мацутаро заниматься и предпринимательской деятельностью — ему принадлежит японская телевизионная сеть. Компания, помимо ежедневных газет, выпускаемых через ее отделения в Токио, Осака и Саппоро, имеет ежедневную газету на английском языке, несколько еженедельников, большое количество ежемесячных журналов.

Кроме того, «Иомиури симбунся» фактически подчинила себе следующие газеты, которые юридически и являются самостоятельными: «Ниси нихон симбун», выходящую в Фукуока с 1877 г. и имеющую утренний и вечерний выпуски; «Хоккайдо симбун», издающуюся в Саппоро с 1942 г. утренним и вечерним выпусками с тиражом около 1,5 млн. экз.; газету «Осака симбун» — вечернюю газету, выходящую с 1922 г. тиражом 318 тыс. экз.; старейшую токийскую ежедневную газету «Хоти симбун»,

выходящую с 1871 г. утренним изданием, тиражом 444 тыс. экз. и некоторые другие.

* *
*

Япония — страна высокоразвитой полиграфической техники, крупные газеты ее располагают самым совершенным газетным оборудованием.

Революцию в японской полиграфии произвело введение идеографической телетайпной установки. Развитие в этой области долго задерживалось из-за сложности японской системы письма, которая состоит из 2 тыс. иероглифов и знаков, обозначающих слоги. Это было главной причиной того, почему телетайпные установки, примененные в Европе и США более 10 лет назад, не могли быть использованы в Японии.

В 1946 г. японское правительство приняло решение об ограничении количества иероглифов, используемых в газетах, до 1850 знаков.

Несколько лет спустя Японской газетной ассоциацией было принято решение об обязательном количестве колонок на газетной полосе (решено было иметь 15 столбцов) и стандартизации типов спецификаций.

Сложность шрифта и различные типы спецификаций были тормозом в механизации наборного процесса, и устранение этих препятствий вскоре привело к появлению ручных монотипов со шрифтом на японском языке.

Эти машины были улучшены и превращены с помощью перфорированной телеграфной ленты в автоматически действующие.

Благодаря достижениям научной и технической мысли в 1958 г. удалось создать идеографические телетайпы с более чем двумя тысячами ключей. Эти машины в настоящее время успешно используются японскими газетными компаниями для обмена информацией между основной редакцией и префектуральными филиалами ее. Это же достижение широко использует и информационное агентство Киодо цусин для связи с 26 газетами — своими клиентами.

Применение автоматических монотипных механизмов с перфорированной телеграфной лентой, несущей телетайпные послания, позволило автоматизировать передачу информации и даже наборный процесс, что повлекло за собой и существенные изменения в редакторском процессе.

Так, информация, переданная из провинциальных филиалов в столичные редакции, идет теперь прямо в наборные машины, минуя редактора. Он изучает и оценивает материал, читая набранный текст, выходящий непосредственно из телетайпного приемника, но не имеет возможности править или переписывать материал, как это было раньше. За этим последовали коренные изменения в составе префектуральных филиалов газет. Здесь нужно было иметь очень опытных репортеров, дающих только отличные материалы, не нуждающиеся в дополнительной правке.

В 1959 г. японская полиграфия обогатилась двумя новыми достижениями в газетной технике — были внедрены передача факсимиле на большие расстояния и печатание с помощью высокоскоростной офсетной ротации. Инициатором этих новшеств была одна из ведущих газет Японии — газета «Асахи».

Оба этих изобретения были применены в порядке эксперимента в США и Великобритании, но только в Японии они стали использоваться в повседневном газетном производстве.

Развитию японской печати в значительной степени благоприятствует более или менее благополучное состояние бумажной промышленности страны.

В 1960 г. Япония производила 732 тыс. тонн бумаги, встав, таким образом, в один ряд с самыми крупными в капиталистическом мире производителями газетной бумаги — Канадой, США и Великобританией, и заняла 4-е место после них, оттеснив Финляндию на 5-е место.

По сравнению с первым послевоенным годом производство бумаги увеличилось почти в 10 раз. Такое увеличение стало возможным благодаря применению новой техники ведущими бумажными фабриками страны. Эти технические усовершенствования добавили 240 тыс. тонн к бумажной производственной мощности Японии. К 1960 г. исчезла необходимость ввоза бумаги из США, небольшое количество бумаги даже было вывезено в Южную Корею и на Окинаву.

Однако из-за сравнительно высокой стоимости дре-

весины цена газетной бумаги высока — 157 долларов за тонну, что заставляет японские газетные компании расходовать на бумагу 30—40% бюджетных средств, идущих на производство газеты.

Если в период существования в стране бумажного голода власти имели возможность чинить препятствия деятельности прогрессивных изданий путем введения соответствующей системы распределения бумажных фондов, то теперь безотказно действует экономический фактор — дороговизна на бумажном рынке, в результате чего газеты и журналы, не пользующиеся поддержкой промышленных монополий, часто оказываются в весьма трудном финансовом положении.

* *
*

Наиболее крупной организацией прессы в стране можно считать *Японскую газетную ассоциацию* (Нихон симбун киокай), объединяющую 97 крупнейших газет, на долю которых приходится 97% тиража всех японских газет.

Нихон симбун киокай была организована в 1947 г. представителями влиятельных японских газет. Как было объявлено в «Канонах журнализма», принятых при создании ассоциации, в задачи Нихон симбун киокай входит «охрана интересов прессы и законов этики».

Согласно данным на январь 1961 г., в ассоциации было 132 коллективных члена, в том числе 94 ежедневные газеты, 7 еженедельных газет, 9 информационных агентств и 22 радио- и телевизионные фирмы.

Практически ассоциация охватывает всю прессу Японии, за исключением партийных органов и чисто коммерческих журналов.

Для ведения текущих дел ассоциации существует секретариат, возглавляемый генеральным секретарем Минору Иоката.

Секретариат выпускает следующие издания: 1. Ежегодник «Джэпэниз пресс» («Японская пресса») на английском языке. Издание предназначено для ознакомления иностранных читателей с японской прессой. Издается с 1949 г.

2. Ежегодник «Нихон симбун ненкан» («Японские газеты») на японском языке. Издание содержит сведения об основных тенденциях в развитии отечественной и зарубежной прессы, список компаний—членов НСК с подробной информацией о них, статистические данные, списки журналистов.

3. «Симбун кенкиу» («Изучение вопросов прессы») — ежемесячный журнал, посвященный вопросам изучения журналистики. Здесь помещаются статьи журналистов и студентов факультетов и отделений журналистики, исследующих теорию и практику печати. Издается на японском языке.

4. «Симбун киокай хо» («Вестник НСК») четырехполосное еженедельное таблоидное издание, посвященное новейшим достижениям в области газетного дела как в Японии, так и за границей, и повседневной деятельности НСК. Издание выходит тиражом в 100 тыс. экз. и широко распространяется не только среди профессиональных журналистов, но и среди широкого круга людей, интересующихся вопросами журналистики.

5. «Найгай симбун сирио» («Сборник газетных материалов по международным и внутренним проблемам») — бюллетень, содержащий доклады, материалы конференций и съездов НСК, данные о прессе за рубежом; бюллетень предназначен для членов НСК.

НСК также издает реферативные обзоры по юридическим вопросам, касающимся прессы, и учебные материалы для подготовки журналистов.

НСК занимается также вопросами повышения профессионального мастерства сотрудников газет, журналов, радио, телевидения, входящих в ассоциацию. Каждый год проводится не менее 5—6 семинаров для репортеров, печатников, сотрудников, занимающихся рекламой и т. д.

НСК — член Международной федерации газетных издателей. Около 60 членов НСК состоят членами Международного института прессы в Женеве.

Значительным влиянием среди журналистов пользуется и другая организация — *Конгресс японских журналистов*. Эта демократическая прогрессивная организация была основана в марте 1955 г. Ее предшественницей была основанная после второй мировой войны Федерация прогрессивных журналистов, которая была распущена

в 1948 г. вследствие репрессий, обрушившихся на прогрессивную печать и ее организации.

Первоначально задачи Конгресса японских журналистов были не слишком широкими; поводом для ее создания послужило приглашение МОЖ (Международная организация журналистов) принять участие в работе ее очередной сессии в Праге. Далее функции Конгресса расширились. Помимо установления более тесных контактов между демократическими журналистами, Конгресс поставил своей целью защиту прав японских журналистов. Прогрессивные, демократические взгляды этой организации особенно отчетливо проявились во время событий 1960 г., когда Конгресс принял активное участие в борьбе японского народа против посещения Японии Эйзенхауэром.

В настоящее время Конгресс объединяет свыше 1500 журналистов, работающих в редакциях 22 газет, журналов и радио.

Японские работники печати объединены в профсоюз, носящий название «Всеяпонская федерация работников печати» («Симбун рорэн»). В Японии, в отличие от США и многих европейских стран, профсоюзы газетчиков организованы на основе газетных и журнальных компаний и объединяют сотрудников редакций, административный и технический аппарат. «Всеяпонская федерация работников печати» входит в Генеральный Совет профсоюзов (СОХИО), насчитывающий в своих рядах 3 млн. 730 тыс. членов и являющийся ведущей силой профсоюзного движения Японии и наиболее последовательным защитником интересов трудящихся.

«Всеяпонская федерация работников печати» объединяет 67% общего числа рабочих и служащих японских газет и агентств печати и насчитывает в своих рядах 33 тыс. человек. Руководители газетных компаний Японии не раз с сожалением отмечали, что «Всеяпонская федерация работников печати» имеет тенденцию стать организацией с политической окраской.

Как показали события последних лет, это предположение полностью оправдывается. В июне 1960 г. члены федерации приняли непосредственное участие в мощных демонстрациях японского народа против пересмотра японо-американского договора безопасности.

* * *

Ведущими агентствами печати в Японии являются *Киодо цусин* и *Дзидзи пресс*. Кроме того, имеются три специализированных агентства: Радио пресс, «Азиатские новости» и «Советские новости».

По политической и идейной направленности японские агентства печати в большинстве своем являются защитниками интересов правительства и крупного монополистического капитала, проводниками американского влияния в стране. Они получают солидные правительственные субсидии и крупную финансовую помощь от США, поддерживают тесные связи с американскими агентствами печати.

Исключением является лишь агентство печати Джэпэн пресс сабису, образованное в 1957 г. на базе Общества по изучению международной обстановки (Кокусай дзидзио кэнкю кай), основанного в 1951 г. Сотрудничают в этом агентстве прогрессивные журналисты, потерявшие работу в крупных газетах и агентствах во времена «чистки», проходившей в Японии и лишившей работы многих прогрессивных журналистов.

Агентство издает еженедельный бюллетень «Джэпэн пресс» на английском и японском языках, посвященный событиям в стране и предназначенный для иностранного читателя.

На японцев рассчитано другое издание агентства — «Тюсо дзидзио» («Обстановка в КНР и в СССР»), содержащее политические и экономические статьи, перепечатанные из советской и китайской прессы и выходящее через день. По своему характеру и назначению к этому изданию близок еженедельник «Кокусай дзидзио» («Международная обстановка»), издающийся на японском языке.

Агентством издается также бюллетень «Эй-эй цусин» («Новости стран Азии, Африки и Латинской Америки»), использующий статьи из китайской, корейской, кубинской и советской прессы.

Агентство Джэпэн пресс сабису снабжает материалами лишь прогрессивные органы печати и демократические организации. Крупные буржуазные газеты и журналы услугами агентства не пользуются. Это является

одной из причин того тяжелого финансового положения, в котором в настоящее время находится агентство.

Агентства Киодо цусин и Дзидзи пресс возникли в октябре 1945 г., когда было распущено японское правительственное агентство Домей цусин, являвшееся проводником идей японского милитаризма и шовинизма.

В период создания этих двух агентств было достигнуто негласное соглашение о «разделении труда» между ними. Имелось в виду, что Киодо цусин будет снабжать информацией газеты, радио- и телевизионные компании, а Дзидзи пресс должно специализироваться на экономической и торговой информации, поставлять соответствующие материалы правительственным агентствам и фирмам.

Однако в последующие годы это соглашение было нарушено, и оба агентства стали решительно вторгаться в сферы, соглашением для них не предназначенные, и с каждым годом конкуренция между Киодо цусин и Дзидзи пресс становится все более интенсивной.

Киодо цусин («Объединенное телеграфное агентство») представляет собой кооперативную организацию, членами-пайщиками которой состоят крупные японские газетные концерны, владельцы ведущих буржуазных газет, радио и телевидения. Пайщиками Киодо цусин являются 81 газета и Японская радиокорпорация.

Киодо цусин обслуживает также 29 частных радио- и телевизионных фирм и некоторые газетные компании, не являющиеся его членами-пайщиками.

«Асахи», «Майнити» и «Иомиури» пользуются только международной информацией Киодо цусин.

За рубежом Киодо цусин имеет 12 корпунктов, в том числе в таких городах, как Вашингтон, Лондон, Москва. Агентством подписаны соглашения об обмене информацией с такими иностранными агентствами, как Ассошиэйтед Пресс, Юнайтед Пресс Интернейшнл, Рейтер, ТАСС и др.

Кроме того, Киодо цусин получает информацию от агентства Синьхуа, Юнайтед Стейтс Информейшн Сервис, Лондон Пресс Сервис и Индиан Информейшн Сервис.

Ведущая контора Киодо цусин находится в Токио, 50 отделений агентства разбросано по всей стране. Главные отделы находятся в Саппоро, Сендаи, Нагоя, Осака, Окаяма и в Фукуока.

Новости, поступающие из-за границы, принимаются мощной станцией, расположенной в Нода (префектура Тиба). «Киодо» в свою очередь также посылает за границу свою информацию. Материалы на английском языке посылаются ежедневно в страны Юго-Восточной Азии, Европы и в США. Японские тексты, воспроизведенные латинским шрифтом и катаканой, идут в страны, где выходят газеты на японском языке. Киодо цусин снабжает также иностранные газеты и агентства еженедельными сводками и выпускает специальный бюллетень на английском языке для английских газет, выходящих в Японии, и для иностранных корреспондентов в Токио.

Кроме того, Киодо цусин выпускает книги «Мир за год», «Япония за год» и три раза в неделю бюллетень «Новости мира».

Широким распространением в стране и за рубежом пользуются фотовыпуски «Киодо».

Киодо цусин располагает прекрасной техникой передачи. В последние годы здесь успешно применяются идеографические телетайпы и первоклассная радиотелевизионная передаточная линия.

По своей структуре Дзидзи пресс представляет собой так называемое товарищество с ограниченной ответственностью, его акции распределены между 922 служащими агентства (всего в Дзидзи пресс работают 1200 человек).

Дзидзи пресс ежедневно издает 20 бюллетеней (9 на английском языке и 11 на японском языке).

Услугами агентства пользуются 11 влиятельных ежедневных газет.

Дзидзи пресс имеет договоры с агентствами Рейтер, Юнайтед Пресс Интернейшнл, Франс Пресс и некоторыми другими.

Техническая оснащенность Дзидзи пресс также чрезвычайно высока.

Дзидзи пресс имеет 13 корреспондентских пунктов за рубежом (Гонконг, Бангкок, Дели, Бонн, Париж, Лондон, Вашингтон, Нью-Йорк и др.).

Ежедневно Дзидзи пресс выпускает бюллетень новостей на японском языке, который с помощью радиофаксимиле передается из главной токийской конторы

агентства в зарубежные столицы, главным образом для сотрудников японских посольств, корреспондентов японских газет и торговых представительств.

Материалы на английском языке передаются в Европу и Северную Америку. Для Азии новости передаются в течение двух часов в день с помощью системы Морзе.

Сведения экономического и торгового характера агентство передает своим клиентам по телефону с помощью двусторонней ультракоротковолновой системы или с помощью радиофаксимиле.

Дзидзи пресс издает всевозможные книги и брошюры. Среди них такие издания, как «Домашний доктор», выходящий тиражом в 1 млн. экз., «Дзидзи пресс за год», «Руководство по торговле» на английском языке и др.

С 1954 г. агентство начало выпускать еженедельник «Сюкан дзидзи».

ОСНОВНЫЕ БУРЖУАЗНЫЕ ГАЗЕТЫ И ЖУРНАЛЫ ЯПОНИИ

«Асахи симбун» («Утро») — ведущая, наиболее влиятельная японская буржуазная газета. Издается компанией «Асахи симбунся». «Асахи симбун» начала выходить в Осака в январе 1879 г. В 1881 г. владельцем газеты стал Р. Мураяма, которому удалось в довольно короткий срок резко повысить тираж газеты и усилить ее влияние.

Причиной все возрастающей популярности газеты было отчасти то, что Мураяма сумел удачно сочетать в своем издании черты как «массовой», так и «качественной» печати. В 1888 г. Мураяма купил ежедневную токийскую газету «Медзамаси симбун». Вскоре эта газета стала называться «Токио асахи симбун», а осакская «Асахи» стала филиалом ее. Это был первый газетный филиал в Японии, после чего ведущие газеты страны немедленно последовали примеру «Асахи» и начали создавать филиалы своих газет в различных провинциальных центрах.

«Асахи» является пионером и в техническом совершенствовании газетного дела. Именно в ее типографиях был применен впервые ротационный пресс.

В 1936 г. газета была награждена «Газетной премией», которая считается одной из самых высоких наград

в мировой прессе. Учреждена эта премия университетом Миссури.

Говоря об основном принципе, которым руководствуется компания при издании газеты, президент «Асахи симбунся» Мураяма определил его как «нейтралитет во внутриполитической борьбе». В отличие от других японских буржуазных газет тон «Асахи симбун» более спокоен и пристоен даже тогда, когда речь заходит об очень щекотливых для японской буржуазии вопросах современности.

Своим либерализмом в политических оценках, своей выраженной, правда, в очень мягкой форме, критикой в адрес правительства и США газета завоевала себе репутацию наиболее «левой» и наиболее «респектабельной» среди буржуазных газет страны.

Стремясь сохранить за собой эту репутацию, «Асахи симбун» старается не допускать резких выпадов в отношении СССР и стран социалистического лагеря, не позволяет себе клеветнических выступлений по адресу коммунистической партии Японии.

Газета кичится своей солидностью и «объективностью», которая выражается в том, что на ее страницах можно встретить достаточно трезвую и наиболее достоверную информацию. Достоверность информации и проверка фактов достигается с помощью хорошо поставленного отдела справок, располагающего обширным досье.

«Асахи симбун» ориентируется на более подготовленного, «интеллектуального» читателя. Она не пользуется крикливыми шапками и сенсационными заголовками.

Газета имеет собственных корреспондентов в Вашингтоне, Лондоне, Нью-Йорке, Париже, Бонне, Москве, Каире, Дели, Бангкоке, имеет договора с крупнейшими агентствами печати мира, с газетами «Таймс», «Нью-Йорк таймс», «Монд», «Обсервер».

«Асахи симбун» выходит утренним и вечерним выпусками в Токио, Осака, Нагоя, Кокура, Саппоро. Общий тираж утреннего выпуска равен 3,8 млн. экз., вечернего — 2,5 млн. экз.

«Токио асахи симбун», в частности, имеет утренний выпуск в 1,6 млн. экз., вечерний — 1,3 млн. экз.; тираж

утреннего выпуска «Осака асахи симбун» — 1,2 млн. экз., вечернего — 700 тыс. экз.

Как указывалось выше, президентом компании и владельцем газеты «Асахи симбун» является крупный деятель японского бизнеса Нагатаки Мураяма. Женившись в 1933 г. на дочери основателя и президента компании «Асахи симбунся» Р. Мураяма, он взял имя тестя и после его смерти стал президентом компании и владельцем газеты.

Директором токийской редакции является Т. Кимура, осакской — Д. Синдо.

«Асахи симбун» выходит на 16 полосах обычного формата, воскресное издание достигает 20 страниц.

«Асахи ивнинг ньюс» («Вечерние новости») — вечерняя газета, издаваемая компанией «Асахи симбунся» на английском языке. Выходит в Токио с 1954 г.

Директор газеты — Н. Мураяма, президент компании «Асахи симбунся». Газета пользуется информацией агентств Ассошиэйтед Пресс, Юнайтед Пресс Интернейшнл, Рейтер и др. Тираж ее — 36 тыс. экз.

«Майнити симбун» («Ежедневная газета») — вторая ведущая буржуазная газета Японии. Была основана в Токио в 1872 г.

До 1945 г. «Майнити симбун» была одним из самых реакционных органов печати. После капитуляции Японии газета несколько умерила свой националистический пыл. Однако даже серьезные уроки, извлеченные страной из второй мировой войны, не привели к изменению курса газеты. Это отчасти объясняется и тем, что основной костяк журналистских кадров газеты состоит из старых газетчиков, чьи общественно-политические взгляды сложились еще до войны.

Газета не скрывает своих симпатий к императорской фамилии, пропагандирует идеи национализма; несомненна близость газеты к либерально-демократической партии. На «Майнити симбун» оказывают прямое влияние воротилы японского монополистического капитала из Ассоциации экономических организаций.

Газета издается акционерным обществом «Майнити симбунся», президентом которого является Иэда Тосио — старейший сотрудник газеты, начавший свою работу в отделе Восточной Азии еще в 1928 г. В настоящее время он тесно связан с министерством иностранных дел

Японии, где подвизается в роли советника по составлению дипломатических документов; Тосио одновременно является и профессором Токийского университета.

«Майнити симбун» имеет собственных корреспондентов в таких городах, как Вашингтон, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Бонн, Москва, Дели, Гонконг, а также на Кипре. Имеет договор об обмене информацией с крупнейшими телеграфными агентствами мира.

«Майнити» выходит утренним и вечерним выпусками в Токио, Осака, Модзи, Нагоя и Саппоро.

Общий тираж утреннего выпуска ее равен 3,5 млн. экз., вечернего — 2,2 млн. экз.

Главным редактором «Майнити» является старейший сотрудник газеты Кудо Синитиро. С 1929 г. он работал в газете в отделе стран Европы и Америки, был корреспондентом в Лос-Анжелосе, Бангкоке и в Лондоне. В 1944 г. он стал заведующим этим отделом, а в 1951 г. был назначен главным редактором; с 1952 г. он — редактор и английского издания «Майнити».

Директором токийской редакции «Майнити симбун» является Г. Ураками, осакской — Е. Сайто.

Выходит «Майнити симбун» на 12 полосах.

«Майнити дейли ньюс» («Ежедневные новости») — английский вариант газеты «Майнити симбун», выходит с 1922 г. в Токио и Осака. Раньше газета называлась «Инглиш майнити». При создании газеты было объявлено, что данное издание должно быть «своеобразным интеллектуальным мостом между иностранными державами и Японией». Читателями газеты являются в основном японская интеллигенция и иностранцы, проживающие в стране.

«Иомиури симбун» (буквальный перевод: «читать и продавать») — еще одна крупнейшая газета Японии, издаваемая газетным концерном «Иомиури симбунся».

«Иомиури симбун» была основана в Токио в 1874 г. В первые же годы своего существования это издание приобрело присущие только ему черты, которые впоследствии и определили специфику и особенности «Иомиури симбун», которая шире, чем другие газеты, применяла японскую азбуку «кану», что одно только значительно расширяло круг читателей и делало газету более демократичной.

В 1929 г. начальник токийской полиции Сиорики Ма-

цутаро приобрел эту газету. Он стремился сделать на этом выгодный бизнес. «Мы служим читателям», — вот девиз, с которым Сиорики пустился в газетное предпринимательство. «Служение» читателю привело к тому, что газета постепенно стала бульварной, сенсационной, а в годы господства военщины превратилась в одну из самых реакционных газет.

После окончания второй мировой войны Сиорики вынужден был на некоторое время отойти от издательских дел, поскольку попал в список лиц, подлежащих «чистке» за причастность к военным преступлениям. В течение 1945—1950 гг. газетой и всей компанией в целом руководил Цунего Баба. Однако после восстановления Сиорики в правах он снова возвращается к газетной деятельности.

«Иомиури» отличается широко представленными на ее страницах репортажами, спортивной хроникой, развлекательными материалами, такими, например, как шутки в картинках.

Газета имеет хорошо информированный отдел науки, материалы которого пользуются большой популярностью, радиостраницу, богатый спортотдел. Традицией газеты стало приглашение в Токио ведущих спортсменов мира, организация интересных спортивных встреч.

«Иомиури» ориентируется на мелкую и среднюю городскую буржуазию. В политике она является сторонницей проамериканского курса; правда, открыто об этом «Иомиури» не заявляет, боясь, видимо, утратить симпатии некоторой части своих читателей. Однако завуалированную проамериканскую ориентацию нетрудно обнаружить при внимательном анализе материалов газеты.

Газета имеет собственных корреспондентов в Париже, Бонне, Риме, Москве, Нью-Йорке, Вашингтоне, Сан-Франциско, Гонолулу, Лос-Анжелосе, Дели и Бейруте.

«Иомиури» имеет договоры с крупнейшими агентствами печати мира — Ассошиэйтед Пресс, Франс Пресс и др., с газетами и журналами «Экономист», «Юнайтед Стейтс ньюс энд Уорлд рипорт», «Дейли мейл», «Нью-Йорк геральд трибюн», «Ди вельт» и др.

«Иомиури симбун» имеет утренний и вечерний выпуски и выходит в Токио, Осака и Саппоро. Кроме того,

имеется токийский выпуск на английском языке, выходящий с 1955 г.

Общий тираж утреннего выпуска газеты по городам равен 3,6 млн. экз., вечернего — 1,5 млн. экз. Главным редактором газеты и вице-президентом всей компании является Такахаси, директором токийской редакции — Ф. Кодзима, который одновременно является и директором промышленной компании «Иомиури». Главный редактор осакской редакции — С. Миура, редакции в Саппоро — И. Мори. «Иомиури симбун» выходит на 8 полосах утром и 4 полосах вечером.

«Нихон кейдзай симбун» («Японская экономическая газета») — ведущая экономическая газета Японии, издающаяся в Токио. «Нихон кейдзай симбун» является прямым потомком первой экономической японской газеты «Тюгай букка симпо», основанной в 1876 г. бароном Такаси Масуда, сыгравшего большую роль в развитии внешней торговли Японии. Задачей своего издания Такаси Масуда считал информирование деловых кругов страны о положении в зарубежной и отечественной экономике и торговле. Газета имела успех и в июле 1885 г. превратилась из еженедельного в ежедневное издание.

В 1889 г. «Тюгай букка симпо» была переименована в «Тюгай сиогио симпо» («Торговля у нас и за границей») и приобрела обычный газетный вид и размер. Несколько расширен был объем и характер информации. Здесь наряду с финансовой и экономической информацией появилась информация политическая и «светская».

К 1911 г. газета перестала существовать как частное предприятие, и управление ее делами перешло в руки «Тюгай сиогио компани». Это значительно увеличило капитал газеты.

В 1924 г. уже имелось вечернее издание газеты, а вскоре появился и ее осакский филиал, издававший газету «Осака тюгай симпо».

«Тюгай сиогио симпо» значительно увеличила свой объем, количество страниц в утреннем издании выросло до 12, а в вечернем — до 4. Была приобретена новая типографская техника.

Жесточайшие цензурные ограничения и нехватка бумаги во время второй мировой войны сказались на деятельности газеты. Количество страниц было сокращено до двух, а в 1942 г. «Тюгай сиогио симпо» слилась с га-

зетами «Никкан когио симбун» и «Кейдзай дзидзи симпо» и с 1 ноября 1942 г. стала выходить под названием «Нихон сангио кейдзай» («Промышленность и экономика Японии»).

В это же время после 18 лет существования был закрыт осакский филиал газеты и прекратила свое существование «Осака тюгай симпо».

Несколько позднее «Нихон сангио кейдзай» поглотила «Когио нитинити симбун», «Тоа когио симбун», «Какаку когио симбун» и еще три более мелкие газеты.

В июне 1946 г. газета получает свое современное название — «Нихон кейдзай симбун».

К 1949 г. ее тираж достиг 500 тыс. экз., и она стала самой крупной экономической газетой в стране.

В настоящее время тираж ее равен 900 тыс. экз. Газета издается одноименной компанией, во главе которой стоит Иородзу Наодзи, который работает в газете еще с 20-х годов. Одновременно он является председателем комитета бумажных фондов Японской газетной ассоциации и директором Генерального контрольного совета лесных ресурсов.

«Нихон кейдзай симбун» находится под сильным влиянием Федерации экономических организаций Японии, выражает интересы торгово-промышленных и финансовых кругов страны, выступает от имени крупных предпринимателей, обычно игнорируя интересы мелких и средних.

«Нихон кейдзай симбун» специализируется на освещении торгово-промышленных и финансовых вопросов, особое внимание уделяет проблемам внешней торговли.

Собственные корреспонденты газеты имеют корпункты в Нью-Йорке, Лондоне, Париже, Бонне, Дели и Гонконге.

«Нихон кейдзай симбун» издается утром и вечером и имеет отделения в Токио и Осака.

«Санкэй симбун» («Промышленно-экономическая газета») — крупнейшая экономическая общенациональная газета. Выходит в Токио и Осака с 1933 г. Издает газету акционерная компания «Сангио кейдзай симбунся», располагающая капиталом в 1 млрд. иен. Главным держателем акций является семья бывшего президента компании Хисанари Маэда.

Компания тесно связана с банками «Фудзи», «Мицубиси», «Санва», «Мицуи», «Дайва» и др. В настоящее время президентом компании является Сигэо Мидзуно, бывший член Коммунистической партии Японии, дезертировавший из нее после ареста в 1940 г.

Эта газета по своему характеру несколько отличается от других торгово-промышленных газет страны: около 60% информации в номере отдано общественно-политическим сообщениям.

За последнее время произошли существенные изменения и в политическом курсе газеты, явная антисоветская направленность сменилась более объективным отношением к СССР и странам социалистического лагеря. Направление газеты характеризуется как направление «прогрессивного консерватизма».

«Санкэй симбун» имеет своих корреспондентов в Вашингтоне, Нью-Йорке, Лондоне, Москве, Лос-Анжелосе, Гонолулу и Париже.

Тираж утреннего выпуска (осакского и токийского) равен 1,9 млн. экз., вечернего — 900 тыс. экз.

«Джэпэн таймс» («Японское время») — самая крупная газета в Японии на английском языке. Издается с 22 марта 1897 г. В 1918 г. произошло слияние «Джэпэн таймс» и «Джэпэн мейл», и газета стала называться «Джэпэн таймс энд мейл». В 1940 г. «Джэпэн таймс» поглотила выходившую в Японии американскую газету «Джэпэн адвертайзер» и английскую газету «Джэпэн кроникл». С 1943 по 1953 г. «Джэпэн таймс» называлась «Ниппон таймс». Газета издается одноименной компанией, которая одновременно выпускает журнал «Джэпэн джорнэл оф файненс энд коммерс» и издание справочного характера для иностранцев «Директери оф форин резидентс».

«Джэпэн таймс» выходит ежедневно утром в Токио несколькими выпусками для Японии и заграницы. Тираж ее — около 100 тыс. экз. Газета поддерживает тесные связи и имеет договоры с ведущими телеграфными агентствами мира.

Главным редактором «Джэпэн таймс» является К. Харасави.

«Джэпэн таймс» фактически является полуофициальным органом японского Министерства иностранных дел, придерживающимся проамериканского курса, враждебно

настроенным по отношению к СССР и странам социалистического лагеря.

«Токио симбун» («Токийская газета») была основана в 1942 г. Эйсуко Фукуда, впоследствии внесенным в список военных преступников. Появление «Токио симбун» явилось результатом слияния трех известных в то время газет: «Мияко симбун» («Столичная газета»), «Кокумин симбун» («Народная газета»), «Коннити симбун» («Дневная газета»). В настоящее время владельцем газеты является сын Эйсуко Фукуда Киосукэ Фукуда.

«Токио симбун» — ежедневная газета, выходящая утром (тираж 650 тыс. экз.) и вечером (тираж 660 тыс. экз.).

Газета имеет корреспондентские пункты в Нью-Йорке, Вашингтоне, Бонне, поддерживает связи и имеет договоры с крупнейшими телеграфными агентствами мира.

«Токио симбун» — наиболее информированная газета по вопросам политического положения в стране. Газета связана с наиболее реакционными кругами и отчасти с японским Министерством иностранных дел. Большинство материалов газеты пронизано враждебным духом по отношению к странам социализма.

Правда, на страницах газеты иногда появляются материалы, критикующие правительство. Но такие материалы, как правило, написаны с правых, националистических позиций. Не будет преувеличением утверждать, что из крупных японских газет «Токио симбун» — наиболее реакционная.

Из местных японских газет наиболее крупными являются:

«Тюбу Ниппон симбун» («Японская газета р-на Тюбу») издается в г. Нагоя одноименной компанией, возглавляемой Р. Кояма. Газета основана в 1942 г., когда были объединены «Синайти симбун» и «Нагоя симбун».

«Тюбу Ниппон симбун» имеет утренний (тираж 1,1 млн. экз.) и вечерний (тираж 800 тыс. экз.) выпуски.

Иностранные корреспонденты газеты работают в Вашингтоне, Нью-Йорке, Лондоне, Берлине, Париже, Бейруте, Москве, Дели, Гонконге и других городах. «Тюбу Ниппон симбун» имеет договоры с крупнейшими телеграфными агентствами мира.

«Хоккайдо симбун» («Хоккайдская газета») основана в 1942 г. после слияния почти всех газет острова Хоккайдо. Издается в Саппоро одноименной компанией, возглавляемой И. Накано. Выходит утром и вечером общим тиражом 1,5 млн. экз. Редактором и главным обозревателем газеты является Дж. Секигути.

Собственные корреспонденты газеты есть в Вашингтоне и Лондоне. Газета имеет договоры с крупнейшими телеграфными агентствами мира.

«Ниси нихон симбун» («Западная японская газета») — старейшая японская префектуральная газета, основанная в 1877 г. В 1943 г. произошло усиление газеты за счет слияния ее с несколькими префектуральными газетами Западной Японии.

«Ниси нихон симбун» выходит в г. Фукуока утром и вечером общим разовым тиражом около 1 млн. экз.

Газета издается одноименной компанией, во главе которой стоит Д. Хиронака, редактором газеты является К. Отабэ.

Газета имеет собственных корреспондентов в Лондоне, Вашингтоне, Нью-Йорке, Берлине, Москве, Каире, Дели и Гонконге, поддерживает связь со многими телеграфными агентствами мира.

Компании «Хоккайдо симбунся» и «Ниси нихон симбунся» находятся в большой экономической зависимости от компании «Иомиури симбунся» и хотя формально эти компании и их газеты считаются самостоятельными, эта самостоятельность с каждым днем становится все более относительной.

В Японии издается 1650 общих и 2500 специализированных журналов общим тиражом 788 млн. экз. в год. Наиболее крупными из них являются следующие:

«Тюо корон» — («Центральное обозрение») — общественно-политический журнал прогрессивного направления. На страницах его можно встретить материалы, объективно оценивающие положение в странах социалистического лагеря, критикующие проамериканские тенденции в политике японского правительства. Выходит в Токио раз в месяц с августа 1887 г., тиражом в 150 тыс. экз. Один из самых старых журналов в Японии.

«Сэкей» («Мир») — ежемесячный общественно-политический журнал, прогрессивный по своему направлению. Выступает за идею мирного сосуществования двух лагерей, ратует за установление нормальных дипломатических и экономических отношений с СССР и КНР,

критикует внешнюю политику США. Выходит с января 1946 г. тиражом в 100 тыс. экз.

«Бунгэй сюндзю» («Литературное обозрение») — самый распространенный ежемесячный литературный журнал, выходящий тиражом 650—700 тыс. экз. в Токио. В оценках как политических, так и литературных событий всегда подчеркивает свой нейтралитет.

«Тойо кэйдзай симпо» («Восточный экономист») — ежемесячный финансово-экономический журнал, основан в ноябре 1895 г. Тираж 80 тыс. экз. По своему направлению консервативен, защищает интересы крупной японской буржуазии.

«Ориэнтал экономист» («Восточный экономист») — ежемесячный журнал на английском языке, посвящен вопросам экономики и статистики. Издается в Токио, основан в 1934 г.

«Даямондо» («Алмаз») — экономический еженедельник, выходящий в Токио и Осака с мая 1913 г. По своему направлению — это консервативный журнал, пропагандирующий политику проамерикански настроенных кругов крупной японской буржуазии. Тираж 80 тыс. экз.

«Син сюкан» («Новый еженедельник») — общественно-политический журнал. Выходит с 1 мая 1961 г., является органом японских профсоюзов, издается на средства Генерального Совета профсоюзов Японии (СОХИО). Газета «Джэпэн таймс» назвала «Син сюкан» «новым оружием левых».

* * *

Для печати Японии характерно сравнительно небольшое число крупных газетных объединений, в руках которых концентрируется львиная доля всех тиражей газет и журналов. «Большая тройка» фактически держит в своих руках всю остальную прессу страны.

В период своего создания в конце XIX века крупнейшие газетные монополии возникли как хотя и коммерческие, но все-таки чисто издательские предприятия, не связанные с промышленным и торговым капиталом.

В дальнейшем наметилась тенденция проникновения в газетные компании промышленного капитала. Особенно заметное развитие приобрела эта тенденция в послевоенные годы.

Это обстоятельство все больше приводит к тому, что

хваленая «объективность» и «трезвость» ведущих газет Японии, их полемика и критика по сути дела являются не чем иным, как отражением той закулисной борьбы, которая идет между отдельными группами японского монополистического капитала.

Японская буржуазная печать, как и печать других буржуазных стран, являясь типичным капиталистическим предпринимательством, широко используется крупной японской буржуазией как орудие для формирования общественного мнения в том виде, в каком это выгодно финансово-промышленным магнатам страны.

В этой борьбе за умы людей буржуазной прессе противостоит японская демократическая печать, которая, несмотря на большие трудности, на всем протяжении своей деятельности являлась орудием борьбы за подлинные интересы своего народа.

БИБЛИОГРАФИЯ

ОСНОВНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ ПО ЗАРУБЕЖНОЙ ПЕЧАТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 10 ЛЕТ (1954—1963 гг.)

В список библиографии по зарубежной печати вошли книги, изданные за последние 10 лет, и статьи, опубликованные за этот период в периодической печати, в частности, в журналах, посвященных вопросам печати («Демократический журналист», «Советская печать»), а также в общественно-политических журналах («Проблемы мира и социализма», «Международная жизнь», «За рубежом», «Новое время», «Азия и Африка сегодня» и др.).

Список этот далеко не полон. В него включены работы главным образом исследовательского и справочного характера.

В библиографии статей в периодической печати о зарубежной прессе выделено несколько общих рубрик, и затем материал располагается по странам (в алфавитном порядке), а внутри каждой страны — по алфавиту авторов статей.

ПРОИЗВЕДЕНИЯ КЛАССИКОВ МАРКСИЗМА-ЛЕНИНИЗМА

Маркс К. и Энгельс Ф. О печати. Сборник. Изд-во ВПШ и АОН, М., 1963, 388 стр.

Ленин В. И. О печати. Сборник. Госполитиздат, М., 1959, 774 стр.

РАБОТЫ И СТАТЬИ О ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ К. МАРКСА И Ф. ЭНГЕЛЬСА

Гуревич С. М. «Новая Рейнская газета» — предшественница печати нового типа. Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. истор. наук. М., 1955, 16 стр.

Гуревич С. М. «Новая Рейнская газета» К. Маркса и Ф. Энгельса. Госполитиздат, М., 1958, 192 стр.

Гуревич С. М. О корреспондентах «Новой Рейнской газеты». В сб.: «Вопросы журналистики». Изд-во МГУ, 1959, стр. 357—374.

Гуревич С. М. О репрессиях против «Новой Рейнской газеты». В кн.: «Вопросы журналистики». Межвузовский сборник, вып. II, кн. 2, стр. 99—103.

Меринг Ф. «Рейнская газета». В кн.: «К. Маркс и Ф. Энгельс — создатели научного коммунизма». М., 1960, стр. 28—47.

Овчаров А. Журналистская деятельность Карла Маркса в 50-е годы XIX в. (К. Маркс — корреспондент газеты «Нью-Йоркская трибуна», 1851—1862 гг.). Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. истор. наук. М., 1954, 16 стр.

ОТДЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ ПО ЗАРУБЕЖНОЙ ПЕЧАТИ

В едином строю. (Газеты братских партий на страницах «Правды»). «Правда», М., 1962, 447 стр.

Засурский Я. Н. История зарубежной коммунистической и рабочей печати. Метод. указания для студентов-заочников V курса фак. и отд. журналистики ун-тов, изд. 2. М., 1960, 13 стр.

Засурский Я. Программа по истории зарубежной коммунистической и рабочей печати. (1918—1959 гг.). Для фак. журналистики и отд. филол. фак. гос. ун-тов. Изд-во МГУ, 1960, 34 стр.

«Из истории зарубежной печати». Сб. статей под ред. Я. Н. Засурского. Изд. ф-та журналистики МГУ, 1958, 196 стр.

Копелев Л. Методическое письмо по курсу «История зарубежной коммунистической и рабочей печати» для студентов V курса. Моск. заочный полиграфический ин-т, 1957, 35 стр.

Немиров В. Газета «За прочный мир, за народную демократию» в борьбе за развитие движения сторонников мира (1947—1955 гг.). Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. истор. наук. М., 1956, 16 стр.

«Печать зарубежных стран» (Западная Европа, Америка, Австралия). Справочник, под редакцией Н. Т. Пальгунова и М. А. Харламова. Редактор-составитель Я. Н. Засурский. Госполитиздат, М., 1962, 416 стр.

Спиру Б. Отравители. (К истории развития современной буржуазной журналистики). Изд-во ИМО, М., 1962, 336 стр.

Толкунов Л. Н. Печать европейских стран народной демократии. Изд-во ВПШ и АОН, М., 1959, 88 стр.

Факторович Д. Е. и Мицкевич Б. П. История печати зарубежных коммунистических и рабочих партий. Учебн. пособие. Изд-во Белорус. гос. ун-та. Минск, 1960, 96 стр.

Бельгия

Волков А. И. Печать Бельгии. Лекция для студентов-заочников ф-та журналистики МГУ. Изд-во МГУ, 1961, 38 стр.

Великобритания

Матвеев В. А. Империя Флит-стрит. (Современная пресса Англии). Госполитиздат, М., 1961. 303 стр.

Тодд Джудит. Большой обман. (Печать, радио, кино, телевидение и реклама в Англии на службе монополий). ИЛ, М., 1962, 152 стр.

Иран

Наваи А. Борьба газеты «Рахбар», органа Народной партии Ирана за интересы народных масс. Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. истор. наук. Баку, 1962, 20 стр.

Канада

Живейнов Н. И. Современная пресса Канады. Госполитиздат, М., 1959, 208 стр.

Монгольская Народная Республика

Заятуев Г. Н. Первые газеты революционной Монголии. Улан-Удэ, 1962, 55 стр.

Заятуев Г. Н. Печать монгольской революции (1920—1923 гг.). Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. истор. наук. М., 1963, 18 стр.

Румыния

Сизоненко А. И. Очерк истории коммунистической печати Румынии, ч. I. Изд-во МГУ, 1961, 75 стр.

Сизоненко А. И. Очерки коммунистической печати Румынии (1931—1937 гг.). Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. истор. наук. М., 1962, 16 стр.

Сизоненко А. И. Печать Румынской Народной Республики. Изд-во МГУ, 1959, 19 стр.

США

Живейнов Н. И. Капиталистическая пресса США. Госполитиздат, М., 1956, 408 стр.

Макаров В. Американская печать на службе Уолл-стрита. «Знание», М., 1953, 48 стр.

Марион Джордж. Остановите печать! ИЛ, М., 1954, 253 стр.

Немировский Е. Л. Джунгли книжной Америки. Госполитиздат, М., 1959, 87 стр.

Норт Джозеф. Нет чужих среди людей. ИЛ, М., 1959, 352 стр.

Финляндия

Карху Э. Из истории финляндской литературы и журналистики 40-х годов XIX в. Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филолог. наук. Петрозаводск, 1956, 21 стр.

Франция

Видясова Л. М. Современная французская печать. Изд-во МГУ, 1963, 36 стр.

Якимович Т. К. Сатирическая пресса французской республиканской демократии (1830—1835 гг.) Изд-во Киевского ун-та, 1961, 183 стр.

Чехословакия

Пронин П. И. Коммунистическая печать Чехословакии. Лекция для студентов фак. и отд. журналистики гос. ун-тов. Изд-во МГУ, 1963, 47 стр.

СТАТЬИ В ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

Печать социалистических стран, коммунистическая и рабочая печать в капиталистических странах

Огурцов С. Могучее оружие коммунистических и рабочих партий. «Сов. печать», 1962, № 11, стр. 53—55.

Пронин П. К сердцам миллионов. [Печать социалистических стран и обществ дружбы с СССР]. «Сов. печать», 1963, № 5, стр. 54—56.

Сагал Г. Аккредитованы в Москве. [О работе журналистов из стран народной демократии]. «Сов. печать», 1961, № 5, стр. 51—54.

Ткаченко А. Славен труд человеческий. [О газетах братских стран]. «Сов. печать», 1963, № 9, стр. 52—54.

Толкунов Л. Народная трибуна. «Сов. печать», 1959, № 5, стр. 53—56.

Буржуазная печать Западной Европы и Америки

Андрие Рене. Власть денег и сила правды. [О современном положении прессы на Западе]. «Правда», 5 мая 1960 г.

Вишневский С. Идеи коммунизма не знают преград. [Буржуазная пресса о XXII съезде КПСС]. «Сов. печать», 1961, № 11, стр. 50—53.

Заславский Д. Ложь и клевета — орудие империалистической пропаганды. «В помощь политическому самообразованию», 1959, № 1, стр. 55—62.

Леонтьев Б. Фабрика лжи. «Сов. печать», 1957, № 10, стр. 58—61.

Марион Джордж. От почтового голубя к полицейскому «голубчику». (Краткий обзор истории международных агентств). «Дем. журналист», 1955, № 6—7, стр. 7—9.

Матвеев В. Газетные спруты. [К характеристике буржуазной прессы]. «Сов. печать», 1961, № 5, стр. 59—60.

М. С. Не умеют читать, не хотят видеть. [Клеветнические выпады буржуазной прессы против коммунистического движения]. «Новое время», 1961, № 38, стр. 7.

Надеждин Ю. Кухня «холодной войны». [О прессе НАТО]. «Сов. печать», 1961, № 3, стр. 53—58.

Полянов Н. Время и дела. (Западная пресса о проекте Программы КПСС). «Сов. печать», 1961, № 10, стр. 23—25.

Рубинский Ю. Буржуазная печать Западной Европы и «общий рынок». «Мировая экономика и международные отношения», 1957, № 2, стр. 131—135.

Хойвел Герри ван дер. У «истоков» информации. «За рубежом», 1963, № 24, стр. 22.

Печать стран Азии

Виттачи Т. Грядущая газетная революция. «За рубежом», 1963, № 9, стр. 23.

Краус Г. У коллег в юго-восточной Азии. «Дем. журналист», 1958, № 10, стр. 8—9.

Молчанов В. Информационные агентства Азии. «Международная жизнь», 1963, № 6, стр. 140—141.

Немер Нассиб. Насущные вопросы печати в арабских странах. «Дем. журналист», 1955, № 4, стр. 5—6.

Плышевский И. В странах Арабского Востока. «Сов. печать», 1958, № 6, стр. 54—56.

Печать стран Африки

Беглов С. Газеты и газетчики Африки. «За рубежом», 1962, № 4, стр. 24—25.

Беглов С. Говорит Африка! [Заметки о печати Африки]. «Сов. печать», 1962, № 4, стр. 59—60.

Вместе с народом. История и развитие африканской прессы. «Дем. журналист», 1962, № 10, стр. 14—15.

Ефремов А. Голос Африки. «Сов. печать», 1961, № 8, стр. 55—56.

Информационные агентства Африки. «Международная жизнь», 1963, № 2, стр. 149—150.

Молчанов В. Пресса пробудившегося континента. «За рубежом», 1961, № 38, стр. 24—25.

Нкрума Кваме. Печать — оружие освобождения. [Речь на второй конференции Всеафриканского союза журналистов]. «За рубежом», 1963, № 47, стр. 27.

Первая конференция журналистов стран Африки. «Дем. журналист», 1961, № 5, стр. 102.

Совещание африканских журналистов в Бамако. [Проблемы печати и информации в Африке]. «Дем. журналист», 1961, № 6—7, стр. 127—137.

Уоддис Джек. Три журнала. [О журналах «Спарк» в Гане, «Спирхед» в Танганьике, «Революсьон африкэн» в Алжире]. «Дем. журналист», 1963, № 8, стр. 20—21.

Печать стран Латинской Америки

Буркгардт Г. У коллег в Латинской Америке. «Дем. журналист», 1960, № 1, стр. 11—13.

Делано Луис Энрико. Печать в Латинской Америке. «Дем. журналист», 1956, № 3, стр. 4—6.

Краминов Д. Встречи в Южной Америке. «Сов. печать», 1958, № 7, стр. 50—53.

Меспле Ж. А. Заметки о латиноамериканской прессе. «Дем. журналист», 1963, № 8, стр. 16—18.

Островский В. В редакциях Южной Америки. [О влиянии американской пропаганды на печать]. «Лит. газета», 6 мая 1958 г.

Отдельные страны

Австралия

Газета-юбиляр. [«Трибюн»]. «За рубежом», 1963, № 27, стр. 26.

Касаткина Л. М. Роль коммунистической прессы в формировании послевоенной прогрессивной австралийской литературы. В сб.: «Из истории зарубежной печати». Изд. ф-та журналистики МГУ, 1958, стр. 95—132.

Кларк Дункан. Политика делается на Флиндерс-стрит. «Дем. журналист», 1963, № 3, стр. 9—10.

Маевский В. У австралийских журналистов. «Сов. печать», 1960, № 2, стр. 52—54.

Носов Ф. Печать Австралии. «Сов. печать», 1956, № 10, стр. 47—51.

Поляновский М. Неутомимый ветеран. [О журналисте Г. Бэрчетте]. «Труд», 5 мая 1961 г.

Австрия

А. П. Странная независимость венской газеты. [О газете «Прессе»]. «Новое время», 1958, № 20, стр. 19.

Глаубауф Ф. Война газет в Австрии. «Дем. журналист», 1958, № 5, стр. 6—7.

Подключников М. Очередное жульничество. [О мнимой «независимости» австрийских газет]. «Сов. печать», 1958, № 4, стр. 56.

Рупор трудовой Австрии. [Репортаж о работе газеты «Фольксштимме]. «За рубежом», 1962, № 18, стр. 6.

Хиндельс Йозеф. Маркс и коммерческая печать. «За рубежом», 1961, № 31, стр. 22—23.

Цуккер-Шиллинг Э. Крах австрийского газетного лорда. [Об издательском концерне Мольдена]. «Новое время», 1962, № 10, стр. 15.

Цуккер-Шиллинг Эрвин. Американизация печати в Австрии. «Сов. печать», 1957, № 3, стр. 52—53.

Штробль Ф. «Вег унд циль» — боевой помощник австрийских коммунистов. «Проблемы мира и социализма», 1959, № 9, стр. 88—90.

Алжир

Алжирский журналист — жертва военного террора. [Об Анри Аллеге]. «Дем. журналист», 1957, № 8, стр. 6—7.

Аллег Анри. Алжир и свобода печати. «Сов. печать», 1962, № 7, стр. 56—57.

Аллег Анри. Новая пресса независимого Алжира. «Дем. журналист», 1963, № 7, стр. 3—4.

Аллег Анри. Свободному Алжиру — свободную печать. «Дем. журналист», 1962, № 6—7, стр. 3.

«Аль-Муджахид». «За рубежом», 1962, № 26, стр. 25.

В. Е. Белые столбцы на страницах алжирских газет. «Дем. журналист», 1955, № 8, стр. 7—9.

Герэн Аллен. Анри Аллег. [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Сов. печать», 1960, № 5, стр. 55—56.

Демченко П. «Аль-Хуррия» — значит «Свобода». «Сов. печать», 1962, № 11, стр. 57.

Ефремов А. Анри Аллег на свободе. «Сов. печать», 1962, № 2, стр. 54—55.

Ильин Д. Газета патриотов Алжира. [«Аль-Муджахид»]. «Сов. печать», 1958, № 6, стр. 56.

Ланда Р. «Аль-Муджахид». «Новое время», 1961, № 27, стр. 30—31.

Салах Ахмед. Как французские колонизаторы расправились со свободой печати в Алжире. «Сов. печать», 1957, № 1, стр. 51—52.

Сражающийся Алжир и печать. «Дем. журналист», 1959, № 2, стр. 4.

Федосеев Г. Наш друг. [Об Анри Аллеге]. «Сов. печать», 1962, № 6, стр. 55—56.

Шемла Тедди. Дело газеты «Альже репюбликен». «Дем. журналист», 1955, № 11, стр. 9.

Аргентина

Альберди Паулино Гонзалес. Положение печати в Аргентине. «Дем. журналист», 1957, № 12, стр. 6—8.

Гладкий В. Б. Коммунистическая пресса Аргентины в борьбе за новый, демократический курс страны (1955—1959 гг.). «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1960, № 6, стр. 47—57.

Журнал для интеллигенции. [К 10-летию коммунистического журнала «Куадернос де культура»]. «Проблемы мира и социализма», 1960, № 11, стр. 81—82.

«Кларин». «За рубежом», 1961, № 41, стр. 25.

Римак С. Теоретический журнал аргентинских коммунистов. [К 10-летию журнала «Нуэва эра»]. «Проблемы мира и социализма», 1959, № 4, стр. 85—87.

«Хувентуд». «За рубежом», 1961, № 45, стр. 25.

Чичков В. Аргентинские встречи. «Сов. печать», 1956, № 8, стр. 46—47.

Афганистан

Арунова М. А. Журнал «Афганистан». [Об органе исторического общества Афганистана]. «Проблемы востоковедения», 1960, № 4, стр. 224—225.

Ганковский Ю. В. Заметки о журнале «Афганистан» в 1957 году. «Сов. востоковедение», 1958, № 4, стр. 199—200.

Маевский В. Встречи в Кабуле. «Сов. печать», 1958, № 2, стр. 55—57.

Бельгия

Волков А. И. Газета бельгийских коммунистов «Драпо руж» в борьбе за единство действий трудящихся в период подъема рабочего движения (1960—1961 гг.). «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1963, № 3, стр. 57—65.

Жоа Пьер. Пресса в Бельгии. «Дем. журналист», 1961, № 2, стр. 29—30.

Концентрация бельгийской печати. «Дем. журналист», 1960, № 1, стр. 16.

Бирма

В. В., Вадарев Н. Краткий обзор нового бирманского общественно-политического журнала «Нью Бирма уикли». «Проблемы востоковедения», 1959, № 2, стр. 230.

Пастухов Н. Наши бирманские коллеги. «Сов. печать», 1955, № 2, стр. 52—53.

Болгария

Боков Г. Боевые традиции. [К 60-летию газеты «Работническо дело»]. «Сов. печать», 1957, № 8, стр. 51—53.

Боков Г. Наша путеводная звезда. [О ленинских принципах журналистики в практике болгарских газет]. «Сов. печать», 1960, № 4, стр. 57—59.

Бочаров Д. Боевой орган болгарских коммунистов. [О журнале «Ново време»]. «Коммунист», 1961, № 4, стр. 112—118.

Владимирская В. И. Освещение работы X съезда РКП(б) в коммунистической печати Болгарии. «Вестн. Моск. ун-та», сер. IX, история, № 4, стр. 36—48.

Георгиев Ангел. Творческая работа Союза болгарских журналистов. «Сов. печать», 1958, № 12, стр. 49—51.

Гешаков Васил. Развивая боевые традиции. [О газете «Работническо дело»]. «Сов. печать», 1958, № 5, стр. 53—55.

Крыстев Ал. Заводская газета — помощник партийной организации. «За прочный мир, за народную демократию», 6 августа 1954 г.

Морозов К. В гостях у болгарских журналистов. «Сов. печать», 1957, № 9, стр. 45—48.

Нейков Стоян. Справочник болгарской периодической печати. «Сов. печать», 1963, № 6, стр. 55—56.

Новый журнал Болгарской коммунистической партии. [Обзор 1-го номера журнала «Партиен живот»]. «Партийная жизнь», 1957, № 21, стр. 47—48.

Петков К. Плоды дружбы. [Опыт сотрудничества болгарской и советской газет]. «Сов. печать», 1962, № 11, стр. 58—59.

Сагал Г. «Вас вызывает София». [О московском корреспонденте газеты «Отечествен фронт» В. Осиковски]. «Сов. печать», 1963, № 6, стр. 54—55.

Станчев Стефан. Работа редакции с корреспондентами. «Дем. журналист», 1955, № 4, стр. 6—7.

Станчев Стефан. Подготовка журналистов в Болгарии. «Дем. журналист», 1955, № 8, стр. 9—10.

Станчев С. Любимая газета. [О газете «Работническо дело»]. «Сов. печать», 1962, № 4, стр. 57—58.

Бразилия

Во власти капитала. [Об экономическом давлении на журналы Бразилии»]. «Дем. журналист», 1963, № 1, стр. 6.

Галин Ю., Озноблышев М. Пресса Бразилии. «За рубежом», 1962, № 2, стр. 24.

Гимараиш Жозуэ. «Аженсиа насионал». «За рубежом», 1961, № 52, стр. 25.

Ежедневная печать в Бразилии. «Дем. журналист», 1955, № 5, стр. 11.

Меспле Ж. А. Обзор мировой печати. Бразилия. «Дем. журналист», 1956, № 5, стр. 6—8.

Меспле Ж. А. Единственный верный путь. [О положении и задачах печати]. «Дем. журналист», 1961, № 5, стр. 102—104.

Меспле Ж. А. Курс на прогресс и единство. «Дем. журналист», 1961, № 11—12, стр. 246—247.

Памяти Нестора Морейро. «Дем. журналист», 1954, № 8, стр. 5.

Похвалин В. И. Краткий обзор бразильской печати. «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1963, № 3, стр. 66—72.

Чичков В. «Преступление» и наказание. [Поход бразильской реакции против печати]. «Сов. печать», 1956, № 10, стр. 46.

Великобритания

Алешин А. Журнал английских коммунистов о единстве рабочего движения. [Обзор журнала «Лейбор мансли»]. «Коммунист», 1957, № 5, стр. 112—117.

Байкова А. Н. Из истории английской коммунистической прессы. «Новая и новейшая история», 1961, № 5, стр. 157—162.

Байкова А. Новый журнал английской компартии. [Обзор журнала «Марксизм тудэй»]. «Новый мир», 1958, № 9, стр. 267—270.

Бельская А. Разговор на Фаррингтон-роуд. [О газете «Дейли уоркер»]. «Новое время», 1961, № 42, стр. 25—26.

Беляев К. В зеркале сатиры. [О газете «Дейли экспресс»]. «За рубежом», 1962, № 5, стр. 30.

Беляев К. Тенета Флит-стрит. «За рубежом», 1961, № 25, стр. 24.

Викентьев Н. Газеты Англии. «Сов. печать», 1956, № 4, стр. 40—42.

Виленский М. Фрэнк Браун, известный вам как «Экклс». [О карикатуристе газеты «Дейли уоркер»]. «Сов. печать», 1961, № 8, стр. 60.

Вишневецкий К. Фальшивые уроки «Таймс». «За рубежом», 1962, № 36, стр. 18.

Давыдов И. Буря на Флит-стрит. [«К полемике в «Таймс» о

правах буржуазной прессы]. «Сов. печать», 1958, № 3, стр. 53—54.

Ильин Б. На газетном кладбище. «За рубежом», 1961, № 52, стр. 25.

Искусство оформления газеты. «Дейли уоркер» получила первую премию. «Сов. печать», 1957, № 3, стр. 56.

Как долго продержится «независимая»? [О газете «Манчестер индепендент»]. «За рубежом», 1961, № 11, стр. 23.

Кирван Л. Война газетных королей. «Дем. журналист», 1961, № 4, стр. 80—83.

Лаврентьев Е. Семейная критика «газетного лорда». [О взглядах С. Кинга на роль и значение прессы]. «Сов. печать», 1963, № 9, стр. 59—60.

Лилли Вирджилио. Голос прошедших времен. [О влиянии газеты «Таймс» за пределами Англии]. «За рубежом», 1963, № 5, стр. 23.

Лосева Н. Лошади и тиражи. [О конкурентной борьбе на Флит-стрите]. «Сов. печать», 1958, № 5, стр. 59—60.

Лосева Н. Под властью газетных магнатов. «Сов. печать», 1961, № 1, стр. 57—58.

Лосева Н. Скандальный сговор на Флит-стрит. [К закрытию газет «Ньюс кроникл» и «Стар»]. «Сов. печать», 1960, № 12, стр. 53—54.

Мадзоевский С. «Нью стейтсмен» и борьба народов Черной Африки за независимость. «Проблемы востоковедения», 1959, № 4, стр. 131—135.

Мадзоевский С. «Таймс» в политической жизни Англии. «Международная жизнь», 1956, № 6, стр. 147—151.

Матвеев В. Английская печать сегодня. «Международная жизнь», 1960, № 8, стр. 94—102.

Матвеев В. Сенсации — всю жизнь! [О газете «Дейли экспресс»]. «Сов. печать», 1961, № 9, стр. 57—58.

Мэттьюз Джордж. Короли прессы против свободы прессы. «За рубежом», 1961, № 12, стр. 23—24.

Мэттьюз Джордж. Почему не пригласили одного редактора. «Сов. печать», 1960, № 10, стр. 56—57.

Недела И. Неурядицы на Флит-стрит. «Дем. журналист», 1957, № 6—7, стр. 4.

Ольгин И. Два «С». (Нравы буржуазной прессы). «Сов. печать», 1963, № 8, стр. 59—60.

Оплот Сесиля Кинга. «За рубежом», 1961, № 6, стр. 25.

«Панч». «За рубежом», 1961, № 13, стр. 24.

Пархитько В. Одна — против Флит-стрит. [О газете «Дейли уоркер»]. «Сов. печать», 1963, № 4, стр. 59—60.

Праздник «Дейли уоркер». «Дем. журналист», 1963, № 4, стр. 14.

Прокопьев В. У микрофона — английские монополии. «Сов. печать», 1963, № 5, стр. 60—61.

Ротштейн Андре. Монополии поглощают английскую прессу. «Дем. журналист», 1957, № 6—7, стр. 5.

«Санди ситизен». «За рубежом», 1963, № 1, стр. 23.

Седин Л. Кризис на Флит-стрите. «Новое время», 1957, № 27, стр. 26—29.

Синфильд Джордж. «Дейли уоркер» — газета рабочего класса. «Проблемы мира и социализма», 1961, № 1, стр. 59—60.

Слоун Пэт. Даже м-р Кинг недоволен. «Дем. журналист», 1963, № 3, стр. 8.

Смолл Розмери. Что читают английские женщины? [О журналах для женщин]. «Сов. женщина», 1960, № 12, стр. 30—31.

Создание в Англии Генерального совета печати. «Дем. журналист», 1954, № 9, стр. 5—6.

Стейн Филипп. Завоеватель английской прессы. [О Рое Томсоне]. «За рубежом», 1961, № 6, стр. 25.

Стуруа М. В поисках полумер. [О газете «Таймс»]. «За рубежом», 1961, № 2, стр. 11.

«Таймс». «За рубежом», 1961, № 2, стр. 28.

«Таймс» об английской печати. «Дем. журналист», 1955, № 8, стр. 12.

Тулов В. Славный юбилей. [К 30-летию выхода газеты «Дейли уоркер»]. «Сов. печать», 1959, № 12, стр. 101—102.

Улаги Кола. Магнаты печати против свободы печати. «Проблемы мира и социализма», 1961, № 8, стр. 84—87.

Флит-стрит попадает в штопор. «За рубежом», 1961, № 22, стр. 24.

Хатт Аллен. Искусство оформления газеты. («Дейли уоркер» получила первый приз за верстку). «Сов. печать», 1957, № 5, стр. 74—76.

Хатт Аллен. Растущая монополизация английской прессы. «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1961, № 3, стр. 68—72.

Холмс Уолтер. «Записная книжка рабочего». [О постоянной рубрике в газете «Дейли уоркер»]. «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1960, № 6, стр. 65—66.

Шеффер Гордон. Рабочая печать в Англии. «Дем. журналист», 1959, № 1, стр. 7—9.

Венгрия

Вадас Ференц. Обзор мировой печати. Венгрия. «Дем. журналист», 1956, № 6, стр. 10—11.

Гомбо Пал. «Хетфен хирек» выходит в понедельник. «Сов. печать», 1961, № 7, стр. 58—59.

Йене Санто. Давайте знакомиться! [О газете «Непсабадшаг»]. «Сов. печать», 1961, № 9, стр. 52—53.

Киш Чаба. Служение народу. [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ Арпаду Сакашичу]. «Сов. печать», 1960, № 1, стр. 61—62.

Миляев А. В братской стране. «Сов печать», 1959, № 1, стр. 50—52.

Надь Я. «Таршадалми семле» — идеологическое оружие венгерских коммунистов. «Проблемы мира и социализма», 1960, № 1, стр. 89—92.

Пронин П. У венгерских коллег. «Сов. печать», 1959, № 5, стр. 60—61.

Арпад Сакашич. [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Дем. журналист», 1960, № 2, стр. 6.

Шиклоши Норберт. Боевые задачи венгерских журналистов. «Дем. журналист», 1958, № 6, стр. 7—8.

Шиклоши Норберт. Плечом к плечу с друзьями. [О работе венгерского Союза журналистов]. «Сов. печать», 1961, № 4, стр. 54—55.

Шиклоши Норберт. Традиция и современность. [К истории венгерской печати]. «Сов. печать», 1963, № 10, стр. 51—53.

Венесуэла

Бастидас Аристиддес. В стране кровавой диктатуры. «Дем. журналист», 1962, № 4—5, стр. 26.

Вилья Артуро. Свободу Хосе Абреу! [О главном редакторе газеты «Трибуна популяр»]. «Дем. журналист», 1963, № 6, стр. 12.

Ефремов А. Эктор Мухика. [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Сов. печать», 1962, № 10, стр. 56—57.

Журналисты обвиняют. [Протесты журналистов против репрессий правительства Бетанкура]. «Дем. журналист», 1962, № 10, стр. 16—17.

Журналисты требуют от правительства свободы печати. «Дем. журналист», 1961, № 6—7, стр. 139—140.

Ильин Б. На газетном кладбище. «За рубежом», 1961, № 52, стр. 25.

Инквизиторы бесчинствуют на земле Венесуэлы. «Дем. журналист», 1963, № 8, стр. 18—20.

Мухика Гектор. Печать Венесуэлы. «Дем. журналист», 1963, № 4, стр. 8.

ДРВ

Баев А. Вьетнамские впечатления. «Сов. печать», 1959, № 2, стр. 49—52.

Меленевская М. Ханой! Он рядом. [Заметки о дружбе двух газет: «Московской правды» и «Тудо Ханой»]. «Сов. печать», 1961, № 7, стр. 49—50.

Фам Ван Хао. Свобода печати в Северном и Южном Вьетнаме. «Дем. журналист», 1958, № 9, стр. 8.

Хоанг Тунг. Вьетнамская печать сегодня. «Сов. печать», 1956, № 9, стр. 38—39.

Южный Вьетнам

Донг Чао. Сайгонские новеллы. [Положение журналистов в Южном Вьетнаме]. «Дем. журналист», 1963, № 2, стр. 4—5.

Ксуан Тху. К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Сов. печать», 1960, № 7, стр. 53—54.

Ле Кгань Кан. Преследования журналистов и печати в Южном Вьетнаме. «Дем. журналист», 1957, № 3, стр. 6—7.

Ле Тронг Ким. Патриоты не сдадутся! [Подавление свободы печати]. «Сов. печать», 1963, № 6, стр. 56.

Фам Ван Хао. Свобода печати в Северном и Южном Вьетнаме. «Дем. журналист», 1958, № 9, стр. 8.

Гана

«Ганиэн». «За рубежом», 1961, № 35, стр. 25.

«Ганиэн таймс». «За рубежом», 1961, № 15, стр. 23.

Орестов О. Прощание с прошлым, взгляд в будущее... [О молодых журналистах Ганы]. «Сов. печать», 1961, № 8, стр. 57—59.

Пархитько В. Большое событие в жизни Томаса Баффо. [О главном редакторе «Ганиэн таймс»]. «Сов. печать», 1962, № 5, стр. 60.

Гватемала

«Авторитетная» ложь. [О так называемой «серьезной» прессе Гватемалы]. «За рубежом», 1963, № 14, стр. 23.

Десять лет свободной гватемальской печати. «Дем. журналист», 1955, № 2, стр. 6—7.

Гвиана Британская

Джаган Жанет. «Свободная» пресса. «Дем. журналист», 1963, № 1, стр. 7—8.

За независимую национальную печать. «Дем. журналист», 1961, № 2, стр. 41—42.

«Сандер». «За рубежом», 1961, № 45, стр. 25.

Гвинея

Валиев С. «Либертэ» разоблачает врагов единства. [Об органе гвинейской демократической партии]. «Современный Восток», 1959, № 3, стр. 28.

Орестов О. Первые газеты Гвинейской республики. «Сов. печать», 1959, № 7, стр. 57—58.

Шульц Л., Клиндера О. Национальная школа журналистов в Конакри. «Дем. журналист», 1961, № 5, стр. 100—102.

ГДР

Альбрехт К. Георг Краус. [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Сов. печать», 1962, № 5, стр. 61—62.

Бекасов Д. Перелистывая записную книжку. [О встречах с журналистами ГДР]. «Сов. печать», 1960, № 7, стр. 55—56.

Бём Гейнц. «Фрейхейт» и ее корреспонденты. «Сов. печать», 1959, № 10, стр. 53—54.

Будзиславский Г. Первый факультет журналистики в ГДР. «Дем. журналист», 1961, № 6—7, стр. 142—145.

Васильев С. А. Газета «Нейес Дейчланд» в борьбе за демократические преобразования в Германии в 1946—1949 гг. В сб.: «Из истории зарубежной печати», изд. ф-та журналистики МГУ, 1958, стр. 49—94.

Вецель Руди. Подготовка новых журналистских кадров в Германской Демократической Республике. «Дем. журналист», 1954, № 10, стр. 6—7.

Востросаблина С. Информационные агентства: Альгемайнер Дейчер Нахрихтендинст (АДН); Дейче Прессе-Агентур (ДПА). «Международная жизнь», 1963, № 8, стр. 174—175.

Журналу «Нейче дейче прессе»— 10 лет. «Сов. печать», 1957, № 7, стр. 49.

Краус Г. О журналистском мастерстве. «Сов. печать», 1959, № 2, стр. 54—55.

Мюллер Вернер. Следуя ленинским принципам печати. (Из опыта работы газеты «Нейес Дейчланд»). «Сов. печать», 1960, № 10, стр. 54—55.

Рейтер Э. Читательские дискуссии — важная форма деятельности социалистической печати. [О газете «Нейес Дейчланд»]. «Проблемы мира и социализма», 1963, № 5, стр. 66—69.

Рожновский С. В. Дискуссия о социалистическом реализме в печати ГДР (1945—1960 гг.) «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1963, № 5, стр. 59—71.

Чубинский В. В. Журнал «Нейе дейче прессе» о печати Западной Германии и Западного Берлина. В сб. статей кафедры журналистики Ленинградской высшей партийной школы, вып. II, Л., 1961, стр. 219—235.

Эйнигер Гельмут. Положение печати в Западной Германии и в ГДР. «Дем. журналист», 1955, № 2, стр. 4—5.

Яблоков М. У полиграфистов ГДР. «Сов. печать», 1961, № 12, стр. 57—58.

Западный Берлин

Владимиров А. По стопам гитлеровцев. «Сов. печать», 1960, № 12, стр. 54.

Зигмунд Г. Как западноберлинские газеты запугивают своих читателей. «Дем. журналист», 1959, № 1, стр. 2—3.

Краус Георг. Маски сорваны. [О журналистах-нацистах в западногерманской и западноберлинской печати]. «Сов. печать», 1962, № 6, стр. 59.

Рыцари фашистского ордена. [О журналистах — бывших фашистах]. «Дем. журналист», 1962, № 1, стр. 8—9.

Серов Вл. Провокаторы из «Риас». «Сов. печать», 1957, № 4, стр. 56.

Эшоннек Э. В шпионских джунглях Западного Берлина. [О деятельности РИАС и РСБ]. «Сов. печать», 1962, № 10, стр. 59.

Абош Гейнц. Газеты, шоры и ошейник. «За рубежом», 1962, № 1, стр. 25.

Альбрехт Курт. Печать под властью Аденауэра. «Сов. печать», 1959, № 4, стр. 57.

Аппетиты и страсти Акселя Шпрингера. «Дем. журналист», 1960, № 3—4, стр. 14.

Афонин М. И косметика не поможет. «Сов. печать», 1961, № 4, стр. 60—61.

Безыменский Л. Дело журнала «Шпигель». «Новое время», 1962, № 46, стр. 17—18.

«Бильд-цейтунг». «За рубежом», 1963, № 14, стр. 23.

Боннские гестаповцы. [О деле «Шпигеля»]. «Дем. журналист», 1963, № 1, стр. 4—5.

Вальбаум О. По страницам журнала «Виссен унд тат». [О теоретическом органе КПГ]. «Проблемы мира и социализма», 1959, № 5, стр. 90—92.

Вейганд Вальтер. Газеты-подстрекатели. [О газетах «Бильд-цейтунг» и «Вельт»]. «За рубежом», 1961, № 46, стр. 25.

Венер Вольфганг. За кулисами политики. [Дело «Шпигеля»]. «За рубежом», 1963, № 1, стр. 13.

Вильчински Клаус. Бандитское гнездо на Фридрихштрассе. «За рубежом», 1962, № 29, стр. 25.

Винклер Курт. Голос правды не заглушить. [О нелегальной прессе КПГ]. «За рубежом», 1962, № 10, стр. 24—25.

Волевич И. Яд в пестрых обложках. [К характеристике западногерманской прессы. Материалы Ин-та общественных наук при СЕПГ]. «Наука и жизнь», 1961, № 9, стр. 99—102.

В «свободном» мире. [Произвол газетного магната Шпрингера в отношении сатирического журнала «Пардон», выступившего с его критикой]. «Дем. журналист», 1962, № 10, стр. 16.

Востросаблина С. Информационные агентства: Альгемайнер Дейчер Нахрихтендинст (АДН); Дейче Прессе-Агентур (ДПА). «Международная жизнь», 1963, № 8, стр. 174—175.

Голос с того света. [О газете «Дейче зольдатенцейтунг»]. «Новое время», 1962, № 4, стр. 19.

Давыдов И. Дело «Шпигеля». «Сов. печать», 1962, № 12, стр. 55—57.

Давыдов И. «Штюрмер» католиков. [О газете «Нейе бильдпост»]. «Сов. печать», 1960, № 7, стр. 59.

Дворжачек Зденек. Эсесовцы и западногерманская печать. «Дем. журналист», 1957, № 6—7, стр. 2—3.

«Дер шпигель». «За рубежом», 1961, № 37, стр. 25.

«Ди вельт». «За рубежом», 1961, № 5, стр. 24.

Заводские газеты в Западной Германии. «Сов. печать», 1956, № 7, стр. 47—48.

За кулисами одного процесса. [Дело «Шпигеля»]. «Дем. журналист», 1955, № 10, стр. 11.

Зеккбахер Петер. Западногерманская печать и политика НАТО. «Дем. журналист», 1957, № 8, стр. 14—16.

Зеккбахер Петер. Нацистские журналисты опять на сцене. «Дем. журналист», 1957, № 9, стр. 7—8.

Кайт Л. Кого реабилитирует «Шпигель»? «Международная жизнь», 1960, № 2, стр. 108—113.

Киппинг Франц. Зажим оппозиционной публицистики в Западной Германии. «Дем. журналист», 1961, № 5, стр. 107—108.

Киппинг Франц. Концентрация прессы в ФРГ. «Дем. журналист», 1962, № 6—7, стр. 5—7.

Кожевников О. Как это было. (Рассказ о полицейской расправе над журналом «Шпигель»). «За рубежом», 1962, № 46, стр. 24—25.

Кожевников О. Нечего на «Шпигель» пенять... «За рубежом», 1962, № 44, стр. 9.

Короли прессы. «Дем. журналист», 1963, № 4, стр. 10.

Костон Анри. Тресты прессы и пресса трестов. («Прогресс в тисках капитала»). «За рубежом», 1963, № 24, стр. 21.

Краус Георг. Маски сорваны. [О журналистах-нацистах в западногерманской и западноберлинской печати]. «Сов. печать», 1962, № 6, стр. 59.

М. Л-Р. Рабочая печать в Западной Германии. «Проблемы мира и социализма», 1963, № 12, стр. 68—69.

Орлов Ю. Я. Влияние капитала на печать в ФРГ. «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1963, № 5, стр. 72—83.

Орлов Ю. Я. Правовые и административные основы взаимоотношений между властями и печатью ФРГ. «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1963, № 3, стр. 73—85.

Панофски Вальтер. Как это делается. [О перевороте в кельнском радио]. «За рубежом», 1961, № 4, стр. 24.

Перк Вилли. Западногерманская печать и парижские соглашения. «Дем. журналист», 1955, № 6—7, стр. 6—7.

Свобода печати в Западной Германии — слова и действительность. «Сов. печать», 1958, № 1, стр. 54—55.

Севергин. О. Тайная профессия газетного короля. [Об А. Шпрингере]. «Сов. печать», 1962, № 10, стр. 58.

Серов В. Деньги пишут. [О подкупе печати в Западной Германии]. «Сов. печать», 1958, № 10, стр. 59.

Серов В. Литературные фальшивомонетчики. [О кельнском еженедельнике «Нейе иллюстрирте»]. «Сов. печать», 1958, № 5, стр. 60.

Струруа М. Кривое зеркало. [По материлам журнала «Цейтунг-ферлаг унд Цейтшрифтен-ферлаг»]. «Сов. печать», 1956, № 3, стр. 49—51.

Тарабрин И. Журналисты-гангстеры. «За рубежом», 1963, № 20, стр. 4.

Таров С. Печать Федеративной Республики Германии. «Международная жизнь», 1960, № 11, стр. 118—125.

Тяжелое положение печати в ФРГ. «Дем. журналист», 1959, № 2, стр. 5.

Уманский Д. Операция «Ласточка». [О репрессиях против демократической печати]. «Сов. печать», 1960, № 9, стр. 60—61.

Уманский Д. Реваншизм сходит с ротации. «Сов. печать», 1962, № 4, стр. 60—61.

Фильштинский С. Рупор колонизаторов. [Обзор журнала «Нейес Африка»]. «Азия и Африка сегодня», 1963, № 3, стр. 56—57.

Фюреры боннской прессы. «За рубежом», 1962, № 18, стр. 22—24.

«Холодная война» и свобода печати. «Дем. журналист», 1961, № 11—12, стр. 234—236.

Цезарь газетного бизнеса. [О концерне Акселя Цезаря Шпрингера]. «Дем. журналист», 1963, № 6, стр. 20—21.

Циерис Карел Ф. Фразы о свободе печати в Западной Германии и факты. «Дем. журналист», 1957, № 12, стр. 12.

Эйнигер Гельмут. Положение печати в Западной Германии и в ГДР. «Дем. журналист», 1955, № 2, стр. 4—5.

Эммерих Клаус. Осторожно: служба Гелена! [Дело «Шпигеля»]. «За рубежом», 1963, № 1, стр. 13.

Эталон «револьвер-прессе». [О газете «Бильд-цейтунг»]. «Дем. журналист», 1963, № 6, стр. 22.

Греция

Годы преследований. [О газете «Анексартитос типос»]. «За рубежом», 1961, № 23, стр. 25.

Грекос Аристос. Всегда в борьбе. [Десятилетие газеты «Авги»]. «Дем. журналист», 1962, № 10, стр. 14.

Зорбалас С. Колыбель демократии — без демократии. «Сов. печать», 1962, № 9, стр. 58—60.

Зорбалас С. Центральный орган Коммунистической партии Греции «Ризоспастис» в борьбе против фашизма и войны (1933—1936 гг.). «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1963, № 5, стр. 84—93.

Иринин А. Вновь на посту. [Манолис Глезос на свободе]. «Сов. печать», 1963, № 1, стр. 56—57.

Киркос Л. Выдающийся борец за мир и демократию. [О Манолисе Глезосе]. «Сов. печать», 1959, № 4, стр. 54—56.

Магидсон Ю. В «государстве страха». «За рубежом», 1962, № 10, стр. 25.

Дания

Заславский Д. Датский музей и архив прессы. «Сов. печать», 1956, № 5, стр. 71—72.

Косов М. Всем знакомый. [О Херлуфе Бидструпе]. «Сов. печать», 1961, № 3, стр. 59—61.

Шерфиг Х. Судьба печати в Дании. «Иностранная литература», 1955, № 2, стр. 238—241.

Йемен

Демченко П. Новая печать Йемена. «Сов. печать», 1963, № 1, стр. 60.

Индия

«Амрит базар патрика». «За рубежом», 1961, № 33, стр. 24.

Гордон Л. А. Индийский журнал «New Age» в первом полугодии 1958 г. «Сов. востоковедение», 1958, № 6, стр. 134—138.

Госвами П. К. Отчет индийской Комиссии по вопросам печати. «Дем. журналист», 1955, № 6—7, стр. 12—13.

Дар Кришна. Контроль над прессой — трудящимся. «Дем. журналист», 1963, № 3, стр. 4.

Краминов Д. Журналисты и газеты дружественной Индии. «Сов. печать», 1955, № 2, стр. 46—47.

Маевский В. У индийских журналистов. «Сов. печать», 1956, № 4, стр. 43—45.

«Нейшнл геральд». «За рубежом», 1961, № 12, стр. 24.

Пастухов Н. В котле индийской прессы. «Дем. журналист», 1963, № 5, стр. 9—10.

Паниграхи Чинтамони. Правильность и объективность информации в индийской печати. «Дем. журналист», 1956, № 2, стр. 10.

«Пэтриот». «За рубежом», 1963, № 19, стр. 23.

Романенко А. Р. «Нью эйдж» — новый орган ЦК Коммунистической партии Индии. «Вопросы философии», 1954, № 1, стр. 252—254.

Сагал Г. Масуд Али-Хан — корреспондент из Дели. «Сов. печать», 1960, № 1, стр. 59—60.

«Хинду». «За рубежом», 1963, № 9, стр. 23.

«Хиндустан таймс». «За рубежом», 1961, № 6, стр. 25.

Индонезия

Индонезийский институт журналистики. «Дем. журналист», 1954, № 9, стр. 5.

«Мердека». «За рубежом», 1961, № 22, стр. 24.

Ирак

А. Р. Д. Несправедливый приговор. [К закрытию газеты «Иттихад аш-Шааб»]. «Проблемы мира и социализма», 1960, № 11, стр. 96.

Демченко П. Раньше и теперь на улице Мутанабби. [О положении печати в Ираке]. «Сов. печать», 1961, № 12, стр. 52—53.

Донской П. Судьба иракской демократической печати. «Азия и Африка сегодня», 1961, № 3, стр. 52.

Донской П. Еще раз об иракской печати. «Азия и Африка сегодня», 1961, № 7, стр. 56—57.

Иракские коммунисты в борьбе против оппортунизма. (По страницам газеты «Иттихад аш-Шааб»). «Проблемы мира и социализма», 1960, № 4, стр. 65—66.

Иран

О печати Ирана. «Дем. журналист», 1962, № 4—5, стр. 18—19.

Хамелеон из «Роушанфекр». «Сов. печать», 1957, № 3, стр. 54.

Испания

Брагинский А. Многозначительная опечатка. [О газете «Пренса»]. «За рубежом», 1963, № 4, стр. 23.

Коломиец Г. Новый испанский журнал. [О марксистском

журнале «Нуэстрас идеас», издаваемом испанскими эмигрантами в Брюсселе]. «Новое время», 1957, № 39, стр. 29—31.

Сурриола Антонио. Во мраке франкистской ночи. «Дем. журналист», 1963, № 2, стр. 6—7.

Сурриола Антонио. Печать в условиях фашистской диктатуры. «Дем. журналист», 1961, № 2, стр. 33—36.

Шамсонов С. В глубоком подполье. [О подпольной печати Испании]. «Нева», 1962, № 11, стр. 219.

Италия

В киосках — новая «Унита». «За рубежом», 1962, № 18, стр. 5.

Гарритано Мирелла. Газете «Унита» 35 лет. «Сов. печать», 1959, № 2, стр. 56.

Гарритано Мирелла. Провинциальный отдел газеты «Унита». «Сов. печать», 1958, № 3, стр. 49—51.

Гребнев А., Махов А. В газетном мире Италии. «Сов. печать», 1960, № 5, стр. 60—62.

Группи Лючано. «Мессаджеро» кричит караул. «За рубежом», 1962, № 9, стр. 28—29.

Джерманетто Джованни. Самая распространенная газета Италии. [О газете «Унита»]. «Сов. печать», 1956, № 5, стр. 72—73.

Д. К. История итальянской печати. «Дем. журналист», 1957, № 1, стр. 3—5.

Журнал прогрессивных итальянских женщин. [Обзор журнала «Ной доннэ»]. «Сов. печать», 1956, № 4, стр. 47.

Ильин Б. Медные лбы и «таинственные эмиссары». [О газете «Темпо»]. «За рубежом», 1962, № 22, стр. 32.

Ильин И. Сумерки колониализма. [О спец. номере журнала «Ринашита», посвященном проблемам распада колониальной системы]. «Сов. печать», 1959, № 5, стр. 59.

Кириллова И. Рим—Неаполь—Палермо—Милан. [О газете «Унита»]. «Сов. печать», 1958, № 12, стр. 52—55.

Кризис прислужничества. «За рубежом», 1963, № 1, стр. 23.

Крунккки Данте. К дискуссии об итальянской журналистике. «Дем. журналист», 1955, № 10, стр. 6—7.

Крунккки Данте. Католическая печать: Хорошие слова есть, недостает лишь хороших дел. «Дем. журналист», 1959, № 1, стр. 3—4.

«Коррьере делла сера». «За рубежом», 1961, № 14, стр. 24.

Костон Анри. Тресты прессы и пресса трестов. («Лапа «Конфиндустрии»). «За рубежом», 1963, № 24, стр. 21—22.

Лопатин Ю. Итальянская печать. «Международная жизнь», 1961, № 12, стр. 97—105.

Маррас Л. Как финансируется газета «Унита». «Проблемы мира и социализма», 1959, № 2, стр. 65—66.

Махов А. Б. О некоторых особенностях газеты «Унита». В сб.: «Из истории зарубежной печати», изд. ф-та журналистики МГУ, 1958, стр. 143—165.

«Мессаджеро ди Рома». «За рубежом», 1961, № 25, стр. 24.

«Мессаджеро ди Рома». «Сов. печать», 1962, № 1, стр. 61.

Пасторе Оттавио. Тридцатилетие газеты «Унита». «За прочный мир, за народную демократию», 12 февраля 1954 г.

Пайетта Дж. «Унита» — боевая, массовая газета Итальянской компартии. «За прочный мир, за народную демократию», 27 мая 1955 г.

Пронин А. Тлетворное влияние католической пропаганды. [О печати Ватикана]. «Сов. печать», 1958, № 10, стр. 56—57.

Сеньи Марио. Невидимые кредиторы. «За рубежом», 1962, № 4, стр. 25.

Сигнал — открытое окно. [О скандале в итальянской печати в связи со смертью папы Пия XII]. «Сов. печать», 1958, № 11, стр. 60.

«Стампа». «За рубежом», 1962, № 13, стр. 25.

«Унита» значит «единство». «За рубежом», 1961, № 17, стр. 17.

Фабриканты грез. [О журналах для «семейного чтения»]. «Новое время», 1961, № 6, стр. 27.

Федякин И. А. Буржуазные концепции журналистики и подготовка журналистов в Италии. «Вести. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1962, № 6, стр. 73—83.

Чиприано Ивано. Кухня итальянской рекламы. «За рубежом», 1961, № 4, стр. 26.

Камерун

Проблема № 1. [Проблемы развития печати в Камеруне]. «Дем. журналист», 1963, № 2, стр. 8.

Миссам-Хан Теодор. Проблемы журналистики Камеруна. «Дем. журналист», 1960, № 6, стр. 11.

Канада

«Глоб энд мейл». «За рубежом», 1961, № 13, стр. 24.

Крылов С. Правдивое слово. [К 10-летию прогрессивной газеты «Українське слово»]. «Славяне», 1953, № 2, стр. 55—57.

Осипов В. Два года на пресс-галерее канадского парламента. «Сов. печать», 1958, № 10, стр. 53—55.

Фрид Норман. Новый марксистский журнал. [О журнале «Марксист куотерли»]. «Проблемы мира и социализма», 1962, № 9, стр. 88.

Фрэнк Марк. Яд оптом. [Отрывки из книги «Яд для молодежи]. «За рубежом», 1963, № 24, стр. 16—17.

Колумбия

Андино Луис. Это только фикция. [«О свободе» печати]. «Дем. журналист», 1961, № 5, стр. 105.

Пьедранта Рафаэль Мальдонадо. В когтях «Черной руки». [О деятельности об-ва «Черная рука» и положении демократической печати]. «Дем. журналист», 1962, № 4—5, стр. 23—24.

Рендон Фернандо Торрес. Защищая интересы народа... [О рабочей печати]. «Дем. журналист», 1962, № 1, стр. 22—23.

Родригес Марко Тулия. Мы верим в нашу победу. [О положении журналистов]. «Дем. журналист», 1962, № 6—7, стр. 8—9.

«Тьемпо». «За рубежом», 1962, № 29, стр. 25.

КНДР

Пан Хи Ен. Корейская печать сегодня. «Сов. печать», 1957, № 6, стр. 49—51.

Широкие перспективы. [О росте количества газет и их тиража]. «Сов. печать», 1958, № 12, стр. 59.

Южная Корея

Дело «Миньчжу ильбо». «Дем. журналист», 1961, № 11—12, стр. 243.

О Ги Ен. По американскому образцу. «Сов. печать», 1958, № 8, стр. 53—54.

Пресса под прессом. «За рубежом», 1961, № 6, стр. 25.

Коста-Рика

«Болетин». «За рубежом», 1961, № 45, стр. 25.

Куба

Газета кубинской революции. [«Нотисиас де Ой»]. «Сов. печать», 1963, № 6, стр. 53.

Гладкий В. Б. Организация системы печати на Кубе. «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1962, № 6, стр. 84—92.

Гладкий В. Б. Под сенью Сьерра-Маэстры. «Сов. печать», 1960, № 8, стр. 56—60.

Гладкий В. Б. По страницам «Ла калье». «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1961, № 3, стр. 73—78.

Давыдов И. Газета борющегося кубинского народа. [«Нотисиас де Ой»]. «Сов. печать», 1960, № 6, стр. 63—64.

«Куба сосиалиста». «За рубежом», 1961, № 45, стр. 25.

Муньос Онорио. Славный юбилей. [К 25-летию газеты «Нотисиас де Ой»]. 1963, № 6, стр. 3—4.

«Нотисиас де Ой». «За рубежом», 1961, № 19, стр. 25.

Окунева М. «Мы работаем для революции». [О журналистах Кубы]. «Сов. печать», 1962, № 4, стр. 53—55.

«Революсьон». «За рубежом», 1961, № 19, стр. 25.

«Революсьон» на страже революции. «Сов. печать», 1961, № 5, стр. 55—56.

Сагал Г. Из Москвы, от Хуана Аркочи. [О корреспонденте газеты «Революсьон» в Москве]. «Сов. печать», 1962, № 6, стр. 58—59.

Либерия

«Лайбириэн эйдж». «За рубежом», 1961, № 48, стр. 25.

Ливан

В борьбе за организационное укрепление партии. «За прочный мир, за народную демократию», 12 августа 1955 г.

Хуссейн Ламис А. Р. Судьба закона о печати. «Дем. журналист», 1961, № 4, стр. 89.

Юсупов Д. Н. К пятнадцатилетию арабского журнала «Ат-Тарик». «Сов. востоковедение», 1957, № 1, стр. 156—158.

Мали

Мали в походе. (Первые очерки первых малийских журналистов). «За рубежом», 1962, № 46, стр. 16—17.

Рассказывают малийские журналисты. «Сов. печать», 1961, № 9, стр. 56.

Цоппи В. На берегах Нигера. «Сов. печать», 1962, № 9, стр. 56—57.

Мальгашская Республика

Вольнов Л. На далеком острове. [О печати Мадагаскара]. «Дем. журналист», 1963, № 7, стр. 18—19.

Вольнов Л. Путешествие за 14 тысяч километров. [О печати Мадагаскара]. «Сов. печать», 1963, № 7, стр. 58—61.

Законодательство о прессе — законодательство репрессий. «Дем. журналист», 1963, № 3, стр. 5—6.

«Имунгу ваувау». «За рубежом», 1961, № 37, стр. 25.

Корнеев Л. «Имунгу ваувау» — голос народа Мадагаскара. «Современный Восток», 1960, № 6, стр. 52—53.

Рахариманана Ж. Печать Мальгашской республики. «Дем. журналист», 1960, № 7—8, стр. 15.

Рацимбазафи А. За решеткой. [Репрессии против печати]. «Дем. журналист», 1961, № 4, стр. 88.

Титю Жак. Печать на Мадагаскаре. «Дем. журналист», 1957, № 11, стр. 11—12.

Марокко

Конфискация марокканского еженедельника «Демократи». Периодические органы печати в Марокко. «Дем. журналист», 1957, № 4, стр. 7.

Луцкая Н. С. Газета «Ла-Насьон» — демократическое издание независимого Марокко (1958—1959 гг.). «Уч. зап. Ин-та народов Азии АН СССР», т. 22, 1960, стр. 123—130.

Луцкая Н. Новый марокканский журнал «Аль-Мабади». «Азия и Африка сегодня», № 5, стр. 60—61.

Мексика

Ренато Ледук [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Дем. журналист», 1959, № 2, стр. 7.

Санчес Бауделио. Голос коммунистов Мексики. [О журнале «Нуэва эпоха»]. «Проблемы мира и социализма», 1962, № 9, стр. 89.

Суарес Луис. В век больших надежд. «Дем. журналист», 1963, № 6, стр. 9—10.

Суарес Луис. Ренато Ледук. [О деятельности крупнейшего мексиканского журналиста]. «Сов. печать», 1959, № 5, стр. 56—57.

Монгольская Народная Республика

Авдеев А. Встречи с монгольскими друзьями. «Сов. печать», 1956, № 3, стр. 47—48.

Дэлэг Г. Прошлое и настоящее. (40 лет печати МНР). «Сов. печать», 1960, № 11, стр. 56—57.

Чимид Г. Печать Монгольской Народной Республики. «Сов. печать», 1956, № 7, стр. 42—43.

Непал

Викторов В. Из страны на Гималаях. «Сов. печать», 1962, № 7, стр. 59—60.

Нигерия

Коршунов Е. Встречи на десятой параллели. «Дем. журналист», 1963, № 3, стр. 14—16.

«Уэст африкэн пайлот». «За рубежом», 1961, № 23, стр. 25.

Нидерланды

«Алгемейн ханделсблад». «За рубежом», 1961, № 32, стр. 19.

«Алгемейн ханделсблад». «Сов. печать», 1962, № 1, стр. 61.

Верхай Гарри. Голландской коммунистической газете «Де Ваархейд» — 20 лет. «Проблемы мира и социализма», 1960, № 11, стр. 80—81.

Норвегия

Бьем Альф. Печать Скандинавских стран. Норвегия. «Дем. журналист», 1956, № 8, стр. 10—11.

Изменение характера норвежской печати. «Дем. журналист», 1957, № 6—7, стр. 4—5.

Рассадин Г. У норвежских коллег. «Сов. печать», 1956, № 5, стр. 68—69.

ОАР

«Аль-Гумхурия». «За рубежом», 1961, № 9, стр. 24.

Мандур Мухаммед. В борьбе за национальную независимость. «Сов. печать», 1956, № 11, стр. 45—46.

«Роз эль-Юсеф». «За рубежом», 1961, № 20, стр. 25.

Пакистан

«Доон». «За рубежом», 1963, № 38, стр. 23.

Овчинников В. Утка по-пакистански. [О газете «Морнинг ньюс»]. «За рубежом», 1961, № 36, стр. 30.

Ограничения свободы печати в Пакистане. «Дем. журналист», 1954, № 8, стр. 6.

Проблемы пакистанских журналистов. «Дем. журналист», 1957, № 4, стр. 11.

Панама

Лочо С. Газета коммунистов Панамы. [«Эль масо»]. «Проблемы мира и социализма», 1961, № 12, стр. 53—54.

Польша

Андреев И. У польских друзей. «Сов. печать», 1959, № 8, стр. 53—54.

Голка Бартоломей. «Квартальник прасозназчи». [О журнале по вопросам печати]. «Дем. журналист», 1958, № 9, стр. 10.

Дзедзиц Ян. Союз польских журналистов. «Сов. печать», 1958, № 6, стр. 50—53.

Игнатов М. В. Адам Мицкевич—публицист. В сб.: «Из истории зарубежной печати», изд. ф-та журналистики МГУ, 1958, стр. 133—142.

Интересное начинание. [О журнале «Печатеведение»]. «Сов. печать», 1956, № 6, стр. 49—50.

Как готовить журналистов? «Дем. журналист», 1963, № 5, стр. 17—20.

Кафель Мечислав. Изучение проблем журналистики. «Сов. печать», 1958, № 10, стр. 49—51.

Кириллова И. Праса польска. [О газетах «Трибуна люду», «Газета Краковская», «Голос Новой Гуты»]. «Сов. печать», 1961, № 10, стр. 59—61.

Липский Тадеуш. Активно помогать нашей партии. «Сов. печать», 1959, № 2, стр. 52—54.

Липский Тадеуш. Актуальные проблемы польской журналистики. «Дем. журналист», 1957, № 12, стр. 4—5.

Липский Тадеуш. Задачи польской печати. «Дем. журналист», 1958, № 4, стр. 3—4.

Липский Тадеуш. «Праса польска». (К 15-й годовщине со дня основания). «Дем. журналист», 1962, № 2, стр. 23.

Манусевич А. Я. «Нова трибуна» — польский собрат большевистской «Правды» (март—июль 1914 г.). «Вопросы истории КПСС», 1963, № 1, стр. 86—90.

Млынарский З. Краткий исторический очерк коммунистической печати в Польше (1918—1939 гг.). «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1960, № 3, стр. 60—70.

Раковский М. Р. 300 лет польской печати. «Дем. журналист», 1961, № 3, стр. 52—59.

Романович Л. Наш еженедельник «Политика». [Беседа с Мечиславом Раковским]. «За рубежом», 1961, № 11, стр. 28.

750. (Журналу «Пшиязнь» — 15 лет). «Дем. журналист», 1963, № 7, стр. 20—21.

Слиш А. 300 лет польской печати. (Историческая справка). В сб. статей кафедры журналистики Ленинградской Высшей партийной школы, вып. II. Л., 1961, стр. 195—202.

«Трибуна люду» о запрещении еженедельника «По просту». «Правда», 15 октября 1957 г.

Фабрика 300 тысяч слов. [О Польском Агентстве печати]. «Дем. журналист», 1961, № 5, стр. 110—111.

Цесьлик Леон. 300 лет польской прессы. «Сов. печать», 1961, № 1, стр. 51—53.

Португалия

Альваро Г. Боевая трибуна демократических, патриотических сил Португалии. [О коммунистической печати]. «За прочный мир, за народную демократию», 25 июня 1954 г.

Искусство в застенке. [О статье М. Аршер в журнале «Куадернос де культура»]. «Иностранная литература», 1961, № 1, стр. 220—223.

Коломиец Г. Неутомимый борец против фашистской диктатуры. [По страницам газеты «Аванте» — ЦО Португальской компартии]. «Партийная жизнь», 1961, № 13, стр. 70—74.

Луч света. [О газете «Аванте»]. «За рубежом», 1961, № 17, стр. 17.

Матос Жоао. Партийную печать — на уровень новых задач. «Проблемы мира и социализма», 1961, № 11, стр. 56—58.

«Республика». «За рубежом», 1962, № 9, стр. 25.

Реюньон

М. В. Произвол. [О преследовании газеты «Темуньаньяж» — органа Компартии Реюньона]. «Дем. журналист», 1962, № 1, стр. 19.

Румыния

Бырлэдяну Виктор. В доме «Скынтейи». «Сов. печать», 1961, № 6, стр. 54—55.

Виноградов В. Н. Печать Румынской Народной Республики дает отпор ревизионизму. «Вопросы истории», 1958, № 12, стр. 177—184.

Винтилэ Петру. Добруджа в пути. [О газете «Добруджа ноуэ»]. «Сов. печать», 1961, № 6, стр. 58—59.

Дом журналиста в Бухаресте. «Сов. печать», 1956, № 7, стр. 45—46.

Дрэгуля Петр. Процесс миллиметров. [Об областном еженедельнике «Друм ноу»]. «Сов. печать», 1961, № 6, стр. 55—57.

Из жизни румынских журналистов. «Дем. журналист», 1957, № 4, стр. 12.

Как готовить журналистов? «Дем. журналист», 1963, № 5, стр. 17—20.

Маня И. Из деятельности румынских журналистов. «Дем. журналист», 1955, № 10, стр. 9—10.

Маринеску Т. Хотим познакомить вас... (4-ый год деятельности Союза журналистов Румынии). «Сов. печать», 1959, № 6, стр. 57—60.

Оголев Н. «Труд» — «Мунка». [О работе профсоюзной газеты]. «Сов. печать», 1957, № 12, стр. 49—50.

Сизоненко А. И. «Казарма» — антимилитаристский орган ЦК Союза коммунистической молодежи Румынии (1930—1933 гг.). «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1960, № 6, стр. 59—64.

Сизоненко А. «Констанца, бульвар Республики, 35». [Об областной газете «Добруджа ноуэ»]. «Сов. печать», 1958, № 9, стр. 50—51.

Сизоненко А. Раньше и теперь. [Справка о печати РНР]. «Сов. печать», 1960, № 5, стр. 62.

Сизоненко А. Славная годовщина. (Газете «Скынтейя — 30 лет). «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1961, № 6, стр. 69—74.

Тома Сорин. «Скынтея». [К 25-летию газеты]. Сов. печать», 1956, № 8, стр. 39—42.

Сирия

В борьбе за организационное укрепление партии. «За прочный мир, за народную демократию», 12 августа 1955 г.

Демченко П. В Сирии. «Сов. печать», 1956, № 10, стр. 52—53.

Сомали

«Коррьере делла Сомалиа». «За рубежом», 1962, № 14, стр. 25.

США

Агентство Ассошиэйтед Пресс. «Международная жизнь», 1963, № 5, стр. 147—149.

Агентство Юнайтед Пресс Интернэйшнл. «Международная жизнь», 1963, № 4, стр. 145—147.

Анхель Луис Фелипе. Лживые телетайпы. «За рубежом», 1962, № 18, стр. 20.

Афонин М. «Репортаж» из Лос-Анжелоса. [О нравах буржуазной прессы]. «Сов. печать», 1957, № 9, стр. 56—57.

Афонин М. Великие открытия и барабанщики «холодной войны». «Сов. печать», 1959, № 2, стр. 58—59.

«Афро-Американэн». «За рубежом», 1963, № 3, стр. 24.

Багдикян Бен. Почему умирают газеты? [Американский журнал о процессе монополизации печати США]. «За рубежом», 1962, № 26, стр. 25.

Безлюбов. А. Политический фокусник. [О журналисте Г. Шварце]. «Сов. печать», 1959, № 7, стр. 62.

Бельская А. В сахарной облатке... [О журнале «Сатердей ивнинг пост»]. «Новый мир», 1955, № 7, стр. 224—228.

Бережков В. Американские газеты и газетчики. «Сов. печать», 1956, № 1, стр. 44—47.

Бережков В. В Колумбийском университете. [О подготовке журналистов]. «Сов. печать», 1956, № 2, стр. 52—54.

Бесславный конец. [О прекращении издания газеты Херста «Нью-Йорк миррор»]. «За рубежом», 1963, № 23, стр. 29.

Бесстыдное наступление на свободу печати. [О преследовании сотрудников газеты «Уоркер»]. «Дем. журналист», 1962, № 1, стр. 6.

Бизнес есть бизнес. [О продаже херстовским трестом газеты «Детройт таймс»]. «За рубежом», 1961, № 7, стр. 24.

Богачев В. Редактор — большой бизнес. [Подлинное лицо «свободной прессы» Америки]. «За рубежом», 1962, № 18, стр. 19.

Быховский Б. «Лайф» истекает желчью. [Об антикоммуни-

стической пропаганде в журнале]. «Коммунист», 1962, № 1, стр. 114.

Валентинов Б. В джунглях американской журналистики. «Сов. печать», 1957, № 7, стр. 53—54.

Васильев Г. За фасадом «демократии». «Сов. печать», 1961, № 4, стр. 56—58.

Васильев О. Журнал-милитарист. [О журнале «Юнайтед Стейтс ньюс энд Уорлд рипорт»]. «За рубежом», 1961, № 40, стр. 25.

Васильев О. Газета-боец. [О газете «Уоркер»]. «За рубежом», 1962, № 18, стр. 5.

Вашедченко В. Слуга монополий. [О контроле правительства над прессой]. «За рубежом», 1963, № 23, стр. 8.

«Вашингтон пост энд Таймс геральд». «За рубежом», 1961, № 10, стр. 24.

Величанский Л. Когда замерли газетные ротации. [О забастовке печатников Нью-Йорка]. «Сов. печать», 1963, № 1, стр. 61.

Вишневский С. «Америка уже не будет такой, какой была». [О печати после поездки Н. С. Хрущева в США]. «Сов. печать», 1959, № 12, стр. 103—105.

Вишневский С. В тени «палладиума свобод». «Сов. печать», 1956, № 8, стр. 43—45.

Вишневский С. Исчезающие газеты. «Сов. печать», 1959, № 3, стр. 58—59.

Вишневский С. Блеск и падение Роберта Уайта. [Нравы буржуазной прессы]. «Сов. печать», 1961, № 1, стр. 55—57.

Вишневский С. Советский семилетний план и пресса монополий. «Сов. печать», 1959, № 1, стр. 58—59.

Вишневский С. Торпеды «Геральд трибюн». «Сов. печать», 1960, № 6, стр. 50—52.

Владимиров К. Фабрика лжи: Информационное агентство США. «Международная жизнь», 1955, № 2, стр. 94—102.

Войнов В., Дегтярев Ю., Корявин Л. Империя рекламы. «Неделя», 1963, № 8, стр. 14—15.

Вронский Б. Рупор американской военщины. [О журнале «Юнайтед Стейтс ньюс энд Уорлд рипорт»]. «Современный Восток», 1959, № 2, стр. 39—41.

Вронский Б. Современная американская пресса. «Международная жизнь», 1958, № 8, стр. 109—112.

Газетная война. [О парижских изданиях «Геральд трибюн» и «Нью-Йорк таймс»]. «За рубежом», 1961, № 4, стр. 24.

Газетный голод. [О забастовке типографских рабочих Нью-Йорка]. «За рубежом», 1963, № 3, стр. 24.

Герасимов Г. Генри Люс ищет новую вывеску. «Новое время», 1957, № 17, стр. 27—28.

Г. Л. Правда об американской печати. «Дем. журналист», 1955, № 8, стр. 7.

Чарльз Говард. Аппарат клеветы. [Об искажении буржуазной печатью правды об Африке]. «За рубежом», 1963, № 8, стр. 23.

Горохов В. Клюква по-американски. [По страницам газеты «Спутник студента», выходящей на русском языке в США]. «Юность», 1959, № 10, стр. 103—104.

Горохов В. «Кольерс» (1888—1957 гг.). [К закрытию журнала]. «Знамя», 1957, кн. 3, стр. 182—184.

Горяев В. Встречи с американскими художниками. [О газетных карикатуристах США]. «Сов. печать», 1958, № 9, стр. 53—56.

Давыдов И. Какие уж тут комментарии! (Нравы буржуазной прессы). «Сов. печать», 1963, № 11, стр. 58—60.

Давыдов И. Доллар диктует. «Сов. печать», 1963, № 5, стр. 58—60.

Давыдов И. Их же глазами... [По материалам «Тайм». О рубрике «Пресса»]. «Сов. печать», 1957, № 5, стр. 72—73.

Давыдов И. Созвездие Пса и доллары. (Нравы американской прессы). «Сов. печать», 1963, № 2, стр. 59—60.

Жуков Вл. Под видом рекламы. «Новое время», 1957, № 2, стр. 31.

Зенович М., Колесниченко Т. Их страшит мир. [О журнале «Юнайтед Стейтс ньюс энд Уорлд рипорт»]. «Современный Восток», 1959, № 5, стр. 57—59.

Как американские власти понимают свободу печати. «Сов. печать», 1956, № 5, стр. 75—76.

Кан Альберт. Пусть говорят факты. [О «свободе» печати]. «Дем. журналист», 1956, № 4, стр. 8.

Кривицкий В., Вадимов Дм. Империя Генри Люса. «За рубежом», 1961, № 21, стр. 24—25.

«Крисчен сайенс монитор». «За рубежом», 1962, № 5, стр. 28.

Кросби Джон. Грязь в печати. «За рубежом», 1961, № 14, стр. 24.

Кудрявцев В. Лицом к лицу с американской прессой. «Сов. печать», 1957, № 1, стр. 48—51.

Кутник Э. Дэвид стоит на голове. [О Д. Лоуренсе, редакторе и издателе журнала «Юнайтед Стейтс ньюс энд Уорлд рипорт»]. «Сов. печать», 1956, № 5, стр. 77—79.

Ледов А. Реклама диктует. [О конкуретной борьбе в печати США]. «Сов. печать», 1961, № 12, стр. 53—56.

Леонтьев Л. Соревнование систем и пропаганда монополий. [Реакция прессы на семилетний план СССР]. «Новое время», 1958, № 49, стр. 6—8.

Литов К. Жираф чихает в субботу. [Об антисоветской фальшивке в печати США]. «Новое время», 1957, № 10, стр. 30—31.

Лор Джордж. Что писал Г. Солсбери из Москвы и что он пишет в Нью-Йорке. «Дем. журналист», 1955, № 4, стр. 8.

Лоусон Джон Говард. Газета «Уоркер» и американцы. «Новое время», 1962, № 14, стр. 10—12.

Любарская А. Человек, который сумел заглянуть в будущее. [Об американском журналисте П. Гиббене]. «Новое время», 1958, № 49, стр. 24—26.

Любимов Д. На грани здравого смысла. [О редакторе журнала «Юнайтед Стейтс ньюс энд Уорлд рипорт» Лоуренсе]. «Сов. печать», 1958, № 6, стр. 57.

Маевский В. О «лающих послах» и свободе печати. «Сов. печать», 1962, № 1, стр. 55—58.

Марш Майкл. Кто заказывает статьи. «За рубежом», 1961, № 16, стр. 24.

Михайлов Е. Искусство лжи. «Сов. печать», 1961, № 6, стр. 60.

Много, но плохо. [О газетах Нью-Йорка]. «За рубежом», 1961, № 33, стр. 24.

Морган Эдвард. Вашингтонская кухня слухов. «За рубежом», 1962, № 12, стр. 25.

«Нейшн». «За рубежом», 1961, № 48, стр. 25.

Не учите нас жить, сэр! [Открытое письмо нигерийского читателя Сола Галаби редактору журнала «Тайм»]. «За рубежом», 1962, № 1, стр. 24.

«Нью-Йорк геральд трибюн». «За рубежом», 1961, № 4, стр. 24.

Соллен Р. Ответственность печати. «За рубежом», 1961, № 30, стр. 25.

«Ньюсуик». «За рубежом», 1961, № 30, стр. 25.

Обман в каждой строчке. [Пресса США о событиях в Африке]. «За рубежом», 1962, № 5, стр. 28.

О. В. А фальшивка-то старая! [О газете «Нью-Йорк геральд трибюн»]. «За рубежом», 1961, № 44, стр. 25.

Ольгин И. Два «С». (Нравы буржуазной прессы). «Сов. печать», 1963, № 8, стр. 59—60.

Питман Джон. За счастье Америки труда. [О газете «Уоркер»]. «За рубежом», 1961, № 17, стр. 17.

Пономарев Л. Бастуют печатники Нью-Йорка. «За рубежом», 1962, № 51, стр. 7.

Приемы американской пропаганды. [Французский журнал «Эспри» об американской пропаганде]. «Сов. печать», 1959, № 5, стр. 59.

Провалившаяся реклама. [О журнале «Ньюсуик»]. «Новое время», 1954, № 36, стр. 17—18.

Розенцвейг Б. «Патрульная служба» Генри Люса. [О журналах «Тайм», «Лайф» и «Форчун», финансируемых Морганами]. «Иностранная литература», 1956, № 9, стр. 245—249.

«Русскому голосу» — 40 лет. [К юбилею прогрессивной газеты американцев русского происхождения]. «Славяне», 1957, № 4, стр. 16.

«Сан-Луис пост-диспетч». «За рубежом», 1961, № 42, стр. 25.

«Сатердей ивнинг пост». «За рубежом», 1963, № 5, стр. 23.

С. Б. Мистер Джозеф Олсоп и его теория. «Дем. журналист», 1961, № 4, стр. 85—86.

Семейная монополия. [О смене руководства газеты «Нью-Йорк таймс»]. «За рубежом», 1963, № 29, стр. 24.

Сергеев Г. Крушение американского агентства. [Об Агентстве Юнайтед Пресс]. «Сов. печать», 1958, № 8, стр. 56.

Сергеева Н. Жертвы свободного предпринимательства. [О закрытии журналов «Кольерс» и «Вуменс хоум компэньон»]. «Новое время», 1957, № 9, стр. 28—29.

Сергеева С. Желтый туман. [Об изданиях Херста]. «За рубежом», 1961, № 44, стр. 25.

Сергеева С. Крокодиловы слезы. [К слиянию лос-анжелосской газеты «Миррор» с «Лос-Анжелос таймс»]. «За рубежом». 1962, № 9, стр. 25.

Сергеева С. «Ридерс дайджест». «За рубежом», 1962, № 7, стр. 25.

Сергеева С. «Лук» и лак. «За рубежом», 1961, № 15, стр. 23.

Сергеева С. Желтый бизнес «Дейли ньюс». «За рубежом», 1961, № 23, стр. 25.

Силвейра Пауло. История одного пресс-синдиката. [О Межамериканском обществе печати — МОП]. «За рубежом», 1961, № 51, стр. 24.

Стоун Чак. Свобода поливать грязью. «За рубежом», 1961, № 37, стр. 25.

Ткаченко В. Диверсия «Лайфа» и заговор Вашингтона. «Неделя», 1961, № 35, стр. 14.

Три кита американской печати. [Об обозревателях Липпмане, Олсопе, Рестоне]. «За рубежом», 1962, № 7, стр. 24—25.

Уильямс Фрэнсис. Не для чтения. [О газете «Нью-Йорк таймс»]. «За рубежом», 1961, № 36, стр. 25.

Френкел Макс. Пресса на карантине. «За рубежом», 1962, № 47, стр. 28.

Фримен Гарри. Барыши, кровь и запах. [Американские средства пропаганды в США и за границей]. «Дем. журналист», 1963, № 4, стр. 10—12.

«Харперс мэгэзин». «За рубежом», 1963, № 11, стр. 23.

Шишкин Г. Частицы славы Америки. [О газете «Уоркер»]. «За рубежом», 1962, № 13, стр. 19—20.

Эпштейн С. Сказочный мир «паблик рилейшнз». [Пресса и обработка «общественного мнения»]. «Новое время», 1961, № 23, стр. 16—18.

Таиланд

Полянов Н. На земле Таи. «Сов. печать», 1957, № 6, стр. 51—53.

Танганьика

Орестов О. Ухуру! [Заметки о печати Танганьики]. «Сов. печать», 1962, № 2, стр. 55—57.

Тунис

Печать в Тунисе. «Дем. журналист», 1957, № 4, стр. 5—6.

Турция

«Джумхуриет». «Сов. печать», 1962, № 1, стр. 61.

Преследование журналистов в Турции. «Дем. журналист», 1959, № 2, стр. 10—11.

Сергеев В. «Свобода печати» по-турецки. «Сов. печать», 1959, № 12, стр. 106.

Сертель Закерия М. Проблемы турецкой печати. «Дем. журналист», 1956, № 6, стр. 8—9.

Уругвай

Виера Эдуардо. Газета и массовые кампании. [Об органе компартии газете «Эль Популар»]. «Проблемы мира и социализма», 1960, № 10, стр. 82—84.

И. К. Проблемы уругвайской прессы. «Дем. журналист», 1960, № 9—10, стр. 14—15.

Пирис Хернан. Есть ли свобода печати в Уругвае? «Дем. журналист», 1957, № 4, стр. 3—4.

Флорес Исидро. Теоретический журнал уругвайских коммунистов («Эстудиос»). «Проблемы мира и социализма», 1961, № 4, стр. 78—80.

Финляндия

Виртанен Онтро. Печать Скандинавских стран. Финляндия. «Дем. журналист», 1956, № 8, стр. 8—9.

Виртанен О. Из жизни финских журналистов. «Дем. журналист», 1956, № 12, стр. 10.

Селюк С. У наших северных друзей. «Сов. печать», 1958, № 7, стр. 53—54.

Франция

Агентство Франс Пресс. «Международная жизнь», 1963, № 3, стр. 146—147.

Александров Г. Корреспондент «Юманите» Макс Леон. «Сов. печать», 1960, № 3, стр. 59—60.

Амель Сильвестр. Обманутые сердца. [О «сердечной» прессе одного из «королей» издательского дела Дель Дука]. «За рубежом», 1963, № 11, стр. 23.

Андрие Рене. Боевой орган французских коммунистов. [О «Юманите»]. «Дем. журналист», 1963, № 7, стр. 4—5.

Афонин М. Они о себе. [Обзор французского журнала «Эко де ла пресс э де ла публиситэ»]. «Сов. печать», 1958, № 8, стр. 57—58.

Балахонов В. Е. Некоторые вопросы развития культуры в колониальных и зависимых странах на страницах журнала «Нувель критик». В сб. статей кафедры журналистики Ленинградской высшей партийной школы, вып. II. Л., 1961, стр. 203—218.

Беленький М. Честь за 1000 франков. [О процессе по делу еженедельника «Канар аншэне»]. «За рубежом», 1963, № 14, стр. 23.

Белов М. «Утку» вызывают в суд. [Процесс по делу «Канар аншэне»]. «За рубежом», 1962, № 13, стр. 25.

Бонтемпи Джорджо. Тревога на улице Реомюр. [О газетах Парижа]. «За рубежом», 1963, № 4, стр. 23.

Борзенко С. Рассказ о комитетах по защите «Юманите». «Сов. печать», 1960, № 9, стр. 56—57.

Брагинский А. Андре Вюрмсер полемизирует. «Сов. печать», 1956, № 9, стр. 46—48.

Брагинский А. Печать, сильная народной поддержкой. «Сов. печать», 1959, № 3, стр. 56.

В борьбе за народный фронт. «За прочный мир, за народную демократию», 23 марта 1956 г.

Веденеева Л. На службе монополий. «Сов. печать», 1957, № 7, стр. 50—51.

Веденеева Л. Печать Франции. «Международная жизнь», 1959, № 7, стр. 101—108.

Видянова Л. М. Структура подпольной печати КПФ и созданных по инициативе коммунистов организаций в период движения сопротивления французского народа (1940—1944 гг.). В сб.: «Из истории зарубежной печати», изд. ф-та журналистики МГУ, 1958, стр. 3—48.

Волгин В. П. Французская коммунистическая пресса 40-х годов XIX в. «Новая и новейшая история», 1960, № 1, стр. 3—24.

Вюрмсер Андре. 15 лет служения истине. [О журнале «Этюд совьетик»]. «За рубежом», 1963, № 21, стр. 23.

Вюрмсер Андре. Свобода прессы и пресса свободы. «Дем. журналист», 1963, № 6, стр. 16—18.

Гароди Роже. Теоретическая трибуна французских коммунистов. [О журнале «Кайе дю коммюнисм»]. «Коммунист», 1963, № 11, стр. 121—127.

Георгиев Д. Свобода печати — для кого? «Сов. печать», 1957, № 5, стр. 71—72.

Георгиев П. «Регар» разоблачает. «Сов. печать», 1957, № 4, стр. 54—55.

Герэ Жак. Французский информационный союз. [О деятельности информационного бюро, обслуживающего провинциальные газеты]. «Сов. печать», 1957, № 11, стр. 55—56.

Гренье Фернан. Газета «Красного пояса» Парижа. [«Сен-Дени Репюбликэн»]. «За рубежом», 1963, № 13, стр. 18.

Давыдов И. К вам обращается Черная Африка. [«Демократический авангард» в защиту национально-освободительного движения в Африке]. «Сов. печать», 1958, № 8, стр. 55.

Дерожи Жак. С грифом «Секретно». [О так называемом «частном» журнализме]. «За рубежом», 1961, № 32, стр. 19.

Дилижан Андре. «Телекратия» капитала. [О зависимости РТФ от реакционных сил Франции]. «За рубежом», 1963, № 9, стр. 30—31.

Домрачев А. Бешеные деньги газетных королей. «Сов. печать», 1963, № 10, стр. 58—59.

Загладин В. Газета «Попюлер» и объективные факты. «Новое время», 1957, № 21, стр. 16—17.

Загладин В. Ядовитый цветок. [О газете «Тан де Пари»]. «Новое время», 1956, № 28, стр. 14—16.

Зыков С. Золото партии. [О «Юманите-Диманш»]. «Дем. журналист», 1963, № 4, стр. 19—20.

Ильин Б. На газетном кладбище. «За рубежом», 1961, № 52, стр. 25.

Жак Кайзер. К присуждению Международной журналистской премии МОЖ. «Дем. журналист», 1959, № 2, стр. 7.

Кайзер Жак. Свобода печати во Франции. «Дем. журналист», 1956, № 6, стр. 8—9.

«Комба». «За рубежом», 1963, № 20, стр. 23.

Конт Жильбер. Опасная профессия. [Французские журналисты — первые жертвы покушений и преследований властей]. «За рубежом», 1962, № 13, стр. 25.

Костон Анри. Тресты прессы и пресса трестов. («Названия сменились — хозяин остался»). «За рубежом», 1963, № 24, стр. 21.

Кудреватых Л. Памятная встреча. [О встрече с Марселем Кашеном]. «Сов. печать», 1958, № 3, стр. 48—49.

Кудрявцев В. Верный друг французской молодежи. [По страницам еженедельника «Авангард»]. «Молодой коммунист», 1955, № 10, стр. 119—120.

Лавинь Раймон. Корреспондентская сеть газеты «Юманите». «За прочный мир, за народную демократию», 1 июля 1955 г.

Леон Макс. Наша «Юма». «За рубежом», 1961, № 17, стр. 16.

Леон Макс. Нет, «Юманите» не сдается! [О работе газеты в условиях наступления реакции]. «Сов. печать», 1958, № 40, стр. 53—56.

Михайлова В. Истина их не интересует. [По поводу статьи И. Кесселя в еженедельнике «Франс-обсерватэр»]. «Сов. печать», 1958, № 2, стр. 58.

«Монд». «За рубежом», 1961, № 3, стр. 28.

Нечаев Г. Боевой орган молодежи Франции. [К 40-летию газеты «Авангард»]. «Молодой коммунист», 1961, № 5, стр. 96—101.

«Пари-матч». «За рубежом», 1961, № 26, стр. 25.

Пьер Жозе. Зеркало без отражения. [Заметки о «молодежной прессе»]. «За рубежом», 1963, № 19, стр. 23.

Рассадин Г. «Юманите» — голос Франции. «Сов. печать», 1956, № 12, стр. 52—53.

Смоленский П. Борец за счастье народа. [О «Юманите»]. «Сов. печать», 1962, № 11, стр. 56.

Смоленский П. Фашизм не пройдет! [Борьба прогрессивных французских газет с ОАС]. «Сов. печать», 1962, № 6, стр. 60—61.

Стиль Андрэ. Газета крупнейшей партии Франции. [О «Юманите»]. «Сов. печать», 1955, № 1, стр. 41—43.

Торез М. 50-летие газеты «Юманите». «За прочный мир, за народную демократию», 16 апреля 1954 г.

Туран Пьер. И силой, и деньгами. [О давлении правительства на печать]. «Дем. журналист», 1963, № 7, стр. 16.

Фажон Этьен. За непрерывный рост влияния газеты «Юманите». «За прочный мир, за народную демократию», 26 ноября 1954 г.

«Фигаро». «За рубежом», 1961, № 16, стр. 24.

«Фигаро» в роли дона Базилио. «Новое время», 1962, № 25, стр. 16—17.

Фоше Ж. А. Это была не молочница. [О преследовании прогрессивной печати]. «За рубежом», 1961, № 5, стр. 24.

«Франс-суар». «За рубежом», 1961, № 35, стр. 25.

Франсуа Мишель. Аббат Пиан теряет место. [О католической печати]. «За рубежом», 1961, № 2, стр. 28.

Французам зажимают рот. [К конфискации журналов «Экспресс» и «Франс-обсерватэр»]. «За рубежом», 1960, № 49, стр. 23

«Экспресс». «За рубежом», 1963, № 36, стр. 23.

Энтжес Пьер. Боевая газета французского народа. [О «Юманите»]. «Сов. печать», 1958, № 1, стр. 51—53.

Цейлон

Джаякоди Джармасири. У нас, на Цейлоне. «Сов. печать», 1961, № 9, стр. 55—56.

Сильва Эма де. Положение печати на Цейлоне. «Дем. журналист», 1956, № 1, стр. 9—11.

Чехословакия

Вацик Милош. На чешском и словацком. [Из опыта работы газеты «Руде право»]. «Сов. печать», 1960, № 2, стр. 49—51.

В Праге и в Москве. (40 лет «Руде право»). «Правда», 21 сентября 1960 г.

Гоффмейстер Адольф. Человек неисчерпаемого оптимизма. (60 лет со дня рождения Юлиуса Фучика). «Сов. печать, 1963, № 2, стр. 56—58.

Дворжачек З. Проблемы репортажа. «Дем. журналист», 1956, № 6, стр. 6—7.

Долейши В. 35-летие газеты «Руде право». «За прочный мир, за народную демократию», 16 сентября 1955 г.

Кун Мирослав. Основоположник чешской журналистики. [К 135-летию со дня рождения Карела Гавличка-Боровского]. «Сов. печать», 1956, № 7, стр. 44.

Малечек Станислав. Ко дню чехословацкой печати. «Сов. печать», 1956, № 9, стр. 40.

Мареда Л. Пражский институт журналистики. «Дем. журналист», 1955, № 1, стр. 8—9.

Марко Милош. Советская большевистская печать и чехословацкая журналистика. «Вестн. Моск. ун-та», сер. VII, филология и журналистика, 1962, № 3, стр. 69—76.

Медов В. В те знаменательные дни... [Чехословацкая пресса в дни разгрома контрреволюционного путча]. «Сов. печать», 1958, № 2, стр. 53—55.

Медов В. Зденек Неедлы-журналист. [К 80-летию со дня рождения]. «Сов. печать», 1958, № 3, стр. 51—52.

Петров Ф. «Руде право» рассказывает о семилетке. «Сов. печать», 1959, № 3, стр. 55—56.

Селюк С. 35-летие «Руде право». «Сов. печать», 1955, № 1, стр. 44—45.

Семенов В. Юлиус Фучик вместе с нами. «Сов. печать», 1958, № 9, стр. 46.

Сокол К. Печать в Чехословакии. «Дем. журналист», 1960, № 9—10, стр. 9.

Тарасов Б. Печать народно-демократической Чехословакии. «Сов. печать», 1956, № 2, стр. 48—51.

«Ческословенский новинарж». «Сов. печать», 1956, № 5, стр. 73—75.

Чили

История чилийской журналистики (1812—1955). «Дем. журналист», 1957, № 1, стр. 11—12.

Мильяс Орландо. О чилийской печати. «Дем. журналист», 1955, № 3, стр. 6.

Хуан Онорато. [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Сов. печать», 1962, № 4, стр. 56.

Пархитько В. В доме под красной звездой. [О газете «Эль сигло», органе ЦК Компартии]. «Сов. печать», 1963, № 2, стр. 61.

Цензурный «карамболь». [О показательном процессе над сотрудниками «Радио Порталес»]. «За рубежом», 1963, № 20, стр. 23.

«Эль Меркурио». «За рубежом», 1961, № 26, стр. 25.

Швеция

Брик Леннарт. Печать скандинавских стран. Швеция. «Дем. журналист», 1956, № 8, стр. 9—10.

В. Б. Шведская ли это газета? [О газете «Смоландспостен»]. «Новое время», 1958, № 10, стр. 19.

«Дагенс нюхетер». «За рубежом», 1961, № 11, стр. 23.

Коссой Р. Газетный кризис в Швеции. «Сов. печать», 1958, № 12, стр. 57.

Отар Арне. Шведская печать. «Дем. журналист», 1961, № 2, стр. 31—32.

Предательство — симптом поражения. [О еженедельнике «Фолькет и бильд» — «ФИБ»]. «За рубежом», 1963, № 2, стр. 23.

Рассадин Г. Десять дней в Швеции. «Сов. печать», 1956, № 10, стр. 44—45.

Швейцария

Грубая ложь агентства «Глоб-пресс». «Дем. журналист», 1955, № 3, стр. 7—8.

Михайлов М. Женевские встречи. «Сов. печать», 1959, № 7, стр. 59—61.

Пианцола М. К процессу профессора Боннара. «Дем. журналист», 1954, № 8, стр. 8.

Швейцарская шпионская афера и свобода печати. «Дем. журналист», 1957, № 6—7, стр. 8—9.

Эфиопия

«Эфиопиэн геральд». «За рубежом», 1961, № 36, стр. 25.

Югославия

В Югославии принят новый закон о печати. «Сов. печать», 1956, № 8, стр. 48—49.

Идеологическая и профессиональная подготовка югославских журналистов. «Дем. журналист», 1957, № 12, стр. 8—9.

Как готовить журналистов? «Дем. журналист», 1963, № 5, стр. 17—20.

Пресса современной Югославии. «Сов. печать», 1956, № 6, стр. 43—44.

Слепов Л. Встречи в Югославии. «Сов. печать», 1955, № 2, стр. 48—49.

Южно-Африканская Республика

А. Н. Положение южноафриканской печати. «Дем. журналист», 1954, № 8, стр. 3—4.

Бантинг Брайан. Всегда с народом. [25-летие прогрессивной газеты Южной Африки]. «За рубежом», 1962, № 23, стр. 25.

Бантинг Брайан Перси. «Нью эйдж» — рупор освободительного движения. «Дем. журналист», 1961, № 6—7, стр. 137—139.

Брайан Бантинг. [К присуждению Международной журналистской премии МОЖ]. «Сов. печать», 1961, № 5, стр. 56.

Бантинг Б. Молчи или тебя заставят замолчать. [К проблемам южноафриканской печати]. «Дем. журналист», 1957, № 10, стр. 7—8.

Вторая годовщина выхода в свет прогрессивного органа печати в Южно-Африканском Союзе. «Дем. журналист», 1956, № 12, стр. 11.

Газета запрещена. [О газете «Нью эйдж»]. «Дем. журналист», 1963, № 2, стр. 9.

Горячая земля. [О положении печати]. «Дем. журналист», 1955, № 4, стр. 3—4.

Давидсон А. «Нью эйдж» — голос трудящихся Южной Африки. «Современный Восток», 1959, № 3, стр. 29.

Малышева Н. Правду не задушить! [О газете «Нью эйдж»]. «Азия и Африка сегодня», 1963, № 2, стр. 50—51.

«Нью эйдж». «За рубежом», 1962, № 12, стр. 25.

П. Б. Печать Южно-Африканского Союза. «Дем. журналист», 1958, № 6, стр. 9—10; № 10, стр. 6—7.

Прессман Джон. Наступление на печать и журналистов в Южно-Африканском Союзе. «Дем. журналист», 1960, № 6, стр. 10.

«Спарк». «За рубежом», 1963, № 8, стр. 23.

Уз Стенли. Цензурные рогатки расистов. «За рубежом», 1962, № 9, стр. 25.

Хеппл Алекс. В оковах цензуры. «За рубежом», 1961, № 10, стр. 24.

Япония

«Асахи». «За рубежом», 1961, № 7, стр. 24.

Война газет. «Сов. печать», 1959, № 4, стр. 59.

Вольнов Л. В мире двух тысяч иероглифов. «Сов. печать», 1962, № 12, стр. 51—54.

Дзинго Тэнсэй. Мор на журналы. «За рубежом», 1963, № 20, стр. 23.

Д. О. Журнал «Дзэнэй» — теоретическое оружие в борьбе рабочего класса Японии. «Проблемы мира и социализма», 1960, № 11, стр. 84—88.

Иванова Г. Д. Деятельность газеты «Хэймин симбун» и ее редактора Котоку Дэндзиро в период первой русской революции. «Ученые записки ЛГУ», № 220, сер. истор. наук, вып. 26, 1956, стр. 142—155.

Й. О. Объявления и издательская деятельность в Японии. «Дем. журналист», 1959, № 2, стр. 10.

Киодо цусин. «За рубежом», 1963, № 2, стр. 23.

Маевский В. Встреча с японскими журналистами. «Сов. печать», 1956, № 10, стр. 42—44.

Над журналистами Японии занесен нож. «Дем. журналист», 1961, № 5, стр. 112—114.

Поспелов Б. Пресса Японии. [Краткий обзор]. «Международная жизнь», 1962, № 12, стр. 97—103.

Поспелов Б. Япония и «общий рынок». [По страницам японских журналов]. «Азия и Африка сегодня», 1963, № 1, стр. 9—11.

Сергеев В. Мятеж в японских редакциях. [Выступление рабочей печати против японо-американского военного договора]. «Сов. печать», 1960, № 8, стр. 60—61.

Хонда Риосуке. Вместе с японским народом. «Дем. журналист», 1960, № 6, стр. 6.

Составили Г. Голованова и Н. Урина





СОДЕРЖАНИЕ

М. М. Шестопал. Братская солидарность трудящихся и революционная пресса 3

Е. В. Круглов. У истоков индийской коммунистической печати 19

Р. Абрамович. «Дзенник популярны» в борьбе за Народный фронт в Польше (1936—1937 гг.) 49

С. И. Беглов. Монополия слова (о механизме и методах буржуазной пропаганды в Англии) 89

И. А. Федякин. Католическая печать Италии . . 134

Ж. Кайзер. Господство рекламы (перевод В. А. Аникеева) 194

Ю. Я. Орлов. Фальшивые доводы (марксистско-ленинская теория печати в «интерпретации» одного западного референта) 208

О. Г. Панкина. Буржуазная печать Японии . . . 245

Библиография основной литературы на русском языке по зарубежной печати за последние 10 лет (1954—1963 гг.) (Составили Г. А. Голованова и Н. В. Урина) 276

Тематический план 1963 г. № 94

ЗАРУБЕЖНАЯ ПЕЧАТЬ

Редактор *Г. А. Голованова*
Переплет художника *В. А. Шорца*
Технический редактор *Г. И. Георгиева*
Корректоры *В. Г. Щербакова, Л. С. Гришаева, М. И. Эльмус*

Сдано в набор 8.X 1963 г.
Подписано к печати 27.V 1964 г.
Л-27431 Формат 84×108/32
Физ. печ. л. 9,875 Усл. печ. л. 16,59
Уч.-изд. л. 17,45 Изд. № 540 Зак. 685
Тираж 3250 экз. Цена 1 р. 20 к.

Издательство Московского университета
Москва, Ленинские горы,
Административный корпус

Набрано в типографии Издательства МГУ (филиал).
Москва, проспект Маркса, 20

Отпечатано с готового набора в типографии Изд-ва МГУ
Москва, Ленинские горы
Заказ 183

ИЗДАТЕЛЬСТВО МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА им. М. В. ЛОМОНОСОВА

имеет в наличии и высылает наложенным платежом

КНИГИ ПО ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКЕ

[illegible]

тельного периода. 3 л., 10 к.

Заказы следует направлять по адресу: Москва, В-234, Издательство МГУ. Отдел распространения.

ОПЕЧАТКИ

Страница	Строка	Напечатано	Следует читать
30	сноска	Iears	Years
31	сноска	Delhl	Delhi
165	20 сверху	(см. схему на стр. 212)	(см. схему на стр. 168-169)
230	8 сверху	о идеалами	с идеалами
297	10—11 снизу	«Азия и Африка сегодня», № 5,	«Азия и Африка сегодня», 1962, № 5,

Зак. 183