

Маршуба Денис Александрович

аспирант кафедры всеобщей истории
Рязанского государственного университета
имени С.А. Есенина,
главный специалист сектора
внешних связей администрации города Рязани

РАЗВИТИЕ АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЫ В 1920-Е ГГ. НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЙ «ЧИКАГО ТРИБЬЮН», «НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС», «ЧИКАГО ДЕЙЛИ НЬЮЗ»

Аннотация:

В статье рассматриваются тенденции развития американской прессы в 1920-е гг. Объектами изучения выступают крупнейшие газеты США: «Чикаго трибьюн», «Нью-Йорк таймс», «Чикаго дейли ньюз». Отмечается ведущая роль личности издателя, который определял философию всего издания, в рамках которой велась журналистская деятельность и соперничество с радиовещанием. Осуществлен анализ нововведений прессы, где ключевое место отводится открытию иностранных бюро газет и их значимости для расширения международных связей.

Ключевые слова:

модернизация американского общества, американская пресса, «Чикаго трибьюн», «Нью-Йорк таймс», «Чикаго дейли ньюз», международная корреспондентская сеть, радиожурналистика, стрингер.

Marshuba Denis Aleksandrovich

PhD student, General History Department,
Ryazan State University,
Chief Specialist,
External Relations Department of
Ryazan Administration

DEVELOPMENT OF AMERICAN PRESS IN 1920S BY CASE STUDY OF CHICAGO TRIBUNE, THE NEW YORK TIMES, CHICAGO DAILY NEWS

Summary:

The author studies the tendencies of the American press development in 1920s. The objects under study are the largest papers of the USA: Chicago Tribune, The New York Times, Chicago Daily News. The article notes the leading role of the identity of the publisher. He defined the paper philosophy, in terms of which journalists conducted their activity and rivaled broadcasting. The author analyzes mass-media innovations, where foreign newspaper bureaus and their importance for international relations expansion play the key role.

Keywords:

modernization of American society, American press, Chicago Tribune, The New York Times, Chicago Daily News, international correspondent network, radio journalism, stringer.

Первая мировая война и ее последствия установили новый общественно-политический порядок, для которого было характерным проявление враждебности ко всему немецкому или связанному с Германией. Система международных отношений, сложившаяся в мире, получила название Версальской, а немного позднее, после Вашингтонской конференции 1921–1922 гг., – Версальско-Вашингтонской. Одним из главных следствий данной системы стало усиление, а фактически доминирование победивших стран (Великобритании, Франции, США) в утвердившемся политическом порядке.

Мировая война позволила Соединенным Штатам закрепить за собой статус мировой державы и оказывать исключительное влияние на государства, расположенные в Восточном полушарии. Если в период с 1901 по 1914 г. основными источниками экспорта капитала были Канада, Мексика, Куба, то после 1918 г. – европейские государства и Китай [1].

Одним из индикаторов успеха Соединенных Штатов стало интенсивное развитие прессы. Так, к началу 1920-х гг. здесь издавалось 2 042 наименования газет [2, с. 12]. Основной чертой прессы этого периода была ее широкая «массовость».

Позднее с наступлением Великой депрессии [3] в 1929 г. не произошло серьезных корректировок численности печатных изданий. К 1940 г. насчитывалось 1 942 газеты. Российский историк Г.В. Прутцков в своей работе объясняет разницу в 100 газет частым объединением нескольких изданий в одно. Такой способ образования печатных синдикатов позволял выживать в непростой период начала 1930-х гг. [4, с. 12].

Дополнительно Г.В. Прутцков анализирует такую особенность американской прессы, как «урбанистическая концентрированность»: «После окончания экономического кризиса активно пошел процесс монополизации газет в небольших американских городах. Если в 1930 г. в 1 402 городах США издавались 1 002 газеты, то в 1940 г. в 1 426 городах – 1 942 газеты. Иными словами, если в 1930 г. 71,5 % городов имели по одной газете, то спустя десять лет – 76,1 %. Таким образом, конкуренция между газетами наблюдалась только в больших городах» [5].

Журналистика США живо реагировала на изменения в мире и в стране. Президент Калвин Кулидж заявил, что главное дело Америки – это бизнес, что, соответственно, повлекло за собой появление новых течений и нововведений в прессе. В 1920-е гг. модернизация публикаций вела газеты и журналы на новый уровень.

Так, в монографии «История мировой журналистики» [6, с. 162] отмечается, что для указанного периода характерен расцвет сенсационной таблоидной прессы. На этом фоне, как указывает Г. Клейн в своем диссертационном исследовании на степень доктора философии, журналистское сообщество признало «Нью-Йорк таймс» оплотом целостности и образцом журналистской этики [7, р. 150].

В то время когда синонимами публикаций прессы у большинства изданий США стали «желтизна» и «сенсационность», «Нью-Йорк таймс» не изменила своей политике, приоритетом которой был акцент на точность, широту представленных фактов и объективность их изложения.

Г. Клейн ссылается на исследование, представленное Британской национальной библиотекой, в котором газету характеризуют как одно из наиболее надежных, но не избыточное яркими сюжетами издание. Ведущую роль исследователь отводит личности главных редакторов и издателей, так как такие персоналии, как Адольф Окс («Нью-Йорк таймс»), Роберт Маккормик («Чикаго дейли трибьюн») и Виктор Лоусон («Чикаго дейли ньюз»), диктовали изданиям свою собственную философию, которая позволяет разграничивать взгляды изданий на то или иное событие или явление указанного периода.

Передовым распространителем информации в рассматриваемый период становилось радио, поэтому издателям приходилось конкурировать с новым, достаточно успешным средством массовой информации. Американская ассоциация газетных издателей обратилась к агентству «Ассошиэйтед пресс» с просьбой рассмотреть возможность прекращения поставки информации радиостанциям. Агентство согласилось, но в данном случае инициатива не достигла своей цели и спустя несколько лет была отозвана [8, с. 50].

Конкуренция между радио и газетами достигла своего апогея в 1930 г., когда «представителям прессы удалось добиться запрета на использование газетных новостей на радио. В ответ Уильям Пейли, глава корпорации CBS, поручил редактору отдела новостей из «Нью-Йорк таймс» Эду Клоберу организовать собственную службу новостей в 1930 г., что можно считать началом новой формы журналистики – радиожурналистики» [9, с. 85].

Возвращаясь к вопросу о влиянии взглядов издателей на философию газеты, отметим, что, например, философия А. Окса – это охват максимально широкого круга событий во всех сферах общества и изложение материала на страницах издания. Р. Маккормик рассматривал газету как инструмент воздействия на политические и социальные взгляды населения, то есть газета может быть использована как некий рычаг давления на власть или, наоборот, выступать проводником идей большой политики. Именно в этом кроется существенное различие в оценке влияния прессы при изложении информации. Так, в отличие от Р. Маккормика, А. Окс и его ведущий редактор Карр Ван Анда приоритетным направлением считали принципиальную объективность, даже если она противоречит позиции редакции. Кредо корреспондентов В. Лоусона заключалось не в детальном и подробном описании события, а в поиске причинно-следственных связей, которые привели к этому.

А. Окс, купив газету в 1896 г., стремился сделать из «Нью-Йорк таймс» своего рода энциклопедию, которая не будет отражать интересы партий, политических сил и иных групп людей.

В «Истории мировой журналистики» встречается довольно яркое и конкретизированное обобщение труда А. Окса по трансформации «Нью-Йорк таймс». «Газета завоевала репутацию хорошо информированного, респектабельного органа информации, посвященного в хитросплетения политических и экономических проблем. К мнениям и оценкам, высказываемым в редакционных статьях и других публикациях «Нью-Йорк таймс», были вынуждены прислушиваться американские и зарубежные политики, представители деловых кругов. Оценивая общественно-политическую роль этой газеты, американский исследователь и критик прессы Н. Хомски назвал ее нью-йоркской «Правдой»» [10, с. 157].

Основные нововведения газеты заключались в следующем: создание систематизированной базы данных для сбора максимального объема информации, где хранились все биографические сведения о политиках и бизнесменах, политическая статистика, экономические показатели, подборки газет и фотографий. Газета «Нью-Йорк таймс» и в настоящее время обладает хорошо организованной рекламной службой, которая позволяет получать высокую прибыль от коммерческих партнеров [11].

Лидером новостного рынка Среднего Запада была газета «Чикаго дейли трибьюн», которая с 1919 г. исключила из своего названия слово «daily» («ежедневный») из-за переезда головного офиса из Чикаго в Нью-Йорк. О важности газеты свидетельствует заметка в «Энциклопедии Чикаго», где имеет место следующая характеристика «Чикаго трибьюн»: «Между 1910 и 1950 гг. «Трибьюн» находилась на пике своего расцвета, когда издание возглавил внук Медилла [12] Роберт Р. Маккормик. Маккормик проводил работу под лозунгом: «Создать лучшую в мире газету». Ему удалось повысить ежедневный тираж с 230 000 экземпляров в 1912 г. до 650 000 к 1925 г.,

тем самым превратив издание в самую читаемую газету в городе. В 1925 г. организовал переезд в небоскреб «Трибьюн Тауэр». Штат «Чикаго трибьюн» насчитывал около 2 тыс. человек. В течение 1930-х и 1940-х гг. Маккормик открыто выступал против политики правительства Ф.Д. Рузвельта «новый курс» и коммунизма» [13].

Важно заметить, что в 1919 г. стоял вопрос о ликвидации «Чикаго трибьюн», так как двоюродный брат Р. Маккормика и совладелец издания Джозеф Паттерсон переместил главный офис издания в Нью-Йорк и запустил в печать новую газету «Нью-Йорк дейли ньюз». Р. Маккормик продемонстрировал огромные организаторские способности, которые позволили «Трибьюн» не просто остаться на плаву, но выйти в лидеры печатной прессы США.

Р. Маккормик выработал основные принципы, которые используются газетой и по сегодняшний день. «Чикаго трибьюн» исповедует традиционные принципы ответственного правительства, максимальной индивидуальной ответственности, минимального ограничения личной свободы, возможностей и активной позиции. Газета поддерживает открытую торговлю, свободное волеизъявление и выражение мнений. Эти сугубо консервативные по своей сути принципы представляются ориентирами и не являются догматичными.

«Трибьюн» служит открытой площадкой для дискуссий на Среднем Западе и выступает за верифицируемость непроверенных идей.

Издание придает большое значение целостности федеральной власти и местных правительств, которые играют значительную роль для общества. Газета делает это исходя из убеждения, что правительство не может управлять страной, население которой не доверяет своим лидерам. «Трибьюн» – это газета для самых разных людей... она посвящена будущему региона Чикаго» (<http://www.chicagotribune.com>).

Еще одним крупным изданием Среднего Запада была газета «Чикаго дейли ньюз». Ее особенность, как подчеркивал журнал «Тайм», заключалась в следующем: ««Чикаго дейли ньюз» стала известна благодаря своему агрессивному стилю повествования, который в 1920-е гг. принес в издание редактор Генри Джастин Смит. Статьи приравнивались к ежедневным романам. В период своего расцвета с конца 1920-х и до начала 1950-х гг. издание публиковало эксклюзивные новости от своих корреспондентов из-за рубежа».

Исследователь американской журналистики Дэвид Пол Норд писал о том, что «Чикаго дейли ньюз» была городской газетой, освещавшей предпринимательство, социальную сферу и жизнь города. «Успех газеты совпал с реформами “прогрессивной” эры, которые внедрялись во многих городах в начале XX в. В 1898 г. В. Лоусон основал службу зарубежных новостей, что стало важнейшим слагающим успеха “Дейли ньюз”» (American National Biography Online).

Обсуждение злободневных проблем позволило «Чикаго дейли ньюз» за 1920-е гг. увеличить свой тираж до 430 000 экземпляров [14].

Стоит обратить внимание на исследование американских ученых Дж. Коула и Дж.М. Хэмилтона [15]. Они делают акцент на уникальности разветвленной международной корреспондентской сети. Сильной стороной издания, по их замечанию, был его кадровый состав, особенно в зарубежных странах, что позволяло вовлекать корреспондентов в описание широкого спектра фактов и явлений. Также они приводят авторитетное мнение социолога Роберта Парка, который утверждал, что «газета – это результат исторического процесса и деятельности многих личностей, итоги работы которых непредсказуемы в принципе» [16].

Исследователи отмечают, что развитие иностранной корреспонденции в «Чикаго дейли ньюз» началось сразу после Испано-американской войны 1898 г. Уникальность этого факта в том, что они посылали специализированные группы журналистов в мирное, а не в военное время освещать конкретные сферы жизнедеятельности людей. Журналистов направляли практически во все точки земного шара, где они организовывали работу следующим образом: журналист либо отвечал за какую-либо определенную отрасль (экономика, социальная сфера, культура), либо описывал события, происходившие в отдельно взятой стране. Так стали появляться бюро газет США за рубежом.

В 1944 г. Освальд Гаррисон Виллард написал об организации деятельности иностранных бюро «Чикаго дейли ньюз» следующее: «Такой ежедневной работы американских корреспондентов прежде не существовало» [17, р. 145–146]. Д.Р. Шэнор обратил внимание на то обстоятельство, что «Чикаго дейли ньюз» обладала большим штатом корреспондентов и гарантировала оперативность предоставления информации. Другие издания учитывали это, оформляли подписку на газету, что позволяло им в дальнейшем перепечатывать свежий материал и претендовать на максимальную осведомленность в международных делах. Д.Р. Шэнор заключает, что на «Чикаго дейли ньюз» в США было подписано около 100 изданий [18]. Стоит отметить, что издатель В. Лоусон реализовал эту идею лишь в качестве эксперимента с целью увеличения количества подписчиков и читателей. Залогом успеха всей инициативы стал наем так называемых

«стрингеров», то есть охотников за новостями, которые должны были первыми оказываться на месте событий.

На этом фоне особенно заметно различие в реакции изданий на международные явления. Так, «Нью-Йорк таймс» демонстрировала единодушие с «Чикаго дейли ньюз». Обе газеты придерживались так называемой риторики «вилсонизма», то есть активного участия, а не формального присутствия США в Лиге Наций, а также лоббирования американских интересов во всех внешнеполитических аспектах, которые так или иначе затрагивают интересы страны. К вышеизложенному следует добавить открытую дипломатию и разоружение как важнейшие принципы международного диалога.

Г. Клейн, однако, критикует «Нью-Йорк таймс» по нескольким позициям. Он пишет, что газета оставалась «сухой», в ней преобладали репортажи, наполненные большим количеством информации, не хватало анализа причин явлений. Ученый резюмирует по этому поводу: «Нет никаких сомнений, что “Нью-Йорк таймс” – это не только “записывающая газета”, но и, возможно, издание номер один для всей Америки» [19, р. 150]. Автор имел в виду, что газета считает приоритетным изложение информации, передачу факта читателю, чтобы он воспринял его как данность, без рефлексирующей составляющей, в том числе и по международным вопросам.

Отдельно следует сказать о том, как выстраивал Р. Маккормик отношение своей газеты к внешней политике США. Тон статей заметно контрастировал с двумя другими изданиями.

Позиция Р. Маккормика заключалась в следующих положениях:

- 1) обязательное наращивание военного потенциала США;
- 2) игнорирование Лиги Наций;
- 3) политика изоляционизма (неучастие в европейских делах, установление господства на Западном полушарии как приоритетная задача для государства).

Однако Великая депрессия 1929 г. положила конец масштабному погружению каждой из газет в международные дела. Для изданий стало более актуальным публиковать заметки о трудностях и тяжелых последствиях кризиса. А если и затрагивались темы международного характера, то они были связаны с репарационными выплатами Германии и той ролью, которую выплаты могут сыграть в оздоровлении экономического климата в мире и исправлении тяжелого состояния внутренних дел США.

В 1920-е гг. происходили процессы планомерного роста влияния указанных изданий и образования синдикатов вокруг них. Фактически между газетами были поделены сферы влияния. Так, «Нью-Йорк таймс» была основным источником информации на всем восточном побережье, «Чикаго дейли трибьюн» господствовала в центральной части страны, а «Чикаго дейли ньюз» распространяла новости не только внутри США, но и в других странах и частях света: Канаде, Латинской Америке и Великобритании. В Британии новости из «Чикаго дейли ньюз» дублировала газета «Лондон’с дейли телеграф».

Указанные издания имели эффективно функционирующие бюро в Берлине, сохранилось большое количество архивных материалов по переписке издателей, главных редакторов и корреспондентов. Другие средства массовой информации, которые также имели сотрудников в Германии («Нью-Йорк гералд трибьюн» и «Филадельфия паблик леджер»), обширного перечня материала, к сожалению, не сохранили.

Существуют индивидуальные особенности в обмене информацией между главными офисами, расположенными в Америке, и их бюро в Германии. Как указывает Г. Клейн, активная переписка между центром и периферией у «Чикаго дейли ньюз» продолжалась с 1920 по 1926 г., начиная с 1927 г. – это единичные факты передачи материалов [20, р. 14]. Причины такой перемены требуют дополнительного изучения.

«Нью-Йорк таймс» всегда живо и подробно изучала материал из берлинского бюро, но и здесь стоит отметить, что переписка активизировалась с 1930-х гг., а достигла своего апогея после прихода Гитлера к власти.

В «Чикаго дейли трибьюн» не существовало каких-либо определенных закономерностей, так как количество посылаемого материала серьезно колебалось и в таком неравномерном обмене не прослеживались какие-либо тенденции.

Таким образом, пресса США в 1920-е гг. уловила быстрые темпы модернизации всего американского общества и пыталась выдержать конкуренцию с набирающим все большую популярность радиовещанием. Каждое из рассматриваемых изданий придерживалось собственной философии, олицетворением духа которой выступали их издатели. Они являлись хранителями традиций и проводниками идей, что, однако, не мешало обозначенным изданиям, используя технический прогресс, выходить за границы штатов и близлежащих округов. В связи с этим продолжался устойчивый рост периодической печати в 1920–1930-е гг.

Важной новаторской тенденцией 1920-х гг. стало открытие иностранных бюро для означенных изданий. Первопроходцем выступила газета «Чикаго дейли ньюз», где В. Лоусон выработал оригинальный подход для эффективного развития своих зарубежных служб. Чтобы быть в курсе всех актуальных событий, необходимо было создание дополнительного иностранного бюро. Свидетельством успешности такого подхода стали заимствование другими изданиями идеи В. Лоусона и правильная ее апробация. Великая депрессия приостановила развитие печатных изданий, но в пользу газет сыграла потребность социума в информации, а следовательно, необходимость совершенствования средств и методов ее подачи. Последующие десятилетия наглядно продемонстрировали, что американские газеты были одним из наиболее конкурентоспособных источников информации в мире. Они остаются такими и сегодня.

Ссылки:

1. Дралин А.И., Михнева С.Г. Внешнеэкономическая деятельность : учеб. пособие. Изд. 2-е, перераб. и доп. Пенза, 2006. 127 с.
2. Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики 1929–2011. М., 2011. 432 с.
3. Великая депрессия – мировой экономический кризис. Датой его начала стал биржевой крах в США в «черный четверг» 24 октября 1929 г.
4. Прутцков Г.В. Указ. соч. С. 12.
5. Там же.
6. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П. История мировой журналистики. М. ; Ростов н/Д., 2003. 331 с.
7. Klein G.A. The American press and the rise of Hitler, 1929–1933 : dissertation submitted for the degree of PhD. London, 1997. 344 p.
8. Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., 1991. 209 с.
9. Лучинский Ю.В. Очерки истории зарубежной журналистики : учеб. пособие. Краснодар, 1996. 140 с.
10. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П. Указ. соч.
11. Там же.
12. Дж. Медилл – издатель и главный редактор «Чикаго дейли трибьюн» с 1855 г. Открыто пропагандировал взгляды республиканской партии на страницах своей газеты.
13. Chicago Tribune [Электронный ресурс] // Encyclopedia of Chicago. URL: <http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/pages/275.html> (дата обращения: 27.01.2017).
14. Chicago Daily News [Электронный ресурс]. URL: <https://chicagology.com/newspapers/dailynews/> (дата обращения: 06.03.2017).
15. Cole J., Hamilton J.M. A natural history of foreign correspondence: a study of the Chicago Daily News, 1900–1921 [Электронный ресурс] // Journalism and Mass Communication Quarterly. 2007. Vol. 84, no. 1. Spring. URL: <https://www.questia.com/library/journal/1P3-1298789731/a-natural-history-of-foreign-correspondence-a-study> (дата обращения: 28.01.2017).
16. Ibid.
17. Villard O.G. The disappearing daily. N. Y., 1944. 285 p.
18. Shanor D.R. CDN: what we'll miss about the Chicago Daily News // Columbia Journalism Review. 1978. Vol. 17, iss. 1. May/June. P. 35–37.
19. Klein G.A. Op. cit. P. 150.
20. Ibid. P. 14.

References:

- Andrunas, ECh 1991, *Information elite: corporations and the news market*, Moscow, 209 p., (in Russian).
- Bespalova, AG, Kornilov, EA & Korochensky, AP 2003, *History of world journalism*, Moscow, Rostov-on-Don, 331 p., (in Russian).
- Chicago Daily News 2017, viewed 06 March 2017, <<https://chicagology.com/newspapers/dailynews/>>.
- 'Chicago Tribune' 2017, *Encyclopedia of Chicago*, viewed 27 January 2017, <<http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/pages/275.html>>.
- Cole, J & Hamilton, JM 2007, 'A natural history of foreign correspondence: a study of the Chicago Daily News, 1900–1921', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 84, no. 1, Spring, viewed 28 January 2017, <<https://www.questia.com/library/journal/1P3-1298789731/a-natural-history-of-foreign-correspondence-a-study>>, <https://doi.org/10.1177/107769900708400111>.
- Dralin, AI & Mikhneva, SG 2006, *Foreign economic activity*, textbook, 2nd ed., Penza, 127 p., (in Russian).
- Klein, GA 1997, *The American press and the rise of Hitler, 1929–1933: dissertation submitted for the degree of PhD*, London, 344 p.
- Luchinsky, YuV 1996, *Essays on the history of foreign journalism*, study guide, Krasnodar, 140 p., (in Russian).
- Prutskov, GV 2011, *The history of foreign journalism in 1929-2011*, Moscow, 432 p., (in Russian).
- Shanor, DR 1978, 'CDN: what we'll miss about the Chicago Daily News', *Columbia Journalism Review*, vol. 17, iss. 1, May/June, pp. 35–37.
- Villard, OG 1944, *The disappearing daily*, New York, 285 p.