

DOI 10.15826/izv2.2019.21.4.080

О. В. Хаванова

УДК 94(100)“1914/19” + 94(439) + 070.13 +
+ 316.356.4Институт славяноведения РАН
Москва, Россия

ВЕНГРИЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ВОЙНЫ И ТОТАЛЬНАЯ ПРОПАГАНДА*

Рец. на кн.: *Propaganda: politika, hétköznapi és magas kultúra, művészet és média a nagy háborúban / szerk. Ifj. I. Bertényi, L. Boka, A. Katona. Budapest : Országos Széchényi Könyvtár, 2016. 542 old.: ill.*

Во многих странах Европы 2014–2016 годы прошли под знаком столетия Первой мировой войны, также известной как Великая. Венгрия — одно из государств, понесших в результате этого глобального вооруженного конфликта катастрофические потери. Вступив в войну как равноправная часть большой композитарной монархии, страна по мирным договорам, подписанным в 1920 г. в Версале, лишилась двух третей территории, изменился этнический состав ее населения, вокруг появилось кольцо враждебно настроенных держав. В этой связи повышенный интерес к Великой войне в современных гуманитарных науках и венгерском обществе в целом понятен. В последние годы прошли десятки выставок и научных конференций. В статье рассматриваются материалы представительного междисциплинарного форума, на котором ведущие венгерские историки, литературоведы, искусствоведы обратились к феномену пропаганды, поставили задачу выявления ее форм, механизмов влияния на население, контроля за прессой, формирования общественного мнения, отношения к войне интеллектуалов; исследования функций материальных объектов с пропагандистским содержанием — от памятников на улицах города до предметов обихода и сувениров. Авторы рецензируемого издания приходят к заключению, что если война и пропаганда связаны в истории континента со времени Религиозных войн, то тотальная война, в которой стиралась граница между фронтом и тылом, и тотальная пропаганда, превращавшая тексты, изображения в визуальные объекты и предметы, окружавшие человека в повседневной жизни, патриотические послания, впервые в такой полноте появляются в начале XX в. Обоснованным представляется звучащий в статьях сборника вывод о том, что память о годах войны заслонила травма после гибели многонациональной империи. Историкам только предстоит в конкретно-исторических и обобщающих исследованиях определить меру влияния пропаганды на поколения Великой войны.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Великая война; Венгрия; пропаганда; мобилизация; общество; патриотизм; национализм; цензура; пресса; литература и искусство.

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках проекта № 18-09-0036а «Дипломаты, публицисты, ученые-путешественники о Восточной, Центральной и Юго-Восточной Европе Нового времени: от наблюдений к знаниям».

Ц и т и р о в а н и е: *Хаванова О. В.* Венгрия в годы Великой войны и тотальная пропаганда. DOI 10.15826/izv2.2019.21.4.080 // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 2 : Гуманитар. науки. 2019. Т. 21. № 4 (193). С. 241–247. Рец. на кн.: *Propaganda: politika, hétköznapi és magas kultúra, művészet és média a nagy háborúban / szerk. Ifj. I. Bertényi, L. Boka, A. Katona.* Budapest : Országos Széchényi Könyvtár, 2016. 542 old.: ill.

Поступила в редакцию 09.05.2019

Принята к печати 22.10.2019

Olga V. Khavanova

Institute of Slavic Studies RAS

Moscow, Russia

HUNGARY IN THE GREAT WAR AND TOTAL PROPAGANDA

Review of: Bertényi, Ifj. I., Boka, L., & Katona, A. (Eds.). (2016). *Propaganda: politika, hétköznapi és magas kultúra, művészet és média a nagy háborúban* [Propaganda: Politics, Everyday Life and High Culture, Arts and Media in the Great War]. Budapest: Országos Széchényi Könyvtár. 542 p.: ill.

In many countries of Europe, the years between 2014 to 2016 marked the 100th anniversary of World War I also known as the Great War. Hungary is one of the states which suffered catastrophic losses in this global military conflict. It joined the war as an equal part of a big composite monarchy and eventually, in accordance with the peace treaties signed in 1920 in Versailles, lost two thirds of its territory, turned into a virtually monoethnic state and found itself surrounded by hostile powers. In this regard, it is clear why the Great War is of considerable importance for the contemporary humanities and Hungarian society. Recently, dozens of exhibitions and scholarly conferences have been organised all over the country. This article considers the proceedings of a representative interdisciplinary forum where Hungarian historians, literary historians, and art historians examined the phenomenon of propaganda, formulated the task taxonomising its forms, or mechanisms of influencing the population, control over the written press and media, formation of public opinion, intellectuals' attitude to the war and studying of the propaganda message of material objects – from monuments in public spaces to utensils and souvenirs. The authors of the work reviewed come to the conclusion that if war and propaganda have been interconnected since the wars of religion of the early modern period, the total war which erased the division line between the front and the rear, and total propaganda, which turned texts, images, visual, and material objects surrounding people in their everyday life into patriotic messages, first appear in their full form in the early twentieth century. It seems that the conclusion most of the authors come to is that the memory of the Great War was replaced by the trauma after the collapse of the multinational empire, and historians in their case studies and comprehensive works have to measure the extent to which propaganda influenced mass and individual consciousness of the Great War generation.

К е у о r d s: Great War; Hungary; propaganda; mobilisation; society; patriotism; nationalism; censorship; press; literature and arts.

Acknowledgements

The article is supported by the *Russian Foundation for Basic Research* in the framework of project 18-09-0036a “Diplomats, Publicists, Scholars-travelers about Eastern, Central and South-Eastern Europe of the Modern Times: From Observations to Knowledge”.

C i t a t i o n: Khavanova, O. V. (2019). Vengriia v gody Velikoi voiny i total'naia propaganda [Hungary in the Great War and Total Propaganda]. *Review of: Bertényi, Ifj. I., Boka, L., & Katona, A. (Eds.). (2016). Propaganda: politika, hétköznapi és magas kultúra, művészet és média a nagy háborúban* [Propaganda: Politics, Everyday Life and High Culture, Arts and Media in the Great War]. Budapest: Országos Széchényi Könyvtár. 542 p., ill. *Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 2: Humanities and Arts*, 21, 4 (193), 241–247. doi: 10.15826/izv2.2019.21.4.080

Submitted on 09 May, 2019

Accepted on 22 October, 2019

Первая мировая война сыграла роковую роль в судьбе Австро-Венгерской монархии: начавшись как блицкриг, на фоне единодушного общественного одобрения и ожиданий скорой победы, она сменилась затяжными позиционными боями на далеких фронтах. Общество, которому приходилось мириться с последствиями введения мобилизационной экономики, отвечало поддержкой массовых партий националистического и леворадикального толка. Конец войны означал не только гибель империи Габсбургов, но и появление на карте континента Венгрии, лишившейся двух третей исторической территории, зажатой в кольцо враждебно настроенных держав, объята реваншистскими и ирредентистскими настроениями. За четыре года войны, согласно статистике, приводимой ведущим специалистом по истории XX в. *И. Ромшичем* в рецензируемом сборнике, с территории исторической Венгрии на фронт призвали 3,4 млн чел., из которых полмиллиона погибли и более 800 тыс. попали в плен. В территориально урезанной межвоенной Венгрии проживало 115 тыс. инвалидов, 61 тыс. вдов и 56 тыс. военных сирот (о. 35).

В современной Венгрии общественный интерес к тематике Великой войны не случаен: память о ней жива в семейных преданиях, фотографиях, письмах, предметах, несущих отпечаток эпохи. В 2014–2016 гг. в столичных и провинциальных музеях были организованы многочисленные тематические выставки. Одним из значимых событий стала экспозиция в Венгерской национальной библиотеке «Пропаганда в годы Великой войны». В начале 2016 г. в рамках выставки прошла междисциплинарная конференция «Пропаганда: политика, повседневная и высокая культура, искусство и медиа в Великой войне». В конце того же года в свет вышел сборник статей под редакцией историка *И. Бертени-мл.*, литературоведа *Л. Бока* и искусствоведа *А. Катона* (все трое также кураторы библиотечной выставки).

Считается, что пропаганда и война неразрывно связаны в истории континента по крайней мере начиная с Религиозных войн раннего Нового времени, но тотальный характер как война, так и пропаганда обретают в Первую мировую,

когда уровень развития промышленного производства и распространение массовых армий стерли границу между фронтом и тылом, когда и на фронте, и в тылу всеми доступными средствами демонизировали врага и превозносили правоту собственного правительства. В то же время, авторитетный специалист по истории прессы *Г. Бузинкаи* предостерегает от того, чтобы считать любое опубликованное или высказанное мнение пропагандой только потому, что оно совпадает с тем или иным официальным течением. Для пропаганды нужны массовость аудитории, усилия, сознательно нацеленные на формирование общественного мнения, и односторонность распространяемой информации (с. 232). Именно таким явлениям в общественной жизни и художественной культуре посвящен сборник статей.

Л. Карвалич предложил оригинальную периодизацию историографического осмысления феномена пропаганды, разбив процесс на четыре «стадии взросления». Превращение пропаганды в объект и предмет исследования связано не с Великой, а со Второй мировой войной. Первые работы в этой области касались ее военной и дипломатической истории, и авторы — волей-неволей обращаясь к сюжетам начала столетия — заложили фундамент историографии вопроса. На второй стадии в поле зрения исследователей стали попадать всё новые явления: сначала и главным образом тексты — пресса, затем визуальные послания материальной культуры — плакаты, фотодокументы, кинохроника, открытки. Изучались как каналы, по которым действовали пропагандистские институты, так и содержание их посланий, механизмы распространения и воздействия на целевые аудитории. Третья стадия ознаменовалась канонизацией исследований по истории пропаганды, обретших уже свою нарративную традицию: теперь пропаганде посвящали не отдельные статьи, а целые книги. Наконец, четвертая стадия предполагает выход на метауровень, когда предметом анализа становится не только пропаганда, но вся сложная «инфозкосистема» официальных доктрин, цензуры, почтового сообщения, слухов и городских легенд, внутри которой ученый должен отвести пропаганде надлежащее ей место (с. 50–55).

Статьи первого раздела **«Пропаганда и ее формы»** можно условно разбить на следующие тематические группы: действующие лица, институции, национальности. Если главным акторам пропагандистской машины — журналистам — посвящен особый раздел, то здесь в фокусе внимания исследователей оказываются ученые и священники, и шире — экспертное сообщество, наука и церковь. Государство привлекло интеллектуалов для чтения научно-популярных лекций определенной идеологической направленности, призванных открыто поддерживать войну или подводить к мысли о необходимости ее оправдания (*Э. Балаж*). Впрочем, ангажированность иногда стоила репутации и карьеры: признанный швейцарский судебный эксперт *Р. А. Рейсс* так решительно встал на сторону сербов в пропагандистской войне, развязанной Австро-Венгрией, что в конце концов вызвал у мирового сообщества скорее подозрения в предвзятости, чем доверие к выводам своих эмпирических исследований (*Ф. Поллман*). Пожалуй, единственной сферой, где элементы пропаганды имели скорее положительное

влияние, была религия. Тексты католических военно-полевых молитвенников, свидетельства полковых капелланов и простых солдат о религиозных практиках в условиях боевых действий, по мнению *Н. Штенцингера*, облегчали жизнь солдата на войне.

Многоликость пропагандистских приемов, призванных консолидировать общество или коммерциализировать патриотизм, иллюстрируют исследования о предметах обихода и сувенирах с патриотической символикой (*С. Заводи*), наглядной агитации с портретами правителей союзнических государств (*Т. Секей*), использовании публичного пространства в целях символического приближения тыла к фронту, как в первом «военном скансене» («мирном окопе») на одной из улиц Будапешта (*Э. Солецки*). Во всех трех статьях поднимается вопрос о многообразии форм отъема денег у населения на нужды фронта и культивирования чувства сопричастности к Великой войне через символический акт приобретения сувенира или входного билета.

Тематику сборника и состав авторов отличает определенная венгероцентричность. Хотя в нескольких статьях говорится о том, что поражение в войне и гибель исторической Венгрии неразрывно связаны с ростом политических движений немадьярских национальностей королевства, анализ этих процессов предлагает только словацкий историк *Р. Голец*. Проанализировав формы идеологического давления на словацкое общество, он убедительно доказывает, что агрессивная, высокомерная риторика венгерского истеблишмента, тиражирование, прежде всего военными ведомствами, негативных стереотипов о словаках, наконец, подрывная деятельность в Лондоне и Париже чешского и польского эмиграционных комитетов склонили чашу весов общественного мнения на сторону провозглашения единого государства чехов и словаков. К сожалению, в сборнике отсутствуют сходные по глубине и убедительности статьи о южновенгерских сербах или румынах Трансильвании.

Наименее удачным представляется включение в сборник статей о промышленности и торговле в условиях военного времени. Сами по себе статьи *Р. Тёрёка* об экспорте колониальных товаров и *В. Ковача* о военно-промышленном комплексе двуединой монархии являются оригинальными конкретно-историческими исследованиями, но их связь с пропагандой условна, скорее речь может идти об изучении ограничений, налагаемых не столько цензурой, сколько мобилизационной экономикой военного времени.

Статьи из раздела «**Пресса и руководство СМИ**» характеризуют наиболее общие принципы деятельности прессы в условиях военного времени (*Г. Бузинкаи, Д. Сабо, П. Вишце, Т. Клестинец*), формы и механизмы контроля над периодической печатью через Штаб военной прессы, привлекавший к сотрудничеству не только журналистов и писателей, но и художников и музыкантов (*Т. Балла*), пропагандистские приемы кинохроникеров, пережившие войну и саму двуединую монархию и с успехом перенятые Венгерской советской республикой (*Б. Вёрёш*). Авторы обращают внимание на то, что, при всем стремлении властей сделать пропаганду тотальной, в одном издании могли

сосуществовать пропагандистские и нейтральные материалы, часть публикаций лишь формально совпадала с позицией редакции, наконец, сохранялась возможность противостоять военно-пропагандистскому официозу. В Венгрии, как в стране, где мадьяры едва составляли половину населения, гражданские власти проявляли осторожность во всем, что касалось межнациональных отношений. Правительство работало с лидерами национальных движений, чтобы те через свои печатные органы транслировали сторонникам идею поддержки войны.

Если в первом разделе речь шла о формах воинственной метафоричности пропаганды, то в разделе «*Литература и война*» фокус смещается на артикуляцию культурного неприятия и отторжения победоносного официоза, пророчество грядущей катастрофы. Это справедливо для статей об антиутопии «Роман будущего века» (1872) М. Йокаи, который фактически предрекает Первую мировую войну, революцию в России и распространение новых видов вооружения (*М. Вереш*), о гражданственном, антивоенном пафосе публицистики великого венгерского поэта Э. Ади (*А. Борабаши*), религиозных мотивах в антивоенных стихах классика венгерской поэзии М. Бабича (*Б. Виши*), препарировании механизма культа войны в романе классика венгерского критического реализма Ж. Морица «Зеркало» (*А. Чеве*), культуре венгерского кабаре как параллельной реальности, где слушателей побуждали не принимать официальную военную пропаганду, но формировать собственное мнение о происходящем (*Ж. Рожсфалви*).

Не всем авторам при этом удалось сохранить сфокусированность на пропаганде и ее роли в рождении или распространении художественного текста. Наиболее близок к заявленной теме *Л. Бока*, который рассмотрел популярные литературные антологии периода Великой войны. Писатели считали создание духоподъемных текстов вкладом в победу, видели в войне творческую силу, способную вызвать к жизни социальные изменения. В то же время литература поднимала многие этические вопросы, диссонировавшие со звуком победных фанфар, живописала страдания, боль потерь и в конечном итоге становилась инструментом пацифистской пропаганды.

Итог анализу литературного процесса подводит *Ж. Силады*, которая ставит под вопрос широко распространенное утверждение, будто венгерские писатели в общем патриотическом порыве делали вид, что войны не существует, и в лучшем случае отправлялись на войну корреспондентами. В самом деле, большого романа о Великой войне создано не было, но причины этого следует искать не в равнодушии, а в том, что последовавшая затем гибель исторической Венгрии заслонила память о войне, причина оказалась изолированной от следствия (с. 413).

Заключительный раздел книги посвящен искусству и визуальной культуре. *Д. Сюч* в эссе о фотографии и художнике Леопольде Хермане и *Й. Мурадин*, исследующий судьбы и творчество художников из Трансильвании, задаются вопросом восприятия войны глазами ее свидетелей и участников, влиянии войны как эпизода творческой биографии на послевоенные произведения. *И. Бертени-мл.*

проанализировал широко распространенную в годы Первой мировой войны, но ныне совершенно забытую практику установки «гвоздевых памятников», в которой причудливо переплелись фандрайзинг, патриотический ажиотаж и китч. Противоречие между официальной установкой и художественным вкусом показала А. Катона на примере тематики специализированных журналов по искусству, авторы которых постепенно приходили к отторжению милитаристской пропаганды по соображениям неприятия навязываемой обществу патриотической безвкусицы.

Заключительное исследование в книге — статья Г. Шаму-Ботонда о пропагандистских картах периода Великой войны — выходит за хронологические и тематические рамки сборника. Автор предложил логичную и исчерпывающую их классификацию: зоо- и антропоморфные карты, где отдельные страны воплощают животные или человеческие фигуры с узнаваемыми атрибутами национальной принадлежности (как правило, костюм); карты территориальных претензий; карты воображаемой молниеносной войны, на которых столица противника уже окрашена в цвета победителя; карты (в том числе воспроизведенные на открытках) с портретами военачальников, в ходе боевых действий менявшихся изображенные на картах политические реалии; и пр. Вывод автора о том, что в подобных пропагандистских картах информативная и манипулятивная функция были неразрывно связаны, несомненно, может быть распространен и на сферы публицистики, художественной литературы и изобразительного искусства.

В целом, сборник можно назвать концептуальной удачей авторского коллектива. Число статей, воспроизводящих результаты уже опубликованных исследований, как и статей, тематически не вписывающихся в проблематику тома, невелико. Российские историки, изучающие историю Великой войны, при желании смогут найти публикации многих авторов сборника на английском или немецком языках. Отмечая актуальность заявленной темы, можно процитировать слова Р. Голеца о том, что «опыт и травма войны затронули людское сознание гораздо глубже, чем мы думаем сегодня» (с. 71). Возможно, здесь следует искать ответы на многие вопросы о внутренней политике и межгосударственных отношениях в Центральной Европе в период между двумя мировыми войнами.

Хаванова Ольга Владимировна

доктор исторических наук, заместитель
директора
Институт славяноведения РАН
119334, Москва, Ленинский пр., 32а
E-mail: khavanova@inslav.ru

Khavanova, Olga Vladimirovna

Dr. Hab. (History), Deputy Director
Institute of Slavic Studies RAS
32a, Leninsky Ave., 119334 Moscow, Russia
Email: khavanova@inslav.ru
ORCID: 0000-0002-7694-5292
Scopus AuthorID: 57194105806