

УДК 070:94(430)+94(73) (Газеты. Пресса. Журналистика. История Германии. История Соединенных Штатов Америки)

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ГИТЛЕРА В СМИ США. «ПИВНОЙ ПУТЧ»

© 2018 М.И. Тулузакова

Тулузакова Маргарита Игоревна, аспирант кафедры всеобщей истории. E-mail: tuluz-pearl@rambler.ru

Самарский государственный социально-педагогический университет

Статья поступила в редакцию 28.02.2017

В статье изучается проблема реакции американской прессы на попытку переворота в Германии в 1923 г. Изучены причины «Пивного путча» с точки зрения прессы. Показано как шёл процесс накопления информации о путче, роль и отношение к нему различных представителей прессы США, международная реакция на становление нацизма. Проанализирована роль Гитлера в попытке переворота. Доказывается прямое воздействие мнений главных редакторов крупных американских газет на формирование информации о перевороте в Германии. Анализ реакции прессы США на Пивной путч показывает, что американские газеты в первые же дни развития событий взяли их под своё пристальное наблюдение. Причём, тенденции характерные для центральной прессы (освещение международных событий, стремление к аналитике и прогнозам), так же свойственным и небольшим местным периодическим изданиям. Информационное обеспечение Пивного путча показывает, что уже в 1923 г. прессе США чётко разошлась в оценках по поводу самого важного вопроса: поддержать мятежников или осудить их. Показано как образ «Пивного путча» повлиял в будущем на формирование политики умиротворения агрессоров. Анализ реакции прессы США на Пивной путч показывает, что американские газеты в первые же дни развития событий взяли их под своё пристальное наблюдение. Причём, тенденции характерные для центральной прессы (освещение международных событий, стремление к аналитике и прогнозам), так же свойственным и небольшим местным периодическим изданиям. Информационное обеспечение Пивного путча показывает, что уже в 1923 г. прессе США чётко разошлась в оценках по поводу самого важного вопроса: поддержать мятежников или осудить их.

Ключевые слова: Адольф Гитлер, СМИ США, «Пивной путч»

Изучение истоков формирования образа угрозы войны в Европе в межвоенный период важно для понимания будущих основ политики умиротворения агрессора, которую проводили «западные демократии», во многом опираясь на общественное мнение [1, с. 142–159; 2, с. 37–49]. Поэтому, важно рассмотреть – как именно шёл процесс формирования общественного мнения вокруг первой попытки А. Гитлера придти к власти в Германии. Первые сообщения прессы малых и средних городов США о Гитлере и Пивном путче отличались неточностью и большим количеством предположений. Так, не смотря на участия в событиях Гитлера, американская пресса расценила Людендорфа, как лидера неудавшегося переворота. «The Utica Press» (Нью-Йорк) охарактеризовала Гитлера как «всего лишь прикрытие, за которым Людендорф и его монархические соратники организовали путч». Именно Людендорф, как более известный политик, понес и всю тяжесть насмешек и издевательств американских журналистов. Весьма оперативно на события в Германии откликнулись политические

карикатуристы: «One World» (Нью-Йорк) выпустил рисунок «Диктатор на день», который изображал Людендорфа, поджаривающим себя с кружкой пива в руке. В это же время карикатура в «Literary Digest» изображала его как лыжника, спускавшегося с горы и врезавшегося головой в большое дерево, которое изображало правительство Германии [3, р. 14 – 15].

Тем не менее, некоторые газеты продолжали считать ультраправых в Германии хронической проблемой для парламентской демократии. Хотя «Boston Post Dispatch» утверждал, что неудачная попытка переворота доказала большую жизнеспособность республиканской Германии, чем ожидалось, «Springfield Union» (Массачусетс) нашёл, что «ситуацию трудно диагностировать кроме как – длительный беспорядок, проявляющий себя в той или иной форме» [4, р. 18].

Генри Менкен в «Baltimore Sun» был еще более пессимистичен, говоря о том, что не смотря на то, что Гитлер и Людендорф не имеют достаточной силы для объединения Германии под реакционным контролем, по всем разделам Рейх

становится все более привлекательным для ба-варцев идеалом [4, р. 19].

Видно, что пресса малых и средних городов США не совсем точно разобралась в действующих лицах мятежа, а это оказало воздействие на американских читателей, придав образу Гитлера черты (монархизм и автократия), не укладывающиеся в русло его политических взглядов. С иных позиций к проблеме оценке Пивного путча подошли гиганты американской прессы.

Пивной путч появился на первых страницах сразу трех ведущих газет – «New York Times», «Chicago Daily Tribune» и «Chicago Daily News», с тремя разными традициями публикаций. Тот факт, что статьи о Пивном путче оказались именно на первых полосах, показывает, что журналисты отличили его от стандартных новостей и поместили в разряд сенсаций.

На новости о Пивном путче в «New York Times» оказывало влияние на стремление владельца газеты, Адольфа Окса, сделать издание наиболее полным и всеобъемлющим источником новостей. «The Times» печатала больше статей и слов, чем любая другая газета в мире. Окс использовал самую большую сеть национальных и интернациональных репортеров. Кроме того, как директор Associated Press, Окс активно использовал еще и этот ресурс. Однако, на решение выделить Пивной путч среди других новостей в «New York Times» повлияло и то, что Окс называл философией издания. В отличии от большинства своих современников, варьирующих на первой странице международные, национальные, региональные и местные новости ежедневно, Окс использовал одну-две международные новости на первой странице, отдавая им явное предпочтение. Следовательно, высокая репутация «New York Times» могла как ослабить, так и усилить внимание американской общественности к Пивному путчу.

Владелец «Chicago Daily Tribune», полковник Роберт Маккормик, исходил в подаче новостей из других установок: в отличии от «New York Times», которую читала в основном образованная и влиятельная элита, «Chicago Daily Tribune» читалась широкими массами Среднего Запада. Маккормик предложил уникальную комбинацию новостей и развлечений, которая отвечала интересам самой разнообразной аудитории. В ожесточенном газетном бизнесе Чикаго «Chicago Daily Tribune» расположилась между «желтой» «Chicago American» и серьезной «Chicago Daily News». На протяжении трех дней (9, 10, 12 ноября 1923 года) крупные заголовки сообщали о по-

ражении мятежа Гитлера-Людендорфа на первой полосе «Chicago Daily Tribune», что было вполне примечательно для газеты, рассчитанной на жителей Среднего Запада, большинство из которых никогда не покидали пределов своей страны [5. Р. 33; 6. Р. 1].

Достаточно неожиданным для американских читателей было появление новости о Пивном путче на первой странице «Chicago Daily News» (9 и 10 ноября) [7, р. 21]. Ее издатель, Виктор Фремонт Лоусон, всегда был уверен, что читатели Чикаго более заинтересованы в местных и национальных новостях, чем в зарубежных. Поэтому, в международных событиях 1920-х годов газета часто занимала как интернационалистическую, так и изоляционистскую позицию, т.к. редакция давала возможность корреспондентам трактовать события на свое усмотрение.

Видно, что в конце 1923 года три ведущие американские газеты находились под влиянием совершенно различных подходов как к отбору, так и к подаче новостей. Поэтому, для более объективного и всестороннего понимания реакции общественности США на Пивной путч и первые попытки Гитлера захватить власть, необходимо рассмотреть эволюцию сообщений данных периодических изданий о ноябрьских событиях 1923 года.

Информационное освещение Пивного путча в «New York Times», «Chicago Daily Tribune» и «Chicago Daily News» началось 9 ноября со сводки о заговорщицкой деятельности в мюнхенском «Бюргербройкеллер» и завершилось с арестом Гитлера 13 ноября. Освещение включало в себя эксклюзивную информацию от корреспондента «Chicago Daily Tribune», Ларри Рю, который предоставил материал с места происшествия из Бюргербройкеллер, а также «Chicago Daily News» опубликовал статью, написанную самим Людендорфом.

Все три газеты продемонстрировали абсолютно разное понимание и версии относительно происхождения, развития и последствий неудавшегося государственного переворота в Германии. Такая ситуация обусловлена не только различными взглядами владельцев и редакторов газет (об этом говорилось выше), но и различными источниками информации, которые были в распоряжении каждой из газет. Благодаря конкуренции ведущих СМИ США образ Пивного путча и образ «нацистской угрозы» получился в нескольких версиях. Однако, у всех версий были свои некоторые общие места.

Передовицы «New York Times», «Chicago Daily Tribune» и «Chicago Daily News», посвященные Пивному путчу, отражают отношение руководства газет к Веймарской республике и Версальского договору в целом. «New York Times» и «Chicago Daily News» осудили путч и высказали безоговорочную поддержку Веймарской республике, «Chicago Daily Tribune» же критиковала Веймарскую республику за проявление левых тенденций. Анализ сообщений прессы также показывает, что освещение в газетах внутренней политики Германии представляло собой дебаты между интернационалистами и изоляционистами: положительный портрет Веймарского режима был создан для оправдания возможного вмешательства Америки в европейские дела, в то время как, негативное представление должно было усиливать отстраненность Соединенных Штатов.

Такое толкование объясняет, почему «New York Times» и «Chicago Daily News» одобряли в своих передовицах стойкость и характер Веймарской республики, а «Chicago Daily Tribune» нет. Более того, эта интерпретация объясняет, почему «The Times» и «Daily News» впоследствии будут превозносить республику, даже когда похвала станет совершенно необоснованной.

Первые страницы «The New York Times» и «Chicago Daily News», как правило, были зеркальным отражением друг друга. «The Times» поддержала настроения президента Эберта, заявившего, что фашистско-монархический заговор был «делом сумасшедших» и что Людендорф и Гитлер были «больше готовы к игре в комической опере, чем к серьезной попытке свержения Берлинского правительства» [6, р. 1]. Хотя и менее издевательски, Daily News осудила путч с аналогичной силой. «Успех движения [Людендорфа/Гитлера] поверг бы Германию в гражданскую войну», - написало издание, по мнению Daily News, общество осознало, что «нет спасения в монархической, милитаристской и буржуазной реакции» [7, р. 1].

Г. Клейн эмоционально комментирует эти публикации, «обе газеты беззастенчиво поставили себя позади неоперившейся Веймарской республики» [4, р. 29]. Убежденные, что единство, порядок и свобода в Германии были невозможны без истинно республиканского режима, оба издания считают, что Веймарская республика продемонстрировала стойкость и жизнеспособность во время мятежа. «New York Times» пошла дальше, заявив, что, если бы переворот распростра-

нился на Берлин, то огромная масса немецких рабочих прибегла бы к всеобщей забастовке, показывая свою приверженность республиканской форме правления [6, р. 1]. «Chicago Daily News» утверждала, что неудавшийся путч четко указывал на лояльность Рейхсвера Веймарской республике [7, р. 1].

В ретроспективе, каждая статья переоценила верность населения республике. Не было сделано ни единого упоминания относительно разочарования немецкого народа от гиперинфляции и долгового кризиса в Германии. Непокколебимая вера The New York Times в прозорливость немецкого народа будет постоянной темой ее передовиц, освещающих подъем нацизма, даже на высоте электоральных успехов Гитлера.

Издатель Chicago Daily Tribune, полковник Роберт Маккормик, признался Сигрид Шульц, своему корреспонденту в Берлинском бюро, что считает Людендорфа сумасшедшим [4, р. 29]. Но на страницах своего издания не только отказался от критики немецкого генерала, но и от обсуждения Пивного путча вовсе, в то время, как его коллеги из The New York Times и Chicago Daily News проводили настоящее расследование вопроса, единственная заметка на передовице Chicago Daily Tribune, с названием «Социалистическая неудача», состояла из шести предложений: «Одной из видимых причин бедности в Германии является неспособность социалистического правительства во благо народа подавить или хотя бы сдерживать действия спекулянтов и эксплуататоров. Голодные бунты вскрыли негодование людей. Полиция остается в стороне и не встает на пути у толпы. Кажется, все что правительство может сделать – это позволить народу выплеснуть свое негодование на определенные классы. Защита народных масс от эксплуатации привилегированными классами – главная задача социалистического государства, а Берлинское руководство считает себя именно таким. Но оно не в состоянии сдерживать крупных промышленников, спекулянтов и расхитителей от добавления страдания людям, не имеющим даже скудного пропитания» [7, р. 1].

Маккормик обладал репутацией многословного человека, и такая статья как «Социалистический провал» была явно коротка для него. Название заметки говорит о том, что он считал Веймарскую республику катастрофой для немецкого народа, так как видел в ней левую природу. В дальнейшем Маккормик будет указывать на неспособность Веймарского правительства спра-

виться с главной задачей социалистического режима – защитить граждан от притеснения со стороны крупных капиталистов.

Кроме того, все три влиятельных газеты объединяет стремление сравнить события в Германии с другими революционными процессами. Весьма характерно, что «New York Times» и «Chicago Daily News» избрали для этого классический взгляд на международные процессы в контексте противопоставления «свой / чужой», сравнивая Веймарскую республику с Америкой в 1780-ые годы, тогда как «Chicago Daily Tribune» сравнивала ее с Россией 1917 года. И в то время, когда Times и «Chicago Daily News» представляли Пивной путч как «колоссальный триумф режима Густава Штрэземана», «Chicago Daily Tribune» говорила о том, что сама попытка переворота является показателем слабости строя, вызванного его социалистическими тенденциями.

Можно констатировать, что уже в первый день формирования образа Пивного путча «New York Times» и «Chicago Daily News» в своих публикациях поддержали Веймарскую республику, а «Chicago Daily Tribune» – нет. Скорее всего, такая позиция объясняется как внутренней политикой указанных периодических изданий, их журналистскими традициями, так и взглядами руководства газет. Кроме того, на реакцию данных изданий оказывала воздействие их позиция по отношению к оккупации Рура, озвученная в начале 1923 года.

Первая реакция на путч прессы малых городов была, во многом, определена новостными гигантами. Так, издания «Warsaw Daily Times», «Toledo Blade», «Toledo News-Bee», «Spokane Daily Chronicle» поддержали идею о совместном неудачном заговоре Людендорфа и Гитлера [8, р. 1; 9, р. 1; 10, р. 1; 11, р. 1]. Причём, «Warsaw Daily Times» указывает на монархические устремления лидеров путча и в его подавлении видит победу демократических сил Германии. «Toledo News-Bee» повторяет эти сообщения на первой полосе, но с предположением, что Гитлер ранен в ходе подавления мятежа. Кроме того, газета делает предположение (снова почерпнутое из центральной прессы), что в случае победы Людендорф стал бы диктатором.

Примечательно, что из крупных изданий только журналисты «New York Times» пытались проследить происхождение Пивного путча. Кирилл Браун, начальник Берлинского бюро, утверждал, что решение немецкого правительства закончить пассивное сопротивление франко-бельгийской оккупации Рура в сочетании с при-

зраком коммунистической революции побудило Гитлера планировать переворот на начало сентября, но он должен был ждать одобрения от Людендорфа. Опираясь на неуказанные инструкции Гитлера, Браун указывал на веру нацистского лидера в то, что восстановление династии Виттельсбахов в Баварии сможет разжечь революцию в других сепаратистски настроенных частях республики. Это могло бы заставить их отвернуться от Пруссии и сплотиться вокруг Баварии в новой империи [6, р. 2]. Новостной отдел «New York Times» заострил внимание на том, что именно Гилер – не Людердорф, не фон Кар или кто-то еще – был движущей силой переворота. «Chicago Daily Tribune» и «Chicago Daily News» вторили этому настроению, хотя заголовок «Daily News» вводит в заблуждение, указывая на обратное [7, р. 1]. Не смотря на признание за Гитлером центральной роли в перевороте ни одна из трех газет не уделила внимания его личности и взглядам. Вместо этого они ориентировались на «громкое имя» Людендорфа.

Некоторые версии о причинах путча выдвигала пресса и малых городов. Так, «The Southeast Missourian» 9 ноября 1923 года сообщала об «известных сильных монархических настроениях в Баварии», которыми и попытался воспользоваться Людендорф [12, р. 1]. Гитлер же, по мнению газеты, руководствовался иными причинами – «сбросить с германии англо-еврейский контроль».

Зато «Painesville Telegraph» (Огайо) пошла дальше даже некоторых центральных газет в попытках объяснить причины путча. Во-первых, это, по мнению журналистов издания, политика Франции в отношении побеждённой Германии. Во-вторых, сильные монархические взгляды жителей Баварии. В-третьих, националистическая пропаганда Гитлера [13, р. 1].

Каждая газета, освещавшая Пивной путч демонстрирует важнейшую особенность международных репортажей: попытки предсказать ход событий во время кризиса. Здесь снова наблюдаются расхождения во взглядах. Кирилл Браун из «New York Times» и Хирам Модервелл из «Chicago Daily News» признавали всю серьезность кризиса, оба предполагали, что путч потерпит неудачу. Браун предполагал, что переворот был бы подавлен, когда Гитлер и Людендорф начали движение на Берлин [6, р. 1]. Модервелл, с преимуществом более поздней подачи материала, утверждал, что путч будет подавлен через 24 часа [7, р. 1]. Явно контрастировала с этими тезисами «Chicago Daily Tribune», чей корреспондент,

Джон Клейтон полагал, что немецкая армия вскоре начнет стекаться под штандарт Людердорфа и Гитлера, за этим последует марш на Берлин и захват власти. Несмотря на ошибочность предсказания, сама его суть характеризует взгляды «Chicago Daily Tribune».

Пример Клейтона демонстрирует стремление журналистов к сенсациям. Не смотря на то, что центр Берлина был спокоен в ночь на 9-ое ноября, Клейтон передает в своем репортаже, что город был близок к беспорядкам: «Мы обнаружили полную готовность полиции. Их пулемёты еще не были полностью готовы, но уже были размещены в стратегических местах, чтобы контролировать улицы» [7, р. 1].

Совершенно иное мнение и оценка Модервелла ситуации в Берлине: «Поразительно насколько малое впечатление оказали вчерашние драматические события в Мюнхене на массы в Берлине. Берлин воспринимает новости из Мюнхена спокойно, люди занимаются своими делами. Ничего не нарушало покой ночи и раннего утра» [7, р. 1].

Эволюция заголовков «Chicago Daily Tribune» с 30 октября по 6 ноября 1923 года показывают стремление редакторов чикагской газеты поддерживать у читателей веру в нестабильность правительства Германии и возможную победу заговорщиков: 30 октября – «Берлинское правительство рухнет, так как вытесняет саксонцев» [7, р.1]; 31 октября – «Роялисты двигают пушки на Берлин»; 1 ноября – «Армия из 30000 человек идет к Берлину»; 3 ноября – «Новый диктатор Германии, социалисты толкают народ к монархии»; 5 ноября – «Полное изъятие власти у Штреземана диктатором, конец парламентскому правлению в Германии»; 6 ноября – «Немцев призвали к оружию для победы над роялистами» [4, р. 33].

Если бы Клейтан предсказывал провал Пивному путчу, он бы отвергал сенсационный подход своей газеты. Следовательно, если была какая-либо перспектива для удачного переворота, он должен был поддерживать этот вариант. Только встретив полномасштабные доказательства провала путча, Клейтон будет вынужден признать его.

В деятельности Клейтона нет ничего удивительного, это было характерной чертой публицистской философии полковника Маккормика. Газета Маккормика часто применяла «кричащие» заголовки. Его точка зрения на маркетинг представляла собой упор на менее образованные слои

населения, что достигалось за счет броского названия статей. Также заголовки статей Маккормика отражали его политические взгляды. Все иностранные новости представлялись в призме англофобического изоляционизма и навязчивого антикоммунизма. Из трех ведущих газет, изученных в ходе данного исследования, «Chicago Daily Tribune» наиболее настойчиво поднимала призрак коммунистической революции в стране и за рубежом. Эта тема вездесуща в освещении событий в Германии. Хотя и ожидая крах Веймарской республики «Chicago Daily Tribune», она колебалась в предсказаниях между восстановлением монархии и захватом власти коммунистами. Можно с уверенностью сказать, что постоянное использование алармистских заголовков нанесло ущерб репутации газеты.

Адольф Окс, в отличие от Маккормика, пытался привлечь читателя, используя наиболее широкий, комплексный подход в освещении событий. Для этого The New York Times напечатала гораздо больше статей, чем Chicago Daily News и Chicago Daily Tribune. Репортажи вытекали из 4 источников: от шефа бюро Кирилла Брауна, сообщавшего о событиях в Мюнхене и реакции в Берлине, от главы европейской службы; Эдвина Джеймса, работавшим в Париже и информировавшим о французской реакции на события; от неназванного журналиста (вероятно, П.Дж. Филлипа), который делал репортажи из Кобурга, находившегося в 150 милях от Мюнхена, о возможном распространении восстания на соседние области; и от неизвестного журналиста, который работал над историческим фоном события.

Не смотря на совместные усилия, основное бремя освещения Пивного путча упало на плечи Брауна. Он отвечал за два важнейших аспекта переворота – за события в Мюнхене и за реакцию правительства Рейха. К сожалению, Home Office, полагал, что работа Брауна оставляла желать лучшего. В его защиту стоит сказать, что Браун опирался на оценку штурма Гитлером Бюргербройкеллера 8 ноября и подавление путча 9 ноября от Associated Press и, вероятно, от Berliner Lokalanzeiger [4, р. 40]. Это остановило Брауна от анализа событий, акцент статьи направлен на всеобъемлющее изложение новости, а не на ее интерпретации, что будет характерно для следующих сюжетов. Сам Браун был виновен в непредставлении надлежащей информации о реакции правительства Штреземана в Берлине. Хотя он отметил, что канцлер Штреземан и президент Эберт провели заседание в полночь 9-ого

ноября, Браун не смог сообщить содержания правительственного заявления, опубликованного часом позже.

Репортажи «Chicago Daily News» оказались в более надежных руках. Хирам Модервелл нашел эффективный способ сбора информации по всей Германии. Он осознал, что, в отличие от всей остальной Европы, где новости исходят преимущественно из столицы, германская децентрализация повлекла за собой широкий спектр источников новостей по всей стране. Модервелл часто путешествовал по Германии, так как считал, что «большая история, чаще всего, лежит за пределами Берлина» [4, p. 42]. Также Chicago Daily News пользовалась услугами Уильяма Нэша, но его неспособность установить дружескую связь с нацистами лишала газету интервью очевидца событий в Бюргербройкеллере.

Вероятно, неудача Пивного путча была для Модервелла поводом для торжества. Как и многие корреспонденты, работавшие за границей, он сопереживал своей новой родине. Он восхвалял Германию за ее стойкость перед лицом французского военного давления.

Личные взгляды Модервелла повлияли на его подачу новостей. Например, во время Рурского кризиса журналист заявил, что «чувствовал бы себя преступником, если бы его статьи могли

оправдать франко-бельгийское вторжение, издевательства, голод и расстрел гражданских лиц в мирное время», но в то же время переживал из-за того, что публикации оказались эмоционально окрашены. Его оптимистичные сообщения из Германии о Пивном путче позволяли надеяться, что народ сможет спасти себя из неизбежного хаоса.

Анализ реакции прессы США на Пивной путч показывает, что американские газеты в первые же дни развития событий взяли их под своё пристальное наблюдение. Причём, тенденции характерные для центральной прессы (освещение международных событий, стремление к аналитике и прогнозам), так же свойственным и небольшим местным периодическим изданиям. Информационное обеспечение Пивного путча показывает, что уже в 1923 г. прессе США чётко разошлась в оценках по поводу самого важного вопроса: поддержать мятежников или осудить их. Позиция, занятая влиятельной «Chicago Daily Tribune» – критика правительства Германии, поиск оправданий для Людендорфа, большая боязнь коммунистического переворота, чем ультраправого, заложит информационную базу для будущего оправдания политики «умиротворения агрессоров».

1. Буранок С.О. Аншлюс, Мюнхен, Польша... Пресса США и угроза войны в 1938–1939 годов // Россия XXI. 2014. № 5. С. 142–159. (Buranok S.O. Anshlyus, Myunxen, Pol'sha... Pressa SShA i ugroza vojny' v 1938–1939 godov (Anschluss, Munich, Poland ... us Press and the threat of war in 1938–1939). *Rossiya XXI*. 2014. № 5. S. 142–159).
2. Буранок С.О. Образ победы над Германией в англоязычной прессе // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2015. № 1 (78). С. 37–49. (Buranok S.O. Obraz pobedy` nad Germaniej v angloyazy`chnoj presse (The image of victory over Germany in the English press). *Vestnik Rossijskogo gumanitarnogo nauchnogo fonda*. 2015. № 1 (78). S. 37–49)
3. Literary Digest, 24 November 1923, pp.14–15.
4. Gary A. Klein. *The American Press and the Rise of Hitler, 1923–1933*. London, 1990.
5. Edwards, J. *The Foreign Policy of Col. McCormick's Tribune, 1929–1941*.
6. New York Times. 1923. November 10. P. 1.
7. Chicago Daily News. 1923. November 10. P. 1.
8. Warsaw Daily Times. 1923. November 9. P. 1.
9. Toledo Blade. 1923. November 9. P. 1.
10. Spokane Daily Chronicle. 1923. November 9. P. 1.
11. Toledo News-Bee. 1923. November 9. P. 1.
12. Southeast Missourian. 1923. November 9. P. 1.
13. Painesville Telegraph. 1923. November 9. P. 1.

THE FORMATION OF HITLER'S IMAGE IN THE USA MEDIA. THE BEER HALL PUTSCH

© 2018 M.I. Tuluzakova

Margarita I. Tuluzakova, graduate student of the Department of World History E-mail: tuluz-pearl@rambler.ru

Samara State University of Social Sciences and Education

The article studies the problem of the reaction of the American press to an attempted coup in Germany in 1923. The reasons for the "Beer Hall Putsch" from the point of view of the press were studied. It shows how the process of accumulating information about the putsch, the role and attitude of various representatives of the US press to him, and the international reaction to the formation of Nazism. The role of Hitler in the coup attempt is analyzed. The direct influence of the opinions of the chief editors of large American newspapers on the formation of information on the coup in Germany is proved. An analysis of the reaction of the US press to the «Beer Hall Putsch» shows that American newspapers in the first days of events took them under their close observation. Moreover, the trends typical for the central press (coverage of international events, the desire for analytics and forecasts), also characteristic of small local periodicals. Information support of the Beer Putsch shows that already in 1923 the US press was clearly divided in assessments about the most important issue: to support the rebels or to condemn them. It is shown as an image of the "Beer Hall Putsch" influenced in the future on the policy of pacification of the aggressors. An analysis of the reaction of the US press to the Beer Putsch shows that American newspapers in the first days of events took them under their close observation. Moreover, the trends characteristic of the central press (coverage of international events, the desire for analytics and forecasts), also characteristic of small local periodicals. Information support of the Beer Putsch shows that already in 1923 the US press clearly disagreed on the most important question: support the rebels or condemn them.

Keywords: Adolf Gitler, USA media, The Beer Hall Putsch.