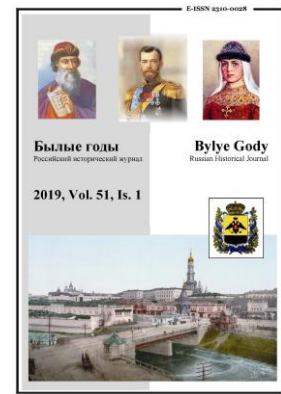


Copyright © 2019 by International Network Center for
Fundamental and Applied Research
Copyright © 2019 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the USA
Co-published in the Slovak Republic
Bylye Gody
Has been issued since 2006.

E-ISSN: 2310-0028
Vol. 51. Is. 1. pp. 447-455. 2019
DOI: 10.13187/bg.2019.1.447
Journal homepage: <http://ejournal52.com>



The Image of the "German Conqueror" in the British and Russian Propaganda of the First World War Period: A Comparative Analysis

Pavel V. Ulyanov ^{a, *}

^a Altai State University, Russian Federation

Abstract

The First World War (1914-1918) is an illustrative historical example of the conduct of centralized and large-scale propaganda of the "image of the enemy" in many participating countries. In modern science, when studying propaganda during the First World War, researchers believe that in each participating country agitation was of the same type and had more similarities than differences. In Great Britain, Russia, Germany and even in France, central bodies were created, responsible for mass agitation, leaflets were distributed, rallies, demonstrations and military parades were held. However, the researchers do not take into account the fact that each country is distinguished by its specificity, which greatly influences the formation of the "image of the enemy", considered as the content of propaganda information. At the same time, the "image of the enemy", disseminated by means of campaign materials, was distinguished by certain features and was formed under the influence of various kinds of factors. In this regard, I would like to consider the issue of similarity and difference of images on the example of such distinctive and different from each other states, such as the United Kingdom and the Russian Empire. Therefore, in this article, the author compares the experience of propaganda of the "image of the German conqueror" in Great Britain and in the Russian Empire. His task is to highlight the common and distinctive features of this image, which was distributed among the population of the two countries during the First World War. As a conclusion, it should be said that despite the presence of similar methods and goals of propaganda, its content had distinctive features, which only underlines the identity of a particular country.

Keywords: the "Image of the Enemy", propaganda, propaganda in Great Britain, propaganda in the Russian Empire, propaganda during the First World War, World War I.

1. Введение

Актуальность темы исследования обусловлена увеличением роли пропаганды «образа врага» и воздействия СМИ на человеческое сознание в современном мире. Во многих странах она принимает широкомасштабный характер, так как охватывает все слои населения и распространяется посредством различных методов и технологий. При этом в каждой стране пропаганда проводится под влиянием не только общеизвестных и общедоступных средств и приемов, но и особенностей менталитета, национальных традиций, конкретных исторических событий. Тем самым пропаганда и ее содержание в отдельно взятой стране имеют как отличительные, так и схожие черты.

В связи с этим нами выбран период Первой мировой войны в качестве примера проведения централизованной и широкомасштабной пропаганды для манипулирования массовой аудиторией внутри государства и ориентирования ее в то русло, которое было вызвано военно-политической обстановкой. В этот исторический период в пропаганде распространялся образ мнимого или реального «завоевателя» в качестве «внешней угрозы», символизирующей завоевание и порабощение. Задача пропаганды заключалась в оказании воздействия на психофизиологические чувства людей и побуждении их преодолеть социальное табу на применение физической силы по

* Corresponding author

E-mail addresses: imperialnext@mail.ru (P.V. Ulyanov)

отношению к «врагу» вплоть до его уничтожения. Образ «врага-завоевателя» играл роль возбудителя, приводящего к выработке у человека условного рефлекса. Последний активизировал в мужском сознании защитнические функции и инстинкт самосохранения, проявляемые в форме вынужденного физического насилия над «опасным объектом» с целью защиты территории, женщин и детей с точки зрения своей жизнедеятельности и продолжения рода.

Такая методика воздействия, которая развивалась еще со времен древности, в каждой стране имела схожие и отличительные черты в процессе формирования «образа врага-завоевателя». Поэтому проблема, которая основывается на том, какие особенности проявляются в содержании пропаганды, дает возможность сравнить опыт продвижения в массы «образа немца-завоевателя» в качестве «внешней угрозы» в Великобритании и в Российской империи.

С другой стороны, выбранные нами государства имперского типа с очень богатой историей и отличительными национальными чертами и культурными элементами, накопили к началу XX века богатый опыт имперского владычества и приобрели общего «потенциального противника» в лице Германии. В связи с этим автор ставит целью сравнить британский и российский опыт пропаганды «образа немца-завоевателя» в период Первой мировой войны и выделить общие и отличительные черты продвигаемого в массы образа.

2. Материалы и методы

В качестве исторических источников нами использованы агитационные материалы (плакаты и карикатуры, листовки и прокламации, стихи и песни, речи политических деятелей и царские манифесты), периодическая печать и источники личного происхождения.

Используемые материалы агитационной направленности можно разделить на три группы: к первой – относятся визуальные средства пропаганды, в которые входят плакаты и карикатуры. На них присутствуют образы правителей, государств и народов. В отличие от карикатур, плакаты более простые в плане анализа источники. Главное в них – краткий слоган, отражающий смысл изображения. Во второй группе собрана печатная продукция, среди которой сборник британских прокламаций ([King Albert's Book, 1914: 17-18](#)) и тексты российских листовок, представленных в монографии российского историка А.Б. Асташова ([Асташов, 2012: 307-384](#)). В эту же группу входят речи политических деятелей, например Д. Ллойда Джорджа ([Ллойд Джордж, 2014: 208](#)), и царский манифест об объявлении российским правительством войны с Германией, опубликованный в сборнике документов ([Мировые войны..., 2002: 100-101](#)). В третью группу определены произведения массового характера: стихи британских поэтов-фронтовиков ([Rosenberg, 2014: 18](#)) и записи песен российских исполнителей (Д. Богемского и др.).

Периодическая печать включает в себя журналы и газеты. В качестве примера британской периодики можно привести сатирический журнал «Punch» ([Punch, 1914: 17](#)) и газету «The Daily Mail» ([The Daily Mail, 1915: 87-88](#)). Российская периодика представлена журналами «Русская школа» ([Русская школа, 1914: 129-132](#)) и «Родник» ([Родник, 1915: 52-68](#)).

Источники личного происхождения состоят из мемуарной литературы, дневниковых записей, писем, авторских статей и литературных произведений. Их особенность заключается в отражении личной оценки событий Первой мировой войны и субъективном отношении автора к «немцу-врагу». Мемуары представлены трудами британского дипломата Дж. Бьюкенена ([Бьюкенен, 1991: 334](#)) и сотрудника царской ставки М.К. Лемке ([Лемке, 1989: 388-403](#)). Среди дневниковых записей присутствует работа британского офицера А. Нокса ([Нокс, 2014: 671](#)). Письма британского солдата М. Джеймса ([James, 2014: 43](#)) и российского офицера А.Н. Снесарева ([Снесарев, 2012: 800](#)) также входят в эту группу. Личная оценка событий войны отражена в повести английского писателя Р. Киплинга ([Kipling, 2011: 331](#)) и рассказе советского писателя С.Н. Сергеева-Ценского ([Сергеев-Ценский, 1989: 17-365](#)). Исключением являются статьи английского писателя и журналиста А. Конана Дойла, собранные в его сборнике статей ([Конан Дойл, 2008: 316-319](#)), так как писались по заказу официальной власти, и их можно отнести к периодической печати.

В основе методологии исследования лежит принцип историзма и системный подход, в связи с которыми проблема пропаганды «образа немца-завоевателя» на примере Великобритании и Российской империи во время Первой мировой войны рассматривается как целостная, сложная и динамично развивающаяся система под влиянием внутренних и внешних факторов в конкретный исторический период с учетом его специфики.

В соответствии с методологией исследования использовались анализ и синтез в качестве общелогических методов. Среди специально-исторических методов применялись сравнительно-исторический, системно-исторический и историко-генетический. В качестве междисциплинарных нами были задействованы методы сравнения и гипотетико-дедуктивный.

3. Обсуждение и результаты

В историографии данная проблема отражена очень слабо и поэтому требует комплексного подхода к ее изучению. О ней вскользь упоминают британские историки И. Бэкетт ([Beckett, 2006: 394-517](#)), М. Гилберт ([Гилберт, 2014: 768](#)), Дж. Киган ([Keegan, 2014: 500](#)) и Н. Стоун ([Стоун, 2010: 219](#)). Незначительная попытка сравнения британского и российского опыта пропаганды образа немца как

«врага-завоевателя» показывает, что они в основном делают акцент на общих тенденциях и чертах сформированного образа Германии. Однако историки не выделяют отличительные черты в опыте обоих государств. Конкретный характер проблема приобретает во французской историографии. Ж.-Ж. Беккер (Беккер, 2006: 157) и С. Монтан (Montant, 2014: 154-163), несмотря на то, что, ставя проблему сравнения и выделения отличительных черт в пропаганде «образа немца-завоевателя», делают акцент только на проблеме дегуманизации «врага» в средствах агитационной направленности. Немецкий историк С. Мюллер (Müller, 2002: 427) и американский ученый Н. Гуллейс (Gullace, 1997: 714-747) заостряют внимание только на схожих чертах образа немца как «завоевателя», формируемых в контексте проявления национализма во время войны. В российской историографии В.Б. Миронов (Миронов, 2014: 304), Ю.Ю. Хмелевская (Хмелевская, 2005: 150-158), Н.Н. Юдин (Юдин, 2014: 288), Е.С. Сенявская и В.В. Миронов (Мировые войны..., 2002: 519-537) выделяют моменты, которые сближают и отличают российскую пропаганду от британской. В качестве примера они приводят стереотипы, приписываемые «немцу-врагу», ассоциируемому с завоеванием и порабощением. Однако в процессе поиска было трудно обнаружить конкретные позиции, позволяющие выделить различия между образами «немца-агрессора» в пропаганде обеих стран. Таким образом, при рассмотрении историографии нами не выявлены работы целостного изучения поставленной проблемы. Поэтому, опираясь на выводы и наработки исследователей, попытаемся комплексно рассмотреть данный вопрос.

Сначала выделим общие черты в пропагандируемом образе «немца-завоевателя», предназначенном для выработки у человека условного рефлекса. Главная цель заключалась в том, чтобы побудить людей к пожертвованию своими жизнями с целью защиты территории своего государства от завоевания войсками «врага», а также собственных женщин и детей от порабощения. И Великобритания в лице Бюро военной пропаганды, и Российская империя в лице IV Отдела Генерал-квартирмейстера Генерального штаба использовали этот прием в пропаганде, побуждая мужское население вступать в ряды вооруженных сил и защищать свои дома, жен и детей. В пропаганде на Германию возлагалась ответственность за развязывание военного конфликта. Усилившаяся «патриотическая лихорадка» привела к развитию антинемецких настроений как в Российской империи, так и в Великобритании. Немцев за проявление захватнических настроений, особенно в отношении нейтральных стран, обвиняли в применении вооруженной силы (Бьюкенен, 1991: 118).

В пропаганде обеих стран было отражено побуждение людей к защите отдаленной территории в качестве мотивации их на борьбу с «врагом». Так, для Великобритании необходимо было защитить Бельгию от нападения немецкой армии. Поэтому в пропаганде создавался «образ жертвы германской агрессии» (Grey, 1914: 97-98) и «образ незащитной девушки», подвергшейся насилию со стороны кайзера Вильгельма II (Punch, 1914: 239). Похожая тенденция проявилась и в пропаганде Российской империи. В качестве «жертвы агрессии» выступила Сербия (Мировые войны, 2002: 100). В результате «немец-завоеватель» приобрел черты «верного пса» правителя Германии. Поэтому в обоих государствах пропаганда отражала такой «образ завоевателя», который привлек бы внимание мужского населения и пробудил бы в нем признаки агрессии к «врагу», влекущие к его уничтожению.

Пропаганда, проводимая Великобританией и Российской империей, имела общие цели, что привело к отражению схожих черт в «образе немца-завоевателя». Здесь следует выделить влияние исторического контекста. Так, в Великобритании формирование «образа завоевателя» основывалось на англо-германском антагонизме. Корни этого явления уходили во времена вторжения на Британские острова германских племен англов, саксов и ютов (V-VII века). Во время войны в стихотворениях поэтов-фронтовиков черты антагонизма проявились в форме отрицания родства между британцами, потомками бриттов, и немцами, потомками германцев (Rosenberg, 2014: 18). С другой стороны, историческое событие о вторжении норманнов во главе с Вильгельмом Завоевателем в 1066 году повлияло на формирование образа кайзера Вильгельма II как «нового завоевателя» (Ллойд Джордж, 2014: 61).

В российской пропаганде значимым историческим событием было «Ледовое побоище» 1242 года как столкновение русских и немцев (Лемке, 1989: 401). Это привело к тому, что в пропаганде российский солдат ассоциировался с «богатырем русским», а немец – с «нечестивым тевтоном».

Еще одной общей чертой британской и российской пропаганды было наличие в ее содержании «образа варвара». В британской пропаганде немец был представлен как «воинствующий варвар». Обособление представлений о «миролюбивых» британцах и «воинственных» немцах основывалось на дихотомии «цивилизация» – «варвары». Именно она стала основой образа «немца-завоевателя» и отсылкой к историческому прошлому Великобритании. Посредством ее призывали всех подданных Соединенного Королевства не допустить очередного завоевания Британских островов «континентальными варварами».

В российских средствах массовых коммуникаций «образ немца-варвара» был своеобразным. Первая его особенность заключалась в том, что «тевтонский варвар» отличался «безбожностью», «бездуховностью», «воинственностью», «кровожадностью» и «жестокостью» (Асташов, 2014: 349, 353-355, 357). Вторая сводилась к ассоциации его с «пруссским милитаризмом», шедшим со стороны

Запада. Кстати, образ Пруссии как родины милитаризма имел место и в британской пропаганде, что также роднит ее с российской (Нокс, 2014: 30-31). Поэтому пропагандисты и призывали население Российской империи в очередной раз защитить свою страну от «захватчиков».

Здесь стоит упомянуть про «образ тевтонского рыцаря». В британской пропаганде Германия преподносилась «жесточкой цивилизацией», где силу имели «бронированный кулак» и «блистающие доспехи» (Ллойд Джордж, 2014: 16, 17, 18). В российской пропаганде символ «бронированного кулака» ассоциировался с немецкой армией (Степун, 2008: 8). Помимо этого, Пруссия как «эпицентр военщины» отождествлялась с Германией. Так, в обеих странах «образ немца-завоевателя» ассоциировался с «германским миром» и выполнял функцию обособления британских национальных особенностей (например, идей либерализма) и «черт русскости» (христианской морали) от тевтоно-германских элементов (зверств, проявляемых на оккупированных территориях).

К тому же во время вооруженного конфликта и британцы, и россияне по отношению к немцам использовали однотипное прозвище – «гунны» («Huns» в английских источниках) (Ларионов, 2014: 126-128; Киплинг, 2013: 13). С одной стороны, «образ гунна» был связан с «образом варвара» и подчеркивал в «немце-враге» черты «дикости» и «отсталости». Его нередко сравнивали с «кочевником», сражающимся в чистом поле по отсталой тактике. С другой стороны, «образ гунна» был характеристикой «немца», преподносимой в шуточной форме с целью показать его недалеким и трусливым. Пропагандисты целенаправленно снижали степень дегуманизации образа «немца-завоевателя» и продвигали его в массы, чтобы успокаивать население в военное время.

Наибольшая степень дегуманизации была присуща образам Германии в виде «черного орла» и «дракона». Последние были главными действующими персонажами и олицетворяли «сущест в хищными повадками». На британской карикатуре журнала «Punch» германский «черный орел» изображен в виде хищной птицы, угрожающей белому голубю (символу мира) (Punch, 1914: 17). Как персонаж он отражал возможность Германии продолжать войну и ее жизнеспособность (The War Illustrated..., 1917: 5). «Зеленый дракон» (а точнее «виверна») изображался в сражении с рыцарем. В Российской империи «черный орел» преподносился в форме «опасности» и его рисовали в схватке с двуглавым орлом (символом России) (Великая европейская..., 2014: 253). В свою очередь «дракон» вписывался в сюжет битвы Святого Георгия Победоносца со змеем, что также подчеркивает в Германии стремление к завоеванию (Великая европейская..., 2014: 252), вследствие чего в этих странах популярность приобрели образы «британского рыцаря» времен короля Артура и «русского богатыря», которые были для населения узнаваемыми героями, укрепляющими боевой дух и «оборонное сознание» людей. Спрос на подобных персонажей был вызван военным временем, требующим проявления стойкости и отваги.

В качестве еще одного сходства можно выделить восприятие немца (немецкого солдата) в «образе внешнего визуального врага». В британской армии солдаты Соединенного Королевства видели в немце «врага» «стойкого», «осторожного», «внимательного» и «бесстрашного» (Levine, 2009: 30, 35, 43, 136). С другой стороны, поскольку «образ военного противника» носит амбивалентный характер, то черты «ярости», «жестокости», «стремительности» и «злости» приписывались немецким войскам на войне (Chew, Jopson, 2014: 47, 59, 61). В боевом опыте российских солдат была тенденция воспринимать «врага» «воинственным», «дерзким» и «упорным», приписывая ему черты «целеустремленности». Похожая тенденция свидетельствует о восприятии «немца-завоевателя» в виде «внешней угрозы» в боевом опыте обеих армий, при этом в нем отражались черты, которые свидетельствовали об ужасной силе и поведении во время боя. Также в «военном противнике» можно было увидеть черты «потрепанности» и «беззащитности», что отмечается в письмах российского офицера А.Е. Снесарева (Снесарев, 2012: 45, 63).

Выделенные общие черты британской и российской пропаганды «образа немца-завоевателя», а именно схожие цели, опора на исторический контекст, прозвища немцев и символы говорят о некоей близости между образами «немца-завоевателя». Далее перейдем к выделению отличительных особенностей.

Главным отличием между британской и российской пропагандой «образа немца-завоевателя» было наличие в первой признаков общеимперской идентичности. В этом плане пропагандисты призывали всех подданных Британской империи вступить в борьбу с «внешним врагом» с целью защитить свою империю от «враждебной» (King Albert's Book, 1914: 17). В связи с этим немец рассматривался как «стремительный захватчик» (Паттерсон, 2014: 32, 207). Главную роль здесь сыграл островной менталитет жителей Британских островов, отчего «немец-завоеватель» рассматривался как «потенциальный захватчик», способный осадить Соединенное Королевство, словно крепость. «Идея морского могущества» и «идея содружества наций» в Великобритании слились в единую концепцию борьбы с германским военно-морским флотом за сохранение связи между метрополией и ее владениями (Черчилль, 2016: 102). В ней «немец-враг» преподносился «общеимперским врагом», стремившимся установить свои позиции на атлантических коммуникациях и покончить с Британией как с империей. Образ Бельгии как «жертвы агрессии» подчеркивает захватнические устремления Германии в отношении стран, неспособных оказать сопротивление (The Daily Mail, 1915, 87). Поэтому он приобрел черты общеимперского врага и даже общенационального, так как преподносился в прессе «угрозой» для всей британской нации.

В российской пропаганде черты имперскости были завуалированы и шли в контексте, отчего главным аргументом были этническая и религиозная идентичности, которые были провозглашены еще накануне войны. Защита Сербии как «слабого союзника» и ее православного славянского народа (Головин, 2001: 293; Polyakova, 2016: 14) стала мотивом вступления России в войну. Близость, воплощенная в «идее единства славян», между россиянами и сербами стала одним сюжетов российской пропаганды и развивалась до 1917 года. В результате роста популярности среди россиян «сербского сюжета» российские пропагандисты приписывали Германии черты «врага всего славянства» (Русская школа, 2014: 130). Задача их заключалась в сплочении всего населения империи на борьбу с «внешним врагом», однако препятствием для реализации такой идеи была национальная неоднородность Российской империи.

Также российская пропаганда, в отличие от британской, содержала в себе черты религиозности, так как Русская православная церковь была одним из агитационных акторов. Ее влияние было велико потому, что в обществе господствовало религиозное сознание, и связь россиян с РПЦ была важным фактором, обеспечивающим воздействие на население с целью его успокоения во время войны. О влиянии церкви свидетельствует изображение на плакатах Святого Георгия Победоносца, поражающего копьём «змея» («дракона»). Под влиянием церковных служителей шел призыв среди людей вступать в борьбу с «немцем-завоевателем». Поэтому «святорусские богатыри», защищающие свое отечество, противопоставлялись «нечестивым тевтонам» (Оськин, 2010: XIX).

Еще в Российской империи Первой мировой войне приписали образ «Второй Отечественной войны». Борьба россиян с «немцем-завоевателем», которая носила защитнический характер, стала делом «священным», отчего образ «немца-врага» сочетал в себе дегуманизированные черты, влиявшие на чувства людей. Очень хорошо был вписан в пропаганду «немец-завоеватель» в образе «векового врага», стремившегося с древних времен захватить территорию России (Лемке, 2014: 402). Этот метод воздействия использовали для объяснения населению причин вступления государства в вооруженный конфликт и оправдания агрессии по отношению к «врагу».

Основным символом «векового немца-врага» был «бронированный кулак» (Сергеев-Ценский, 2014: 63). Он приписывался с целью продемонстрировать населению Российской империи, что немцу присущ на подсознательном уровне «воинственный дух». Нечто подобное можно увидеть в письмах британского солдата М. Джеймса (James, 2014: 23-25). На этом отличии шло обособление «воинственного» немца от россиянина-защитника. Пропаганда стирала представления о жителе Германии, а формировала образ «немецкого солдата-захватчика», действующего по приказу кайзера. Поэтому в России во время войны «немец-завоеватель» ассоциировался с воинственностью (Кирш, 2014: 42). Пропаганда оправдывала агрессию по отношению к «немцу-врагу» и была нацелена на демонстрацию защитнической позиции российской армии.

Британская пропаганда, как и российская, также оправдывала действия вооруженных сил Соединенного Королевства. В ней немецкому народу приписывали черты страдающих от «военизированной лихорадки» людей (Берти, 2014: 88). Однако пропаганда Великобритании строилась не на религиозных, а на рациональных началах. Так, на примере Бельгии можно увидеть грамотное оправдание с точки зрения законности ее действия по вводу войск на территорию суверенного государства для предотвращения германской агрессии (King Albert's Book, 1914: 17). Великобритания, оправдывая введение своих войск в Бельгию, обвинила Германию в провокации ее совершить данное действие, отчего немцев изображали «интервентами» и «оккупантами».

Однако здесь имели место отличительные признаки. Зверства германских солдат на территории Бельгии британское правительство расценивало не просто как акт агрессии, а как преступление против человечества в целом. По этому поводу английский писатель А. Конан Дойл в газете «Нью-Йорк таймс» подробно описал германские зверства, чтобы продемонстрировать обществу «варварское поведение врага» (Конан Дойл, 2003: 317-318). В этом плане английское либеральное общество настаивало на силе закона, отчего в пропаганде имел место рациональный взгляд. И все же в немце пропагандисты выделяли черты «военного противника», чтобы не провоцировать британских солдат проявлять враждебность к немцам-военнопленным (Kipling, 2013: 13).

В Российской империи влияние пропаганды зверств немецких солдат в отношении мирного населения на оккупированных территориях основывалось на чувственном восприятии. Особенно негативную реакцию вызывало желание Германии провести «германизацию славянского населения» на захваченных польских территориях (Родник, 1915: 52).

Последнее, что можно выделить в качестве отличительных черт, так это особенности развития образа. В 1917 году в России образ «немца-завоевателя» претерпел изменение в связи с революционными событиями, хотя немец как «захватчик» и «агрессор» сохранялся в российской пропаганде до ноября 1918 года. В Великобритании «образ немца-завоевателя» сохранил основу, но степень его дегуманизации с 1916 года резко снизилась из-за разочарования населения в скорейшем окончании войны. В целом можно сказать, что и в России, и в Великобритании черты, которые были приписаны «немцу-завоевателю», сохранились и проявились в более поздние периоды, например во время Второй мировой и Великой Отечественной войны.

4. Заключение

Таким образом, поскольку «образ немца-завоевателя» использовался в пропаганде в качестве метода воздействия для выработки у человека условного рефлекса на «внешнюю агрессию», то сравнение британской и российской пропаганды позволяет выделить общие и отличительные черты образа, формировавшегося в сознании населения обоих государств. В качестве общих черт следует отметить защиту своей территории и территории другой страны, схожие символы («черный орел» и «дракон»), позволяющие ассоциировать их с Германией, «образ варвара», «образ военного противника» в форме «внешней угрозы», прозвище немца «гунном» и влияние исторического контекста. Следовательно, можно сказать, что пропаганда носила однотипный характер.

Но были и отличительные черты. Так, в британской пропаганде отмечены признаки имперской идентичности, черты рациональности в отражении «немца-врага» и придание ему черт «общеимперского» и «общенационального врага». Следовательно, в Великобритании пропаганда была направлена на объяснение всему населению и жителям зависимых территорий сущности войны в качестве долга каждого подданного перед империей. Отсюда и образ «немца-завоевателя» преподносился в качестве «вызова», несущего угрозу существованию целой империи.

В российской пропаганде отличительными чертами были признаки этнической и религиозной идентичности, важная роль РПЦ в пропаганде и продвижении «образа святорусского богатыря». Российская пропаганда предполагала воздействие не только на сознание, но и на религиозные чувства, чтобы мотивировать и в то же время успокоить население страны. Понятные и узнаваемые среди россиян образы родины и богатырей были главными отличительными чертами пропаганды Российской империи. Влияние их на «образ немца-завоевателя» носило оправдательный характер проявляемой враждебности российскими солдатами по отношению к «немцу-врагу». В целом и в Российской империи, и в Великобритании пропаганда обладала своими отличительными особенностями, что позволяет говорить об ее специфике.

Литература

- Беккер, 2006** – Беккер Ж.-Ж. Первая мировая война / Пер. с фр. И.В. Меркуловой. М., 2006. 157 с.
- Берти, 2014** – Берти Ф. За кулисами Антанты: дневник британского посла в Париже. 1914–1919. М., 2014. 400 с.
- Бьюкенен, 1991** – Бьюкенен Дж. Мемуары дипломата. М., 1991. 334 с.
- Великая европейская, 2014** – Великая европейская война / Сост. А.В. Трофименко. М., 2014. 288 с.
- Мировые войны, 2002** – Высочайший манифест от 20 июля 1914 г. об объявлении состояния войны России с Германией // Мировые войны XX века. Кн. 2. М., 2002. С. 100-101.
- Гилберт, 2014** – Гилберт М. Первая мировая война. М., 2016. 768 с.
- Головин, 2001** – Головин Н.Н. Военные усилия России в мировой войне. М., 2001. 440 с.
- Конан Дойл, 2003** – Конан Дойл А. Германская политика: ставка на убийство // Уроки жизни. М., 2003. С. 316-319.
- Кириш, 2014** – Кириш Ю.И. Под сапогом Вильгельма II. Из записок рядового военнопленного № 4925. 1914–1918. М., 2014. 160 с.
- Ларионов, 2014** – Ларионов Я.М. Записки участника Мировой войны: 26-я пехотная дивизия в операциях 1-й и 2-й русских армий на Восточно-Прусском и Польском театрах в начале войны: (составлены по дневнику и полевым документам). М., 2009. 176 с.
- Лемке, 2009** – Лемке М.К. 250 дней в царской ставке // Первая мировая / Сост. С.Н. Семанова. М., 1989. С. 388-403.
- Асташов, 2014** – Листовки на Русском фронте Первой мировой войны // Пропаганда на Русском фронте в годы Первой мировой войны / Сост. А.Б. Асташов. М., 2012. С. 307-384.
- Ллойд Джордж, 2014** – Ллойд Джордж Д. Правда нашего дела (Речь, произнесенная 10 ноября 1914 года) // Речи, произнесенные во время войны: Воспоминания. Мемуары. Минск, 2003. С. 57-72.
- Ллойд Джордж, 2014** – Ллойд Джордж Д. Через ужасы – к победе! (Речь, произнесенная 19 сентября 1914 года в Лондоне) // Речи, произнесенные во время войны: Воспоминания. Мемуары. Минск, 2003. С. 7-22.
- Родник, 1915** – Мезиер А. Что за народ поляки и как живет крестьянская Польша? // Родник. 1915. № 1. С. 52-68.
- Миронов, 2014** – Миронов В.Б. Первая мировая война. Борьба миров. М., 2014. 304 с.
- Нокс, 2014** – Нокс А. Вместе с русской армией. Дневник военного атташе. 1914–1917 / Пер. с англ. А.Л. Андреева. М., 2014. 671 с.
- Оськин, 2010** – Оськин М.В. Первая мировая война. М., 2010. 368 с.
- Русская школа, 2014** – От Высочайшего учреждения Особого Комитета по усилению военного флота // Русская школа. 1914. № 8. С. 129-132.
- Паттерсон, 2014** – Паттерсон Дж. С иудеями в палестинской кампании. СПб., 2014. 254 с.
- Сергеев-Ценский, 2014** – Сергеев-Ценский С.Н. Брусиловский прорыв // Первая мировая / Сост. С.Н. Семанова. М., 1989. С. 17-365.
- Сенявская, Миронов, 2000** – Сенявская Е.С., Миронов В.В. Человек на войне: «свои» и «чужие» // Мировые войны XX века. Кн. 1. М., 2002. С. 519-537.

- Снесарев, 2012 – Снесарев А.Е. Письма с фронта 1914–1917. М., 2012. 800 с.
- Степун, 2008 – Степун Ф.А. (Н. Лунгин). Из писем прапорщика-артиллериста. Томск, 2000. 192 с.
- Стоун, 2010 – Стоун Н. Первая мировая война: краткая история. М., 2010. 219 с.
- Хмелевская, 2005 – Хмелевская Ю.Ю. Британия в 1914–1918 гг.: инструментализация предвоенного социально-психологического опыта «не милитаристской» нации // Война и общество (к 90-летию начала Первой мировой войны). Материалы Межвузовской научной конференции. Самара, 2005. С. 150–158.
- Черчилль, 2016 – Черчилль У. Эта война будет затяжной и изматывающей. 11 сентября 1914 год // Никогда не сдаваться. Лучшие речи Черчилля. 2-е изд. М., 2016. С. 99–106.
- Юдин, 2014 – Юдин Н.В. Патриотический подъем в странах Антанты в начале Первой мировой войны. М., 288. 2017.
- Beckett, 2006 – Beckett I. The Great War. L., 2007. 813 p.
- Punch, 1917 – The Belgian “Menace” // Punch. 1917. Vol. 153. p. 239.
- The Daily Mail, 1915 – Belgium’s Case Against Germany. Revelations in Official Correspondence // The Daily Mail Year Book for 1915. L., 1915. pp. 87–88.
- Chew, Jopson, 2014 – Chew H., Jopson N. Memories From the Front Line. L., 2014. 71 p.
- King Albert’s Book, 1914 – The Earl of Rosebery. It Is a Privilege to Write... // King Albert’s Book. L., 1914. pp. 17–18.
- Grey, 1914 – Grey E. Speeches of the House of Commons // Great Britain and the European Crisis. Correspondence, and Statements in Parliament, Together with an Introductory Narrative of Events. L., 1914. P. 97–98.
- Gullace, 1997 – Gullace N.F. Sexual Violence and Family Honor: British Propaganda and International Law during the First World War // American Historical Review. 1977. Vol. 102. № 3. pp. 714–747.
- James, 2014 – James M. Dear Mother. L., 2014. 43 p.
- Keegan, 2014 – Keegan J. The First World War. L., 2014. 500 p.
- Kipling, 2013 – Kipling R. The Irish Guards in the Great War. Vol. 1: the 1st Battalion. L., 2007. 331 p.
- Levine, 2009 – Levine J. Forgotten Voices of the Somme. L., 2009. 285 p.
- Montant, 2014 – Montant J.-C. L’organisation centrale des services d’informations et de propaganda du Quai d’Orsay pendant la Grande guerre // Les sociétés européennes et la guerre de 1914–1918. Paris, 1990. pp. 135–143.
- Müller, 2002 – Müller S.O. Die Nation als Waffe und Vorstellung: Nationalismus in Deutschland und Großbritannien im Ersten Weltkrieg. Göttingen, 2002.
- The War Illustrated..., 1917 – Patience! We Shall Pluck You! The Fate of the German Eagle Shown at Salonika // The War Illustrated News. 1916. Part 14. P. 5.
- Rosenberg, 2014 – Rosenberg I. Break of Day in the Trenches // The Penguin Book of First World War Poetry / Ed. by G. Walter. L., 2006. P. 48.
- Polyakova, 2016 – Polyakova L.G. Caricature as a type of propaganda during World War I (as illustrated by materials published in the Ogoniok magazine) // Propaganda in the World and Local Conflicts, 2016, Vol. (5), Is. 1, pp. 12–29.
- Punch, 1914 – A Tall Order // Punch. 1914. Vol. 149. P. 17.

References

- Astashov, 2014 – Listovki na Russkom fronte Pervoy mirovoy voyny [Leaflets on the Russian Front of the First World War]. Propaganda na Russkom fronte v gody Pervoy mirovoy voyny. Sost. A.B. Astashov. Moscow, 2012. pp. 307–384. [in Russian]
- Beckett, 2006 – Beckett I. (2007). The Great War. L. 813 p.
- Bekker, 2006 – Bekker Zh.-Zh. (2006). Pervaya mirovaya voyna [World War I]. Per. s fr. I.V. Merkulovoy. Moscow, 157 p. [in Russian]
- Berti, 2014 – Berti F. (2014). Za kulisami Antanty: dnevnik britanskogo posla v Parizhe. 1914–1919. [Behind the Scenes of the Entente: Diary of the British Ambassador in Paris. 1914–1919]. Moscow, 400 p. [in Russian]
- B'yukenen, 1991 – B'yukenen Dzh. (1991). Memuary diplomata [Memoirs of a Diplomat]. Moscow, 334 p. [in Russian]
- Cherchill', 2016 – Cherchill' U. (2016). Eta voyna budet zatyazhnoy i izmatyvayushchey. 11 sentyabrya 1914 god [This War Will Be Long and Exhausting. September 11, 1914]. Nikogda ne sdavat'sya. Luchshiyechi Cherchillya. 2-e izd. Moscow, pp. 99–106. [in Russian]
- Chew, Jopson, 2014 – Chew H., Jopson N. (2014). Memories From the Front Line. L. 71 p.
- Gilbert, 2014 – Gilbert M. (2016). Pervaya mirovaya voyna [World War I]. Moscow, 768 p. [in Russian]
- Golovin, 2001 – Golovin N.N. (2001). Voyennyye usiliya Rossii v mirovoy voyne [Russian Military Efforts in World War]. Moscow, 440 p. [in Russian]
- Grey, 1914 – Grey E. (1914). Speeches of the House of Commons. Great Britain and the European Crisis. Correspondence, and Statements in Parliament, Together with an Introductory Narrative of Events. L. pp. 97–98.

- Gullace, 1997 – *Gullace N.F.* (1997). Sexual Violence and Family Honor: British Propaganda and International Law during the First World War. *American Historical Review*. Vol. 102. № 3. pp. 714-747.
- James, 2014 – *James M.* (2014). Dear Mother. L. 43 p.
- Keegan, 2014 – *Keegan J.* (2014). The First World War. L. 500 p.
- Khmelevskaya, 2005 – *Khmelevskaya Yu.Yu.* (2005) Britaniya v 1914-1918 gg.: instrumentalizatsiya predvoyennogo sotsial'no-psikhologicheskogo opyta «nemilitaristskoy» natsii [Britain in 1914-1918: the Instrumentalization of the Pre-war Socio-psychological Experience of a “Non-militarist” Nation]. *Voyna i obshchestvo (k 90-letiyu nachala Pervoy mirovoy voyny). Materialy mezhdvuzovskoy nauchnoy konferentsii*. Samara. pp. 150-158. [in Russian]
- King Albert's Book, 1914 – The Earl of Rosebery. It Is a Privilege to Write... King Albert's Book. L., 1914. pp. 17-18.
- Kipling, 2013 – *Kipling R.* (2013). The Irish Guards in the Great War. Vol. 1: the 1st Battalion. L., 2007. 331 p.
- Kirsh, 2014 – *Kirsh Yu.I.* (2014). Pod sapogom Vil'gel'ma II. Iz zapisok ryadovogo voyennoplenennogo № 4925. 1914-1918 [Under the Boot of Wilhelm II. From the Notes of Ordinary Soldier No. 4925. 1914-1918]. Moskva, 160 p. [in Russian]
- Konan Doyle, 2003 – *Konan Doyle A.* (2003). Germanskaya politika: stavka na ubiystvo [German Politics: Murder Bet]. *Uroki zhizni*. Moskva, pp. 316-319. [in Russian]
- Larionov, 2014 – *Larionov Ya.M.* (2014) Zapiski uchastnika Mirovoy voyny: 26-ya pekhotnaya diviziya v operatsiyakh 1-y i 2-y russkikh armiy na Vostochno-Prusskom i Pol'skom teatrakh v nachale voyny: (sostavleny po dnevniku i polevym dokumentam) [Notes of a World War I Participant: the 26th Infantry Division in the Operations of the 1st and 2nd Russian Armies in the East Prussian and Polish Theaters at the Beginning of the War: (Compiled From a Diary and Field Documents)]. Moskva, 176 p. [in Russian]
- Lemke, 2009 – *Lemke M.K.* (1989). 250 dney v tsarskoy stavke [250 Days in Royal Rate]. Pervaya mirovaya. Sost. S.N. Semanova. Moskva, pp. 388-403. [in Russian]
- Levine, 2009 – *Levine J.* (2009). Forgotten Voices of the Somme. L. 285 p.
- Lloyd Djordj, 2014 – *Lloyd Djordj D.* (2014). Cherez ujasy k pobede! (Rech, proiznesennaya 19 sentyabrya 1914 goda v Londone) [Through the Horrors - to Victory! (Speech Delivered on September 19, 1914 in London)]. Rechi, proiznesennyye vo vremena voyny: Vospominaniya. Memuary. Minsk, pp. 7-22. [in Russian]
- Lloyd Djordj, 2014 – *Lloyd Djordj D.* (2014). Pravota nashego dela (Rech, proiznesennaya 10 noyabrya 1914 goda) [The Correctness of our Case (Speech, Delivered on November 10, 1914)]. Rechi, proiznesennyye vo vremena voyny: Vospominaniya. Memuary. Minsk, pp. 57-72. [in Russian]
- Mironov, 2014 – *Mironov V.B.* (2014). Pervaya mirovaya voyna. Bor'ba mirov [World War I. Worlds Fight]. Moskva, 304 p. [in Russian]
- Mirovyeye voyny..., 2002 – Vysochayshiy manifest ot 20 iyulya 1914 g. ob ob'yavlenii sostoyaniya voyny Rossii s Germaniyey [The Highest Manifesto of July 20, 1914, Declaring War on Germany]. *Mirovyeye voyny XX veka*. Kn. 2. Moskva, 2002. pp. 100-101. [in Russian]
- Montant, 2014 – *Montant J.-C.* (2014). L'organisation centrale des services d'informations et de propaganda du Quai d'Orsay pendant la Grande guerre. Les societes europeennes et la guerre de 1914-1918. Paris, 1990. pp. 135-143.
- Müller, 2002 – *Müller S.O.* (2002). Die Nation als Waffe und Vorstellung: Nationalismus in Deutschland und Großbritannien im Ersten Weltkrieg. Göttingen, 2002.
- Noks, 2014 – *Noks A.* (2014). Vmeste s russkoy armiyey. Dnevnik voyennogo attashe. 1914-1917 [Together with the Russian Army. Military Attaché Diary. 1914-1917]. Per. s angl. A.L. Andreyeva. M., 671 p. [in Russian]
- Os'kin, 2010 – *Os'kin M.V.* (2010). Pervaya mirovaya voyna [World War I]. Moskva, 368 p. [in Russian]
- Patterson, 2014 – *Patterson Dzh.* (2014). S iudeyami v palestinskoy kampanii [With the Jews in the Palestinian Campaign]. Sankt-Peterburg, 254 p. [in Russian]
- Polyakova, 2016 – *Polyakova L.G.* (2016). Caricature as a type of propaganda during World War I (as illustrated by materials published in the Ogoniok magazine). *Propaganda in the World and Local Conflicts*, Vol. (5), Is. 1, pp. 12-29.
- Punch, 1914 – A Tall Order. *Punch*. 1914. Vol. 149. p. 17.
- Punch, 1917 – The Belgian “Menace”. *Punch*. 1917. Vol. 153. p. 239.
- Rodnik, 1915 – *Mezier A.* (1915). Chto za narod polyaki i kak zhivet krest'yanskaya Pol'sha? [What Kind of People Is the Poles and How Does Peasant Poland Live?]. *Rodnik*. № 1. pp. 52-68. [in Russian]
- Rosenberg, 2014 – *Rosenberg I.* (2014). Break of Day in the Trenches. *The Penguin Book of First World War Poetry*. Ed. by G. Walter. L., 2006. p. 48.
- Russkaya shkola, 2014 – Ot Vysochayshego uchrezhdeniya Osobogo Komiteta po usileniyu voyennogo flota [From the Highest Establishment of the Special Committee for the Improvement of the Military Fleet]. *Russkaya shkola*. 1914. № 8. pp. 129-132. [in Russian]

Senyavskaya, Mironov, 2000 – *Senyavskaya E.S., Mironov V.V.* (2002). Chelovek na voyne: «svoi» i «chuzhiye» [The Man in the War: "Their" and "Alien"]. Mirovyeye voyny XX veka. Kn. 1. Moskow, pp. 519-537. [in Russian]

Sergeyev-Tsenskiy, 2014 – *Sergeyev-Tsenskiy S.N.* (1989). Brusilovskiy proryv [Brusilovsky Breakthrough]. Pervaya mirovaya. Sost. S.N. Semanova. Moskow, pp. 17-365. [in Russian]

Snesarev, 2012 – *Snesarev A.E.* (2012). Pis'ma s fronta 1914-1917 [Letters From the Front 1914-1917]. Moskow, 800 p. [in Russian]

Stepun, 2008 – *Stepun F.A.* (N. Lungin). (2000). Iz pisem praporshchika-artillerista [From the Letters of the Ensign-artilleryman]. Tomsk, 192 p. [in Russian]

Stoun, 2010 – *Stoun N.* (2010). Pervaya mirovaya voyna: kratkaya istoriya [World War I: A Brief History]. Moskow, 219 p. [in Russian]

The Daily Mail, 1915 – Belgium's Case Against Germany. Revelations in Official Correspondence. The Daily Mail Year Book for 1915. L., 1915. pp. 87-88.

The War Illustrated..., 1917 – Patience! We Shall Pluck You! The Fate of the German Eagle Shown at Salonika. The War Illustrated News. 1916. Part 14. p. 5.

Velikaya yevropeyskaya..., 2014 – Velikaya yevropeyskaya voyna [Great European War]. Sost. A.V. Trofimenko. Moskow, 2014. 288 p. [in Russian]

Yudin, 2014 – *Yudin N.V.* (2017). Patrioticheskiy pod'yem v stranakh Antanty v nachale Pervoy mirovoy voyny [Patriotic Rise in the Entente Countries at the Beginning of the First World War]. Moskow, 288. [in Russian]

Образ «немца-завоевателя» в британской и российской пропаганде периода Первой мировой войны: сравнительный анализ

Павел Владимирович Ульянов ^{a, *}

^a Алтайский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. Первая мировая война (1914–1918 годы) – это показательный исторический пример проведения централизованной и широкомасштабной пропаганды «образа врага» во многих странах-участницах. В современной науке при изучении пропаганды во время Первой мировой войны исследователи полагают, что в каждой стране-участнице агитация носила однотипный характер и имела больше сходств, чем отличий. В Великобритании, России, Германии и даже во Франции создавались центральные органы, отвечавшие за массовую агитацию, распространялись листовки, проводились митинги, демонстрации и военные парады. Однако исследователями не учитывается то, что каждая страна отличается своей спецификой, очень сильно влияющей на формирование «образа врага», рассматриваемого в качестве содержания агитационной информации. При этом распространяемый посредством материалов агитационной направленности «образ врага» отличался определенными особенностями и формировался под влиянием различного рода факторов. В связи с этим хотелось бы рассмотреть вопрос о сходстве и различии образов на примере таких самобытных и отличающихся друг от друга государств, как Великобритания и Российская империя. Поэтому в данной статье автор сравнивает опыт пропаганды «образа немца-завоевателя» в Великобритании и в Российской империи. Его задача заключается в том, чтобы выделить общие и отличительные черты данного образа, распространявшегося среди населения двух стран в период Первой мировой войны. В качестве вывода следует сказать, что, несмотря на наличие схожих методов и целей пропаганды, ее содержание имело отличительные особенности, что только подчеркивает самобытность конкретной страны.

Ключевые слова: «образ врага», пропаганда, пропаганда в Великобритании, пропаганда в Российской империи, пропаганда в период Первой мировой войны, Первая мировая война.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: imperialnext@mail.ru (П.В. Ульянов)