

SOCIAL HISTORY IN REFLECTION OF WARTIME

Геннадій Казаков

Запорізький національний університет, Україна

ПРОПАГАНДА ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ 1914-1918 рр. У США ТА НІМЕЧЧИНІ КРІЗЬ ПРИЗМУ ФОТОДОКУМЕНТІВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Gennady Kazakov

Zaporizhzhia National University, Ukraine

PROPAGANDA OF THE FIRST WORLD WAR 1914-1918 IN THE US AND GERMANY IN THE LIGHT OF DOCUMENTARY PHOTOGRAPHS: COMPARATIVE ANALYSIS

In the article the author made a comparison of American and German propaganda documentary photographs published in the First World War. Determined that Germany from the beginning of war begins to create anti-American photos that were published including in the US. At the same time, in the United States for a long time propaganda's photos were of three types: 1) the character of the anti-war, 2) anti-German character; 3) anti-British character. Only after the declaration of war, the US government began to regulate creation of exclusively anti-German photo-propaganda.

Key words: propaganda, photo source, First World War

У ході будь-якого військового конфлікту досить важливу роль посідає пропаганда, як серед громадян своєї держави, так і серед представників ворожої країни. Метою пропаганди постає формування певного образу серед населення, унаслідок чого передбачається, підтримка суспільством тієї чи іншої ініціативи пропагандистів. Враховуючи ж факт того, що на образ людини найбільш за все впливає інформація отримана наочно та органами слуху, то зазвичай пропаганда зосереджується на фото та відеоматеріалах. Не виключенням у плані пропаганди стали події Першої світової війни. Проте, враховуючи те, що кінофільми лише зароджувались, то у роки Першої світової війни основний масив у пропагандистській діяльності США та Німеччини було покладено на фотокартки та плакати.

Проблематика американської та німецької пропаганди в роки Першої світової війни висвітлювалась у дослідженнях К. Галері, Дж. Фокса, Т. Паддока, П. Макфадена та інших. Однак, висвітлюючи американську пропаганду, дослідники зосереджували увагу на загальних аспектах і до того ж виключно з моменту вступу США у війну у квітні 1917 р. До того ж, на сьогодні не має жодної роботи, в якій би порівнювались американські та німецькі фотоматеріали пропагандистського характеру часів Першої світової війни.

Метою поданої розвідки поставлено здійснити порівняльний аналіз фото джерел американського та німецького походження створених та опублікованих у проміжок між серпнем 1914 – листопадом 1918 рр. та які носили пропагандистський характер.

З початком Першої світової війни уряд Сполучених Штатів Америки проголошує курс на ізоляціонізм, який передбачав невтручання американців у справи Європейської війни. Проте, на практиці, США вже з серпня 1914 р. проявляє зацікавленість у військовому конфлікті, який розгорався у Європі, що проявлялось у спробах мирного посередництва, торгівлі з ворожими блоками тощо. Як наслідок, у самій державі серед пересічного населення починає формуватись образ європейської війни та ставлення то протиборчих блоків. Основним шляхом формування подібного образу стають ілюстрації, які публікувались у газетній періодиці.

Наочні зображення, які публікувались у період ізоляціонізму мають три види: фотографії



Мал. 1

реальних персон та подій, карикатури, короткі комікси.

Аналіз наявних фотодокументів у періодичних виданнях 1914-1917 рр. дозволив нам виявити 3 основні тематики ілюстрацій: 1) антивоєнного характеру, 2) антинімецького характеру; 3) антибританського характеру. Характер тематики ілюстрацій залежав від того, кому належало те чи інше друковане видання, та якої позиції дотримувався його власник. Усі вказані тематики ілюстрацій з'являються з серпня 1914 р. та фігурують у пресі до

початку 1917 р., коли уряд США обирає остаточний вектор участі у світовій війні: відбувається остаточне розірвання дипломатичних відносин з Німеччиною й Австро-Угорщиною та оголошується війна країнам Троїстого пакту.

Починаючи від серпня 1914 і до травня 1915 рр. найбільш поширеними були ілюстрації, які носили антивоєнний характер. Характер пропагандистських фотографій був обумовлений мирними ініціативами американського президента В. Вільсона, розпочатими одразу із початком війни. Тому, вже в газеті «TheNewYorkTimes» від 11 серпня 1914 р.¹ ми зустрічаємо карикатуру на «Європейську війну», на якій зображені основні учасники війни (Великобританія, Франція, Росія, Німеччина, Австро-Угорщина) у вигляді людей, одягнених у військову форму своєї держави, які нападають один на одного. Під карикатурою міститься напис: «Війна у Європі» та заклик до представників ворожих блоків: «Зупиніться доки не пізно».



Мал. 2

Впродовж вересня-грудня 1914 р. ми зустрічаємо подібного формату карикатури і в інших періодичних виданнях «Washingtonpost»², «Eveningpublicledger»³, «AtlanticCountyRecord»⁴ та інших.

Наступним типом ілюстрацій було зображення американської допомоги воюючим країнам. Подібного роду малюнками автори намагались продемонструвати готовність Сполучених Штатів допомогти державам Антанти та Троїстого пакту вирішити конфлікт мирним шляхом. Прикладом такої наочності є зображення двох осіб, які намагаються допомогти вилізти з під каменя третій персоні, яка міститься у виданні «Eveningpublicledger» від 15 жовтня 1914 р.⁵ Зображення супроводжується написом: «Хочеш допомогти собі, допоможи йому (іншому)». З одного боку, карикатура носить абстрактний характер, проте під нею міститься стаття, щодо пропозиції уряду США європейським урядам, прийняти роль арбітра у мирних перемовинах між Німеччиною та Антантою, що на нашу думку підкреслює власне пропагандистський характер ілюстрації.

Намагаючись продемонструвати абсурдність війни та сформувані серед американських громадян образ миротворчої нації, публікуються доволі часто фотокартки на яких було зображено трагічні події у світі, на які не звертають увагу держави Антанти та Троїстого пакту (наприклад наводяться фотографії постраждалих від повені дітей, які супроводжують написи: «Краще ніж воювали, допомогли б дітям») (Мал. 1)⁶; тяжкість фронтних умов (на фотографіях містились образи сумних військових, які знаходяться в окопах) (Мал. 2)⁷, а у протилежність цьому фотокартки повсякденного життя лідерів європейських держав, які формують образ байдужості європейських монархів до війни та загибелі (весілля, відпочинок, тощо)⁸.

Трагедія «Лузітанії», яка трапилась 7 травня 1915 р., призводить до спаду тенденцій на ілюстрації антивоєнного характеру. У суспільстві відбувається розшарування на два блоки: тих, хто виступав проти Німеччини та тих хто підтримував Німеччину. При цьому, навіть незважаючи на підтримку одного з блоків, населення виступало за продовження нейтралітету та проти вступу

1 The war begins (1914). *The New York Times*, (aug 11), 14.

2 Seldon, A. (for editorial) (2014). *The Washington Post. World War I: 1914-1918*. Washington: The Washington post co, 42, 58, 93.

3 *Evening public ledger* (1914), (dec 1), 8; *Evening public ledger* (1914), (oct 15), 3.

4 *Atlantic County Record* (1914), (oct 31), 1.

5 *Evening public ledger* (1914), (nov 14), 1.

6 *Evening public ledger* (1914), (jul 29), 2.

7 Seldon, A. (for editorial) (2014). *The Washington Post. World War I: 1914-1918*. Washington: The Washington post co, 28.

8 *Evening public ledger* (1914), (dec 1), 1.

Сполучених Штатів у війну.

В цілому, головною метою фотоматеріалів антивоєнного характеру було показати абсурдність війни. Продемонструвати, що війна не вирішить жодних протиріч та призведе лише до нової війни, яка може стати ще більш руйнівною.

Антинімецькі ілюстрації також з'являються у США із початком військових дій у Європі та являють собою зображення іншої (позитивної) сторони окопного життя¹ та руйнування, які спричинили німецькі війська у Бельгії та Франції (Мал. 3)². Особливо цікавою у поданому плані є карикатура на німецьку окупацію Бельгії. На поданій ілюстрації зображено, як німецький військовий погрожує шаблею жінці з дітьми, при цьому сам військовий щось промовисто говорить. Карикатура супроводжується підписом: «Бог і жінки – наш щит. Вчення німецьких джентльменів в дії»³. Подана карикатура ставила за мету продемонструвати американським громадянам образ німця, як певного звіра, якому невідома гуманність і який на все піде задля досягнення власних цілей.

Наприкінці квітня 1915 р. виходить карикатура невідомого автора, яка демонструє інтереси тієї частини населення, яка виступала за розірвання відносин між США та Німеччиною. Подана карикатура зображує жінку (Америку), яка зіштовхує зі сходів чоловіка (Німеччину) та містить підпис, який нібито адресує кайзер урядові США: «Можливо це було правильно забрати свою любов, але навіщо ти зіштовхуєш мене донизу?»⁴. Ілюстрація була покликана розгортанням необмеженої підводної війни поблизу європейських берегів та була спрямована на формування серед громадян позиції щодо розірвання дипломатичних відносин із Німеччиною. При цьому, про вступ США у війну не було жодної мови.

Затоплення британського пасажирського лайнеру «Лузітанія», що призвело до загибелі понад



Мал. 3

сотні американських громадян призвело до активізації антинімецької пропаганди. Масово починають публікуватись фотографії (або малюнки) на яких зображені затонулі кораблі та підводні човни, які скоїли подібний злочин (Мал. 4)⁵. Подібні зображення мусили



Мал. 4

продемонструвати втрати американської нації унаслідок порушень Німеччиною прав свободи морів, тим самим сформувати антинімецькі настрої у суспільстві.

Фотокартки вказаної тематики, які надалі публікувались у пресі можемо поділити на два типи: ті що вказували на участь американців у війні (у складі інших армій)⁶ та політичні карикатури на німецьких та австрійських лідерів⁷.

Діяльність німецьких агентів у США призвела до появи антибританської та антиамериканської пропаганди в середині держави. Зазвичай, фотокартки подібного характеру публікувались у спеціалізованих німецькомовних виданнях, проте деякі газети, для прикладу «Eveningpublicledger», поєднували у своєму змісті пропаганді фотокартки різного змісту. Нами було виявлено лише декілька пропагандистських зображень антиамериканського та антибританського характеру.

1 Seldon, A. (for editorial) (2014). *The Washington Post. World War I: 1914-1918*. Washington: The Washington post co, 28, 53.

2 Evening public ledger (1914), (19 oct 19), 5; Evening public ledger (1914), (dec 29), 1; 11.

3 Great War Belgium Wilhelm Cartoons Punch Magazine. *Punch*. <<http://punch.photoshelter.com/gallery-image/WW1-Cartoons-The-Great-War/G0000dASULVAdiAI/I0000yIF.7NvVVGE>> (2016, вересень, 05).

4 World War I. Cartoons Punch 1915.04.21.311. *Punch*. <<http://punch.photoshelter.com/gallery-image/WW1-Cartoons-The-Great-War/G0000dASULVAdiAI/I0000r4UQTufq5GU>>

5 Seldon, A. (for editorial) (2014). *The Washington Post. World War I: 1914-1918*. Washington: The Washington post co, 68; Liner Lusitania sunk by a German submarine (1914). *Evening public ledger* (may 7), 1; *Evening public ledger* (1916), (Feb 9), 1.

6 *The New York Times* (1915), (may 23), 16.

7 *Evening public ledger* (1916), (apr 8), 4.

Перше подібне зображення публікується 23 вересня 1914 р. у зазначеній вище газеті. На ілюстрації зображено як величезний кулак випускається з підводного човна та повністю знищує корабель (Мал. 5)¹. Сама по собі ілюстрація з одного боку може здатись, що несе в собі характер боротьби з німецькими підводними човнами та необмеженою підводною війною. Проте, якщо врахувати дату публікації, то ми спостерігаємо, що німецький уряд ще не розпочав використовувати підводні човни у якості боротьби з країнами Антанти. Стаття ж, яка супроводжує ілюстрацію, критикує британську морську блокаду, яка обмежила доступ американських торгових кораблів до берегів Європи та містить тезу про можливість використання Німеччиною підводних човнів для боротьби із блокадою. Як наслідок, можемо припустити, що подана ілюстрація була спрямована не проти Німеччини, а проти Великобританії, яка своїми діями може призвести до загибелі американських громадян.



Мал. 5

Наступну карикатуру ми зустрічаємо також у поданому періодичному виданні, проте вже за 7 жовтня 1914 р.². Вона носить певного роду антиамериканський характер, висміюючи пасивність американського уряду у війні і водночас зацікавленість провідних американських кампаній у розгортанні військового конфлікту в Європі. Посмішки осіб, які зображують кампанії та їхня фігура на картинці, вказують на те, як сприймалися вони в контексті війни у Європі та ненажерливість багатіїв, яким було байдуже на жертви у ході досягнення нових прибутків (Мал. 6).



Мал. 6

Вступ США у війну 6 квітня 1917 р. призводить до створення цілої системи пропагандистської діяльності антинімецького характеру. Пропаганда іншого роду стає забороненою і її поява каралася позбавленням волі за статтями по державній зраді.

Вступаючи у війну, президентом США В. Вільсоном створюється Комітет з питань громадської інформації на чолі з колишнім журналістом Дж. Кріломта у складі державного секретаря, представників армії та військово-морського флоту. В обов'язки комітету було покладено виробництво фільмів, введення в експлуатацію плакатів, публікації книг і брошур, покупка реклами в провідних періодичних виданнях, а також набір ділових людей, проповідників і викладачів, які б служили у якості громадських спікерів, відповідальних за зміну громадської думки на суспільному рівні³. Сам голова комітету у своїй праці

«How We Advertised America...» назвав комітет голосом, який було створено, для того, щоб визнати для себе та світу справедливість американської справи перед присяжними громадської думки⁴.

У ході діяльності комітету виходять десятки плакатів антинімецького характеру, як такі, що зображували Німеччину у якості певного монстра, так і ті, які були спрямовані на активізацію американських громадян для боротьби із Німеччиною (залучення до армії, інших організацій). Надалі ми спробуємо проаналізувати подані плакати.

Найбільш відомими у світі стали плакати із зображення «дяді Сема» (Мал. 7), який звертався до громадськості та робив якийсь заклик. Існувало два основних заклики: 1) «Я хочу щоб ти записався до американської армії у найближчому призовному пункті», 2) «Я кажу вам. З 28 червня я очікую, що ти прийдеш в армію військових рятувальників, щоб створити резерви моєї армії бійців».

Тобто, як ми бачимо, використання образу «дяді Сема» здійснювалось з метою призиву осіб

1 *Evening public ledger* (1914), (sep 29), 2.

2 That «protection curve» may fool him! (1914). *Evening public ledger* (oct 7), 1.

3 Messinger, G. (1992). *British Propaganda and the State in the First World War*. New York: Manchester University Press, 22-25.

4 Creel, G. (1920). *How We Advertised America: The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information that Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe*. New York Harper and Brothers, 68.

до лав американської армії. Проте, якщо врахувати, що добровольців було не більше двохсот тисяч осіб, а до Європи було відправлено більш ніж 2 мільйони, то можемо припустити що до значного ажіотажу подані плакати не призвели.



Мал. 7

Заклик до американців не обмежувався із плакатами з «Дядею Семом». Так, на плакаті Дж. Монтгомері, опублікованому ще на початку 1917 р. (після розірвання дипломатичних відносин із Німеччиною, але до оголошення війни), зображена молода жінка, яка міцно спить, одягнена в кольори американського прапора та написом «Прокидайся, Америко»¹. Поданий образ демонстрував про невідання американцями стосовно жорстокостей війни у Європі та небажання мати з нею щось спільне.

На більш пізньому плакаті ми зустрічаємо ту саму жінку, але тепер вона йде по полю та сіє землю (Мал. 8). Напис на плакаті говорить: «Чи буде у вас роль в перемозі?». Тим самим, також робиться закликом до американців, аби вони долучились до переможної боротьби над світовим ворогом.



Мал. 8

За тематикою, найбільш за все розроблялись плакати, які ставили за мету сформувати ненависть до німців. Досягнення поданої мети робилось із зображенням представників німецької нації, як варварів (гунів), монстрів, приспівників демонів тощо. Водночас, доволі часто подані чудовиська знушались над жінками. Використання жінок як безпорадних та таких, що були під загрозою, без сумніву, призначені, щоб показати «священність жіночності».

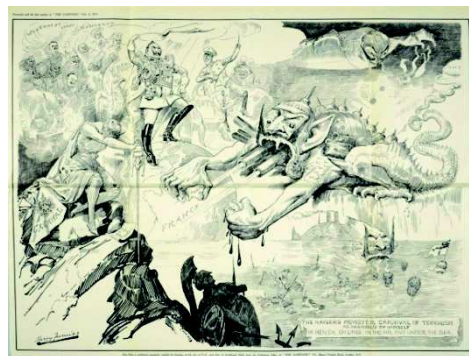
Так, плакат «Стій Гуна!» (Мал. 9) зображує, як американський солдат зупиняє німецького військовослужбовця, який намагається звалтувати жінку². На іншому плакаті величезна мавпа в німецькому військовому шоломі несе беззахисну оголену жінку. Плакат супроводжено підписом «Зупиніть цю шалену скотину»³. Карикатура з підписом «Відбили гуна зі свободою облігацій» ілюструє, як німецький солдат виглядає з окопу, з окровавленими пальцями рук.



Мал. 9

Доволі цікавою є й карикатура британського карикатуриста Г. Туріеса (Мал. 10). На згадану плакаті зображується, як «німецький монстр» атакує з землі, води та повітря країни континентальної Європи (на що вказують деякі написи на ілюстрації). У той же час Великобританія та США намагаються накинути ласо на поданих монстрів. Подана карикатура була розроблена у Великобританії, але зі вступом США у війну почала масово публікуватись і в останній. Вона демонструє значимість Великобританії та США для перемоги над Німеччиною.

Карикатури Б. Кольера (Мал. 11) зображують Німеччину не як монстрів, а як приспівників диявола. Так, на зображенні ми зустрічаємо, як німецький військовий віддає честь дияволу та чортам у пеклі та звітує перед ними про виконання планів. Карикатуру супроводжує напис: «Часи важкі Ваше величносте». На другому зображенні ми бачимо, як диявол



Мал. 10

1 McFadden, P. (2012). *American Propaganda and the First World War: Megaphone or Gagging Order?*. 1st ed. [ebook] Glasgow, 1. <http://www.gla.ac.uk/media/media_247022_en.pdf> (2016, вересень, 06), 8-9.

2 McFadden, P. (2012). *American Propaganda and the First World War: Megaphone or Gagging Order?*. 1st ed. [ebook] Glasgow, p.1. <http://www.gla.ac.uk/media/media_247022_en.pdf> (2016, вересень, 06)

3 WWI Propaganda. Mr. Moore's WH – Semester

П<<https://sites.google.com/site/mrmooreswhsemesterii/historical-pictures/world-war-i/wwi-propaganda> (2016, вересень, 06); McFadden, P. (2012). *American Propaganda and the First World War: Megaphone or Gagging Order?*. 1st ed. [ebook] Glasgow, 1. <http://www.gla.ac.uk/media/media_247022_en.pdf (2016, вересень, 06).

з чортом дивляться результати по вбитим за місяць дітей, жінок, немовлят з підписом: «Хороший місяць для бізнесу»¹. Таким чином, автор карикатури намагався показати американцям, що Німеччина ні перед чим не зупиниться, задля досягнення цілей, що їм байдуже кого вбивати та у якій кількості.

Виражений антинімецький характер мають плакати, які були основані на чутках. Так, на одному з подібних плакатів ми бачимо, як німецький військовий багнетом вбиває беззахисну дитину. Інший плакат демонструє, як німецька сестра милосердя виливає келих води перед пораненим солдатом-противником та насміхається з його страждань².



Мал. 11

залучити населення до лав американської армії.

Останньою групою американських плакатів були плакати з релігійним підтекстом. На першому подібному плакаті, медсестра тримає дитину, а на задньому фоні зображені стародавні воїни верхи на конях та червоний хрест (Мал. 12). Картина має схожість з традиційними зображеннями Діви Марії, що тримає свого сина Ісуса Христа. Автор навіть припускає, що американська медсестра знаходиться на тому ж духовному рівні, як Мати Христа. На іншому плакаті жінка, одягнена в манер Діви Марії, стоїть біля червоного хреста, який нагадує розп'яття. Проте, її плаття прикрашене в зірками і смугами⁴.



Мал. 12

Мета таких плакатів була зв'язати війну з релігійним хрестовим походом. Передбачалось, що Америка повинна боротися в конфлікті, адже це її християнський обов'язок.

Окрім того, в періодичних виданнях⁵, публікувались фотокартки, які зображували американських військовослужбовців на фронтах Першої світової війни. Таким чином, показувалось, що війна знаходиться досить близько, незважаючи на її географічну віддаленість, а також демонструвалась підтримка власним солдатам.

Загалом, демонстрація німців, як монстрів, заклики до боротьби з Німеччиною, мусило сприяти активізації населення США для боротьби із світовим агресором, який після того, як розбереться у Європі прийде і до Америки, де винищить усіх лише заради забави. І хоча, плакати не призвели до активізації запису добровольців до лав армії, проте в самій державі, населення масово долучилось до справи «захисту світу».

У Німеччині, на відміну від Сполучених Штатів, пропаганда розпочинає активно проводитись з перших днів війни. При цьому, Німеччина створює розгалужений пропагандистський апарат, який діяв, як у межах Німеччини, так і на територіях ворожих держав, що було обумовлено присутністю в них значного німецького елементу.

Німеччина стала єдиною країною, яка від самого початку війни виступала за фотографування усіх подій на фронті, тоді як інші держави, вважали що фотографії можуть стати надбанням німецької розвідки. Наслідком поданого явища стала поява сотень поштових марок, які зображували

1 WWI Propaganda. Mr. Moore's WH – Semester

Пhttps://sites.google.com/site/mrmooreswhsemesterii/historical-pictures/world-war-i/wwi-propaganda (2016, вересень, 06).

2 WWI Propaganda. Mr. Moore's WH – Semester

Пhttps://sites.google.com/site/mrmooreswhsemesterii/historical-pictures/world-war-i/wwi-propaganda (2016, вересень, 06)

3 Events in the world war as seen by cartoonists (1918). *Evening public ledger* (march 29), 6.

4 McFadden, P. (2012). *American Propaganda and the First World War: Megaphone or Gagging Order?*. 1st ed. [ebook] Glasgow, 1. <http://www.gla.ac.uk/media/media_247022_en.pdf> (2016, вересень, 06), 11-12.

5 Seldon, A. (for editorial) (2014). *The Washington Post. World War I: 1914-1918*. Washington: The Washington post co, 125,139; *Evening public ledger* (1918), (jul 9), 4

німецькі війська та події з фронту. Так, лише за 1914 р. нами було виявлено близько 140 різних поштових марок, на яких ми бачимо веселих німецьких військовослужбовців, які раді боротися за свою націю проти світових агресорів¹.

Поруч з поштовими марками, активно створюються і агітаційні плакати. Німецька пропаганда сфокусувала увагу на демонстрації власної сили, і висміюванні британського імперіалізму. Крім того, на німецьких плакатах, було показано звірства, які нібито були скоєні французами і англійцями. Зокрема, наводились приклади з історії Франції та Англії, в яких подані держави виступали, як «кати».

Образ німців-переможців є одним із найпоширеніших в німецькій пропаганді (Мал. 13,14). Для прикладу, на одній з карикатур А. Хоффмана зображуються держави в образі людей одягнених в національну військову форму, де два союзники, в обличчі Німеччини та Австро-Угорщини, перемагають та женуть геть інші світові держави: Великобританію, Францію, Японію, Росію тощо. Унизу карикатури міститься напис: «Від 2 до 7. Ура! Ми будемо вже мовувати».

Інша карикатура поданого автора демонструє, як німець веде у кандалах представників інших держав. Ілюстрація супроводжується таким написом: «Бісмарк каже Рейхстагу: «Чи приходило коли-небудь на думку англійців, що війська їхньої вовняної країни будуть арештовані Німеччиною»².



Мал. 14

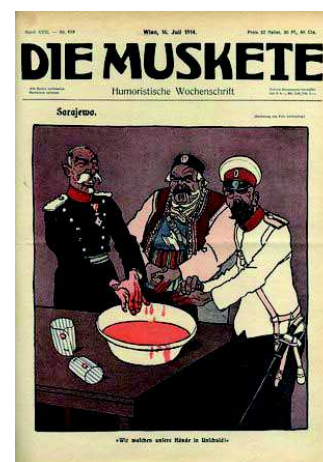
Зображення німецьких воїнів, а також союзу Австро-Угорської та Німецької імперій також було поширеним явищем. Так, на ряді карикатур ми бачимо, як обидва союзники наступають на два фронти з підписом: «Ми будемо вірні, ми твердо стоятимемо» (Мал. 16)⁴. Подібні ілюстрації показували міцність та довіру між двома німецькомовними державами у роки війни.

Окрім того, у якості пропаганди у Німеччині, як і в США, використовували карикатури власних військових, на яких звеличували їх, показували такими, яких не можна перемогти та залякати.



Мал. 13

У якості монстрів, які вимивають свої криваві руки, ми бачимо європейські держави на карикатурі Ф. Шьонпфлуга (Мал. 15). Карикатуру супроводжує напис «Ми умили свої руки невинністю»³. Подана карикатура вперше була опублікована у виданні «DieMuskete» від 16 липня 1914 р., тобто ще до початку війни. А вже після розгортання військового конфлікту в Європі вона почала доволі часто публікуватись у німецькій періодиці, як в самій Німеччині, так і закордоном, зокрема США.



Мал. 15

1 Oberhaus, S. (2002). *Deutsche Propaganda im Orient während des Ersten Weltkrieges*. Düsseldorf: Fakultät der Heinrich Heine-Universität Düsseldorf, 18, 52.

2 Weltkrieg: Linkliste. *Zugriffsmodus*. <http://www.schule-bw.de/unterricht/faecher/geschichte/unterricht/linksammlung/wk1-links/> (2016, вересень, 09).

3 The First World War as reflected in the distortions of caricature. *The World of the Habsburgs*. <<http://ww1.habsburger.net/en/chapters/first-world-war-reflected-distortions-caricature>> (2016, вересень, 08)

4 Weltkrieg: Linkliste. *Zugriffsmodus*. <<http://www.schule-bw.de/unterricht/faecher/geschichte/unterricht/linksammlung/wk1-links/>> (2016, вересень, 09).

Загалом, до вступу США у війну в Німеччині не існувало антиамериканської пропаганди. Поданий напрямок з'являється лише з літа 1917 р. Зазвичай, пропагандисти просто додавали образ США до вже існуючих карикатур. Існували й ті карикатури, які ілюстрували США, як світову загрозу. Так, психіатр німецького походження доктор У. Менстеттберг, яка працювала у Гарварді, на своїй картині зобразила антиутопію майбутнього, в якій Англія і її колонії захоплені Росією та Сполученими Штатами¹.

На відміну від американської пропаганди, яка діяла виключно на теренах своєї держави, Німеччина розгорнула свою пропаганду ще в 27 державах, здебільшого за рахунок своїх дипломатичних представництв та мереж шпигунів. Зокрема, доволі розгалуженою була німецька пропагандистська система у Сполучених Штатах, де перші пропагандистські фото та карикатури публікуються у листопаді 1914 р.

Запропоновані американській громадськості ілюстрації зображували Німеччину, як «білу расу», яка бореться проти слов'янського та азійського варварства. Враховуючи поширення антияпонських позицій у середині держави, останній варіант мав значний вплив на суспільну думку. Водночас, завдяки ілюстраціям, ставилось за мету створити альянс США та Німеччини, який виступив би за перерозподіл майбутнього світу.

Підбиваючи підсумки визначимо спільні та відмінні риси американської та німецької пропаганди періоду Першої світової війни:

1) Пропаганда в США та Німеччині розпочинається із початком війни, однак, якщо в США до весни 1917 р. відбувався пошук вектору пропаганди, що призвело до публікації фотографій трьох напрямків (антивоєнний, антинімецький, антибританський), то в Німеччині фотографії носили характер німецької нації – переможця, та виступали проти країн Антанти.

2) Ілюстрації антинімецького характеру в США з'явилися ще в 1914 р., тоді як в Німеччині антиамериканські зображення починають фігурувати лише з літа 1917 р.

3) Американська та німецька пропаганда здійснювалась, як за рахунок фотографій та карикатур, які публікувались у періодиці та у формі плакатів та розроблялись, як державними пропагандистськими органами, так і незалежно від них.

4) Німецькі пропагандистські органи від початку війни діють у США та ще 26 державах, тоді як американська пропаганда засобами наочності була виключно внутрішньою.

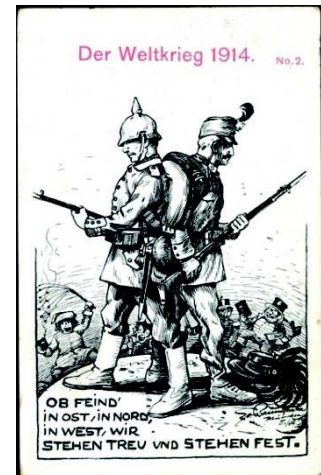
5) Як німецька, так і американська пропаганда у межах своєї держави досягли поставлених цілей.

Перспективою подальших досліджень є більш детальне ознайомлення із функціонуванням німецької пропаганди в Сполучених Штатах та вивчення діяльності Комітету з питань громадської інформації.

References:

1. The war begins (1914). *The New York Times* (aug 11), 14. [in English].
2. Seldon, A. (foreditorial) (2014). *The Washington Post. WorldWar I: 1914-1918*. Washington: The Washington post co. [in English].
3. *Evening public ledger* (dec 1) (1914), 8 [in English].
4. *Evening public ledger* (oct 15) (1914), 3 [in English].
5. *Atlantic County Record* (oct 31) (1914), 1 [in English].
6. *Evening public ledger* (nov 14) (1914), 1 [in English].
7. *Evening public ledger* (jul 29) (1914), 2 [in English].
8. *Evening public ledger* (dec 1) (1914), 1 [in English].
9. *Evening public ledger* (19 oct 19) (1914), 5 [in English].
10. *Evening public ledger* (dec 29) (1914), 1 [in English].
11. Great War Belgium Wilhelm Cartoons Punch Magazine. *Punch*. <<http://punch.photoshelter.com/gallery-image/WW1-Cartoons-The-Great-War/G0000dASULVAdiAI/I0000yIF.7NvVVGGE>> (2016, September, 5) [in English].

¹ Oberhaus, S. (2002). *Deutsche Propaganda im Orient während des Ersten Weltkrieges*. Düsseldorf: Fakultät der Heinrich Heine-Universität Düsseldorf, 52



Мал. 16

12. Liner Lusitania sunk by a German submarine (1914). *Evening public ledger*, (may 7), 1 [in English].
13. *Evening public ledger* (Feb 9), (1916), 1 [in English].
14. World War 1. Cartoons Punch 1915.04.21.311. *Punch*. <<http://punch.photoshelter.com/gallery-image/WW1-Cartoons-The-Great-War/G0000dASULVAdiAI/I0000r4UQTufq5GU>> (2016, veresen, 05) [in English].
15. *The New York Times* (may 23) (1915), 16 [in English].
16. *Evening public ledger* (apr 8) (1916), 4 [in English].
17. *Evening public ledger* (sep 29) (1914), 2 [in English].
18. That «protection curve» may fool him! (1914). *Evening public ledger* (oct 7), 1 [in English].
19. Messinger, G. (1992). *British Propaganda and the State in the First World War*. New York: Manchester University Press. [in English].
20. Creel, G. (1920). *How We Advertised America: The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information that Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe*. New York Harper and Brothers. [in English].
21. WWI Propaganda. *Mr. Moore's WH – Semester* <<https://sites.google.com/site/mrmooreswhsemesterii/historical-pictures/world-war-i/wwi-propaganda>> (2016, veresen, 06) [in English].
22. McFadden, P. (2012). *American Propaganda and the First World War: Megaphone or Gagging Order?*. 1st ed. [ebook] Glasgow, 1. <http://www.gla.ac.uk/media/media_247022_en.pdf> (2016, veresen, 06) [in English].
23. *Events in the world war as seen by cartoonists* (1918). *Evening public ledger*, (march 29), 6 [in English].
24. *Evening public ledger* (jul 9) (1918), 4 [in English].
25. Weltkrieg: Linkliste. *Zugriffsmodus*. <<http://www.schule-bw.de/unterricht/faecher/geschichte/unterricht/linksammlung/wk1-links/>> (2016, veresen, 09) [in German].
26. The First World War as reflected in the distortions of caricature. *The World of the Habsburgs*. <<http://ww1.habsburger.net/en/chapters/first-world-war-reflected-distortions-caricature>> (2016, veresen, 08).
27. Oberhaus, S. (2002). *Deutsche Propaganda im Orient während des Ersten Weltkrieges*. Düsseldorf: Fakultät der Heinrich Heine-Universität Düsseldorf [in German].