



УДК 63.3(0)532  
ББК 94«15/18»

## КАРИКАТУРА КАК ОРУДИЕ ПРОПАГАНДЫ В ПЕРИОД ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Д.Е. Цыкалов

Предпринята попытка определить роль карикатуры в пропаганде Первой мировой войны. Рассмотрены некоторые карикатурные образы, использовавшиеся военной пропагандой России, Великобритании и Германии. Выявлена их связь с массовыми представлениями.

*Ключевые слова:* карикатура, пропаганда, Первая мировая война, образ врага, взаимные образы, массовые представления.

Современная политическая карикатура зародилась в период Реформации. Хотя карикатура известна еще с древнейших времен, до XVI в. средством массовой агитации она не являлась. Первым, кто оценил, каким грозным оружием в полемике с врагами может быть сатирическая графика, растиражированная на печатном станке, был Мартин Лютер, подпитывавший народную ненависть к папе и монахам порочащими клириков грубыми и злыми гравюрами. Однако папский двор быстро понял силу карикатуры как средства убеждения и в ответ наладил выпуск сатирических рисунков, едко высмеивавших Лютера с единомышленниками [14, с. 34–44]. С тех пор в периоды внутренних и внешних конфликтов карикатура часто использовалась пропагандой для борьбы с противниками.

Военную пропаганду сравнивают с двуликим Янусом [28]. С одной стороны, она создает позитивный образ «своих» для того, чтобы посредством распространения «высоких» символов (национальный флаг, герб, гимн, изображения главы государства, командующих армией, национальных героев, религиозных святых, сестер милосердия и т. д.) пробудить в подданных и гражданах чувства патриотизма, солидарности, самопожертвования. С другой – безжалостно унижает и высмеивает «врага». Противника наделяют сатанин-

скими качествами. Он обвиняется в высокомерии, алчности, лжи, жестокости и разврате. Он считается виновным во всех бедах, в том числе и начавшейся войне [5, с. 77]<sup>1</sup>. «Негативная пропаганда» формирует «образ врага», это «пропаганда насмешки, ненависти и страха» [26]. Ее задача – снять с предохранителя заблокированный в мирное время комплекс агрессии. Вызывая чувство неприязни по отношению к «чужим», негативные клише одновременно усиливают чувство внутригрупповой солидарности среди «своих» [9, с. 116]. И здесь карикатура представляет для пропаганды очень полезный инструмент.

В условиях тотальной войны 1914–1918 гг., когда пропаганда наряду с военной силой и экономическим давлением стала третьим главным оружием борьбы с неприятелем [5, с. 28]<sup>2</sup>, карикатура пережила настоящий подъем во всех воюющих странах. Современник отмечал: «Социальные потрясения, войны в особенности, всегда ролят карикатуру, и чем сильнее столкновение, тем ярче и злее отражает она недостатки противника. Что бы сказал теперь мудрый Аристотель, который даже к незлобиво-простодушным карикатурам Пауза относился с большим неодобрением, находя в них ненужные и вредные изображения людей хуже, чем они есть на самом деле, что бы он сказал, видя современную карикатуру? Но времена древнего мудреца были иными... Карикатура древних и средних веков служила больше для смешливого времяпрепровождения; роль современ-

ного шаржа совсем иная, я бы сказал, по преимуществу пропагандистская, ибо цель ее побудить зрителя отнюдь не к добродушным улыбкам, а вызвать в нем гражданское настроение определенного порядка и толкнуть его к действию» [12, с. 277].

Заметно увеличились тиражи сатирических журналов, карикатуры ежедневно публиковались в газетах, выходили на отдельных листах и почтовых открытках, многие издания также выпускали иллюстрированные бесплатные листовки, предназначенные для солдат, с аэропланов и воздушных шаров эту продукцию разбрасывали по окопам противника [24, р. 152]. Карикатура была мобилизована «на службу интересам государственной обороны» [10, с. 29]. И в странах Антанты (Англии, Франции и России), и в воевавших против них державах Центрального блока (Германии и Австро-Венгрии) была введена цензура, распространявшаяся на всю печать и карикатуру в частности. Известно, что правительства через специально созданные агентства финансировали художников и снабжали их темами [11, с. 77; 24, с. 151–152].

Однако позиция карикатуристов определялась не только цензурными ограничениями или желанием извлечь, участвуя в пропаганде, материальную выгоду. Начало войны вызвало патриотический подъем во всех странах-участницах вооруженного конфликта. Художники считали, что рисунками они оказывают своим солдатам моральную поддержку. В ходе конфликта карикатура не только провоцирует агрессию, ей также свойственно нейтрализовать страх [20, р. 91]. «Мы выполняем национальную миссию. Юмор помогает сражаться... Карикатуру – на фронт!» – заявляли, например, карикатуристы немецкого журнала «Kladderadatsch» [24, р. 152]. Схожие чувства разделяли художники и «по ту сторону баррикад». Рассуждая о причинах расцвета этого жанра в годы войны, журналистка «Русской мысли» Вера Славенсон в 1916 г. отмечала: «Если согласиться с тем положением, что человек – существо смеющееся, что смех, по выражению Вольтера и с поправкой Канта, столь же необходим, в противовес многим страданиям в жизни, как сон и надежда, то ничего не будет удивительного в том, что ныне смех этот не только не умолк, напротив, окреп и

звучал уверенно и громко. Смеются у нас не только в тылу, смеются даже в окопах» [10, с. 27].

Рассмотрим некоторые карикатурные образы, использовавшиеся пропагандой стран Антанты и Центрального блока.

Как известно, все «войны начинаются не на полях сражений, а в головах людей» (Устав ЮНЕСКО, цит. по: [6, с. 160]): рисуя врагов, карикатуристы опирались на уже имеющиеся стереотипные представления о странах-соперниках. И в отличие от национальных стереотипов, содержащих смесь грубой брани, добродушного юмора и даже восхищения достоинствами соседа, военные клише имели исключительно утрированные злые черты.

В русском довоенном фольклоре встречаются такие шуточные прозвища немцев, как: «немец-шмерец», «копченый», «колбаса», «колбасник», «сосиска». Немцев также наделяли чертами, якобы характерными для жителей Пруссии: воинственностью, высокомерием и злостным педантизмом [15, с. 383].

Основной мишенью для насмешек карикатуристов стал кайзер Вильгельм II (изображения императора Франца-Иосифа и турецкого султана встречаются гораздо реже) – на него переносят всевозможные негативные стереотипы. Характерно карикатурное изображение «настоящего немца» на одной из сатирических открыток: мясник с усами Вильгельма II и свиным рылом, в руках у него сосиски и колбаса [там же, с. 384]. Фигура кайзера демонизировалась, его рисовали то в облике черта, то антихристом, сидящем верхом на диком кабане, то бешеным псом с островерхим шлемом. В странах Антанты Вильгельма считали главным виновником конфликта. На многих русских карикатурах кайзер изображен жалким, смешным, а то и просто страдающим мегаломанией сумасшедшим (см. рис. 1), мечтающим, подобно Наполеону, покорить мир. В России, где начавшаяся война воспринималась как «Вторая Отечественная», образ Вильгельма-Наполеона был чрезвычайно популярен. Кайзера изображали «неудачным Наполеоном», часто в «последней» из наполеоновских поз – на острове Святой Елены [12, с. 279]. Много русских карикатур высмеивает глупость и трусость врагов. Примером может быть карикатура, опубликованная в начале войны в «Новом времени». Карикатурист газеты изобразил немца и австрийца, вышед-

ших поохотиться на русского медведя. Однако когда наконец перед ними появилась вожделенная «добыча», австриец задрожал от ужаса в объятиях до смерти напуганного немца [23].

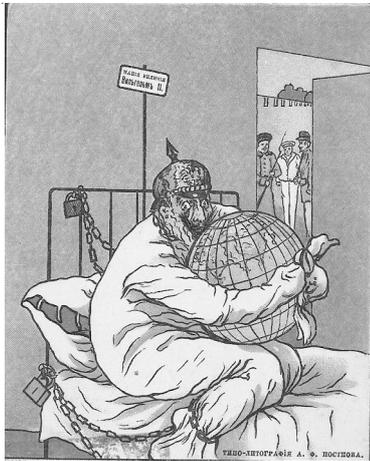


Рис. 1. Вильгельм II в сумасшедшем доме.  
Русская почтовая открытка

Русская карикатура оперировала не только традиционными стереотипами, были изобретены и новые клише. Особенно интересен образ «цивилизованного варвара» («просвещенного вандала», «культурного зверя» и т. п.). Характерна карикатура газеты «Голос Москвы»: немец изображен дикарем, сидящим на томах Канта, Гегеля и других немецких мыслителей и закусывающим детской ножкой [12, с. 280].

Это клише напоминает образ «гунна», чрезвычайно популярный во время войны в странах Антанты, особенно в Великобритании. По мнению английского историка Вильяма Кула, первоисточником этого карикатурного образа является риторический изыск с амого Вильгельма II. Еще в 1900 г., отправляя свою армию на подавление боксерского восстания в Китае, кайзер призывал немецких солдат «подражать гуннам Аттилы и не щадить дерзких китайцев» [19].

Вообще некоторые русские и британские антинемецкие стереотипы удивительно похожи. В Великобритании до войны также шутили над немецким пристрастием к сосискам и колбасе и считали соседей необычайно воинственными, рациональными и пунктуальными [31, р. 88–91]. В качестве примера можно привести карикатуру «Браво, Бельгия!», опубликованную в лондонском журнале «Punch» после нападения Германии на небольшое и нейтральное

Бельгийское королевство (что стало формальным поводом для вступления Великобритании в войну). Представляя немецкую агрессию против бельгийцев как поединок между Давидом и Голиафом, художник изобразил Германию в виде увешенного сосисками злобного толстяка. Немец занес дубинку над бельгийским мальчиком, который мужественно защищает ворота с надписью «Проезд закрыт» [17].

В дальнейшем, как уже отмечалось, главным отрицательным героем для английских карикатуристов, так же как и для их русских коллег, стал Вильгельм II. Кайзера представляли монстром, кровавым палачом, жестоким тираном и т. п. Например, на карикатуре «Жулик без Подвязки» английский король Георг V срывает с Вильгельма II орден Подвязки (высший рыцарский орден Великобритании), в результате с кайзера падают штаны и... зрители видят хвост и мохнатые, похожие на звериные, ноги [35, р. 47].

Английские карикатуристы часто высмеивали немецкую технику. В качестве примера можно привести рисунок «Когда свиньи начинают летать», где немецкие дирижабли в виде огромных свинок с ангельскими крыльшками сбрасывают на Лондон вместо бомб кровавую колбасу [ibid., р. 67].

Не отличались мягкосердечием к врагам и немецкие карикатуры. До войны в Германии по отношению к России преобладали негативные оценки. Часто Россию представляли бескультурной, отсталой, агрессивной и чуждой страной, не имеющей ничего общего со странами Западной Европы. Русских считали в культурном смысле неполноценными европейцами, «полуазиатами». В то же время размеры и ресурсы России делали ее в глазах немцев крайне опасным противником. Русским приписывались такие черты, как жестокость, бессовестность и свирепость [1, с. 193–194].

В годы войны немецкие карикатуристы безжалостно высмеивали прежде всего офицеров и вооружение русской армии. Художники часто изображают русских командиров с кнутом в руках, намекая на то, что якобы русские офицеры гонят своих солдат в бой плетью и пистолетом [27]. Русских командиров в Германии представляли алкоголиками. Так что на немецких карикатурах русский офицер всегда либо с кнутом, либо с бутылкой водки, либо с тем и другим одновременно (см. рис. 2) [ibid.]. Солдаты – толсты

и неряшливы, часто в казачьих шапках, иногда их лицам придавали монголоидные черты [1, с. 195]. Если в Великобритании «гуннами» называли немцев, то в Германии ярлык «гунны» применяли в отношении русских [1, с. 195; 23]. Показательна карикатура, помещенная на обложку берлинского журнала «Kladderadatsch» в первые дни войны, где художник сравнил русские войска с армией Аттилы. На фоне надвигающейся с Востока в зареве пожаров русской армии крепкий немецкий юноша держит на плече меч, призывая своих соотечественников на борьбу: «Вставайте, немецкие братья, гунны идут!» [29]. Немцы, как и их противники, пытались всю ответственность за конфликт переложить на своих врагов. В Германии зачинщиками конфликта считали русских, несмотря на то, что именно немцы объявили войну. Виновником представляли царя Николая II, который, втянув Россию в войну, якобы предал своих товарищей по «Священному Союзу» – императоров Германии и Австро-Венгрии. Характерна карикатура из «Kladderadatsch» с красноречивым названием «Поцелуй Иуды», где Вильгельм II и Николай II показаны соответственно в образах Христа и Иуды Искариота [29].



Рис. 2. Русский штаб-горнист.  
Немецкая почтовая открытка

Не менее ядовиты антианглийские карикатуры. Англофобия стала распространяться в Германии с началом англо-германского антагонизма в конце XIX века. Уже на довоенных немецких карикатурах британцы часто изображались самоуверенными, чопорными и лицемерными [31, р. 170–172].

В годы Первой мировой войны антианглийские настроения в Германии были так же силь-

ны, как в Великобритании германофобия. Длинные и тощие британские воины становятся излюбленными персонажами немецких карикатур. Английских офицеров рисовали высокомерными, непременно с усами и трубкой во рту. Солдат – в килтах и шотландских беретах. Зачастую англичанин изображается с разбитым лицом, перебинтованной рукой или ногой, босым и в рваной амуниции (см. рис. 3) [27]. Другими объектами насмешек немецких карикатуристов стали охватившая Англию в начале войны шпиономания и страх англичан перед нападением немецких цеппелинов и подводных лодок. Эти мотивы отражены в скетче мюнхенского журнала «Simplicissimus». В первом кадре жители Лондона, увидев таксу (несмотря на свое общеевропейское распространение, такса традиционно рассматривалась как символ Германии), принимают ее за «Цеппелин» и вызывают полицию. Далее полиция надевает на таксу цепь и... отводит в участок. А в финале – солдаты расстреливают несчастную собаку как «немецкого шпиона» [33] <sup>3</sup>. Много карикатур было направлено против политических лидеров Великобритании. Их обвиняли в коварстве, предательстве, коррупции и лжи, наделяя нередко демоническими чертами. Согласно широко распространенному в Германии убеждению, англичане вступили в войну, преследуя исключительно коммерческие интересы [11, с. 78]. Характерна карикатура журнала «Simplicissimus» «Война – это всего лишь бизнес», где английский министр иностранных дел сэр Эдвард Грей изображен в виде надменного представителя фирмы «Альбион и К°», которая торгует окровавленными черепами [32].



Рис. 3. Гуд-бай, старая добрая Англия.  
Немецкая почтовая открытка

ПРИМЕЧАНИЯ

Иногда в рисунках немецких карикатуристов можно встретить расистские мотивы, не характерные для карикатур стран Антанты. Поводом для многочисленных издевок стали английские колониальные войска, составленные из чернокожих солдат [31, р. 173]. Карикатура журнала «Kladderadatsch» изображает «современного» Джона Буля – типичного англичанина – превращенного карикатуристом в воинственного представителя негроидной расы с пухлыми губами и трубкой во рту, через плоский нос у него продето кольцо, а в мочке уха монета с изображением короля Георга V [30]. Эта и ей подобные карикатуры были, очевидно, мстью за пропагандировавшийся англичанами образ «немцев-гуннов». Немцы представляли британцев расчетливыми умниками, которые предпочитают таскать каштаны из огня чужими руками, проявляя при этом полное равнодушие к страданиям других [24, р. 155; 31, р. 173]. Примечательна карикатура из выпускавшегося немецкими социал-демократами в Штутгарте сатирического журнала «Der Wahre Jacob» «Всемирный потоп», где Джон Буль спокойно курит трубку на вершине отвесной скалы, окруженной морем крови, совершенно не обращая внимания ни на тонущих союзников, отчаянно цепляющихся за края утеса, ни на плывущего в ковчеге голубя мира с оливковой ветвью в клюве [22]...

Карикатурные образы, популярные в 1914–1918 гг., не только широко применялись пропагандой Второй мировой войны и «холодной войны», но и до сих пор лежат в основе некоторых современных представлений стран Запада и Востока друг о друге. Изображая нации в виде сверхличностей или животных, карикатуристы гиперболизировали отрицательные черты национального характера своих врагов, использовали гротеск, сюжеты известных мифов, эпосов и басен и т. д. Подобные образы способствовали мифологизации массовых внешнеполитических представлений, превращению их в негативные стереотипы, чрезвычайно устойчивые, мало подверженные воздействию со стороны интеграционных и глобализационных процессов. Изучение такого специфического источника, как военная карикатура, позволяет пролить свет на особенности военной пропаганды, взаимного восприятия, способы конструирования и функции образа врага.

<sup>1</sup> «В любой войне, – замечает Умберто Эко, – противник всегда – монстр. Некто Эдгар Берийон во время Первой мировой войны написал труд под названием “Полихезия германской расы”, где утверждал, что средний немец производит больше фекалий, чем француз, и смердят они сильнее» [3, с. 190].

<sup>2</sup> «Пропаганда, – писал, опираясь на опыт Первой мировой войны, американский ученый Гарольд Ласвель, – использует внушение и сводится исключительно к управлению мнениями и взглядами при помощи “выразительных символов”, или, говоря более конкретно, но менее точно, при помощи рассказов, слухов, сообщений, картин и т. п. Пропаганда управляет мнениями и отношениями путем непосредственной обработки (the direct manipulation) общественной мысли, не изменяя при этом материальных и социальных условий» [5, с. 28].

<sup>3</sup> Во время Первой мировой войны животные, бывшие любимцами кайзера Вильгельма II, попали в такую опалу в Великобритании и США, что, согласно некоторым источникам, такс якобы забрасывали камнями на улицах. См.: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Такса>.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вашик, К. Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30–50-х годов / К. Вашик // «Образ врага» / сост. Л. Гудков, ред. Н. Конрадова. – М. : ОГИ, 2005. – С. 191–229.
2. Виппер, Б. Р. Ведение в историческое изучение искусства / Б. Р. Виппер. – М. : АСТ-Пресс, 2004. – 257 с.
3. История уродства / под ред. У. Эко. – М. : Слово/Slovo, 2008. – 456 с.
4. Кривцун, О. А. Искусство и историческая антропология / О. А. Кривцун // Человек. – 2011. – № 2. – С. 53–70.
5. Ласвель, Г. Техника пропаганды в мировой войне / Г. Ласвель. – М. ; Л. : Гос. изд-во Отд-ние воен. лит., 1929. – 200 с.
6. Лебедева, М. М. От конфликтного восприятия к согласию / М. М. Лебедева // Полис: Политические исследования. – 1996. – № 5. – С. 160–173.
7. Махал, Г. Гримасы верноподданничества: Антирусские карикатуры в Германии времен Второй мировой войны / Г. Махал // Родина. – 2002. – № 10. – С. 56–57.
8. Нойманн, И. Использование «Другого»: Образы Востока в формировании европейских идентичностей / И. Нойманн. – М. : Новое изд-во, 2004. – 336 с.

9. Поршнева, Б.Ф. Социальная психология и история / Б. Ф. Поршнева. – М. : Наука, 1979. – 232 с.
10. Славенсон, В. Милитарная карикатура / В. Славенсон // Русская мысль. – 1916. – № 6. – С. 27–31.
11. Томпсон, П. Рабочее движение и карикатура / П. Томпсон. – М. ; Л. : Госиздат, 1926. – 112 с.
12. Флеровский, И. П. Война и карикатура / И. П. Флеровский // Современник. – 1914. – № 10. – С. 276–280.
13. Филиппова, Т. А. Аспиды и готтентоты: Немцы в русской сатирической журналистике / Т. А. Филиппова // Родина. – 2002. – № 10. – С. 31–37.
14. Швыров, А. В. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней / А. В. Швыров, С. С. Трубачев. – СПб. : Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. – 408 с.
15. Ян, Х. Ф. Русские рабочие, патриотизм и Первая мировая война / Х. Ф. Ян // Рабочие и интеллигенция России в эпоху реформ и революций. 1861 – февраль 1917 г. : материалы Междунар. коллоквиума, 12–15 июня 1995 г. / под ред. С. И. Потолова. – СПб. : Рус.-балт. информ. Центр БЛИЦ, 1997. – С. 379–396.
16. Avenarius, F. [Ernst Albert], Die Weltkarikatur in der Völkerverhetzung: Was Sie Aussagt – und Was Sie Verrät / F. Avenarius [Ernst Albert]. – München : Kunstwartverl. Callwey, 1921. – 254 p.
17. Adam, H. P. International Cartoons of the War / H. P. Adam. – N. Y. : E. P. Dutton & Company 68 1 Fifth Avenue, 1918. – 100 p.
18. Caswell, L. S. Drawing Swords: War in American Editorial Cartoons / L. S. Caswell // American Journalism. – 2004. – № 21 (2). – P. 13–45.
19. Coupe, W. A. Kaiser Wilhelm and the Cartoonists / W. A. Coupe. – Electronic text data. – Mode of access: [www.politicalcartoon.co.uk/html/kaiser\\_wilhelm.htm](http://www.politicalcartoon.co.uk/html/kaiser_wilhelm.htm).
20. Coup, W. A. Observations on a Theory of Political Caricature / W. A. Coup // Comparative Studies in Society and History. – 1969. – Jan. – Vol. 11, № 1. – P. 79–95.
21. Demm, E. Propaganda and Caricature in the First World War / E. Demm // Journal of Contemporary History. – 1993. – Jan. – Vol. 28, № 1. – P. 163–192.
22. Der Wahre Jacob. – 1916. – 4. Febr.
23. Douglas, R. Cartoons and the historian / R. Douglas. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.politicalcartoon.co.uk/history/cartoons-and-the-historian.html>.
24. Gardes, J.-C. La caricature en guerre: Allemagne, 1914–1918 / J.-C. Gardes // Le Temps des Médias. – 2005. – Jan. – № 4. – P. 151–161.
25. Goldstein, R. J. Political Caricature and International Complications in Nineteenth-Century Europe / R. J. Goldstein // Michigan Academician. – 1998. – March. – Vol. XXX. – P. 107–122.
26. Kemnitz, T. M. The Cartoon As a Historical Source / T. M. Kemnitz // Journal of Interdisciplinary History. – 1973. – № 4 (1). – P. 81–93.
27. Kosanovich, J. Interpreting Central Powers «Mocking» propaganda / J. Kosanovich, P. Hageman. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.wwl-propaganda-cards.com/index.html>.
28. Kosanovich, J. «Mocking» cards. General Introduction / J. Kosanovich, P. Hageman. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.wwl-propaganda-cards.com/index.html>.
29. Kladderadatsch. – 1914. – № 32. – 9. Aug.
30. Kladderadatsch. – 1915. – № 25. – 20. June.
31. Moyle, L. R. «Drawing Conclusions»: An Imagological Survey of Britain and the British and Germany and the Germans in German and British Cartoons and Caricatures, 1945–2000 : unpubl. doctoral diss. / L. R. Moyle. – Univ. Osnabrück, 2004. – 336 p.
32. Simplicissimus. – 1914. – 18. Aug.
33. Simplicissimus. – 1914. – 10. Nov.
34. Streicher, L. A. On a Theory of Political Caricature / L. A. Streicher // Comparative Studies in Society and History. – 1967. – July. – Vol. 9, № 4. – P. 427–445.
35. Sullivan, E. J. The Kaiser's Garland / E. J. Sullivan. – L. : William Heinemann, 1915. – 95 p.

## THE CARTOON AS AN INSTRUMENT OF PROPAGANDA DURING WORLD WAR I

*D.Eu. Tsykalov*

This study is aimed at defining the role of the cartoon in the propaganda of the World War I. Some cartoons that were used by the war propaganda in Russia, the UK and Germany are considered. The relations of these cartoons with popular attitudes are analyzed.

**Key words:** *cartoon, propaganda, World War I, the enemy image, mutual images, popular attitudes.*