

Grynevych, L. (2008). The Present State of Ukrainian Historiography on the Holodomor and Prospects for Its Development. *Harriman Review*, (Vol. 16. 2), 10–20. [in English].

Malksoo, L. (2001). Soviet Genocide? Communist Mass Deportations in the Baltic States and International Law. *Leiden Journal of International Law*, 14, 757–787. [in English].

Viola, L. (1987). *The best sons of the fatherland. Workers in the vanguard of Soviet collectivization*. New York, 285 p. [in English].

Отримано: 16.01.2021

DOI: 10.32626/2309-2254.2021-31.64-78

УДК 32.019.5«1914/1918»:[655.3.066.32(477-25)]:[741.5:32

КОПИЛОВ Сергій – доктор історичних наук, професор, ректор Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, вул. Огієнка, 61, м. Кам'янець-Подільський, індекс 32300, Україна (kopylov@kpnu.edu.ua)

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3634-5276>

ResearcherID: ABG-4518-2020

KOPYLOV Sergiy – Doctor of Historical Sciences, Professor, rector, Kamianets-Podilskiy National Ivan Ohienko University, 61 Ohienko Street, Kamianets-Podilskiy, index 32300, Ukraine (kopylov@kpnu.edu.ua)

ПАУР Ірина – кандидат історичних наук, доцент кафедри образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та реставрації творів мистецтва Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, вул. Огієнка, 61, м. Кам'янець-Подільський, індекс 32300, Україна (iryna.paur@kpnu.edu.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5998-8274>

ResearcherID: AAY-7735-2020

PAUR Iryna – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of The Department of Fine and Decorative Art and Restoration, Kamianets-Podilskiy National Ivan Ohienko University, 61 Ohienko Street, Kamianets-Podilskiy, index 32300, Ukraine (iryna.paur@kpnu.edu.ua)

Бібліографічний опис статті: Копилов, С., Паур, І. (2021). Політична карикатура на листівках київського видавництва «Новь» як засіб пропаганди в період Першої світової війни. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: історичні науки*, (31), 64–78.

ПОЛІТИЧНА КАРИКАТУРА НА ЛИСТІВКАХ КИЇВСЬКОГО ВИДАВНИЦТВА «НОВЬ» ЯК ЗАСІБ ПРОПАГАНДИ В ПЕРІОД ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ

Анотація. Мета дослідження – проаналізувати політичну карикатуру на поштових листівках, виданих у перші місяці війни київським видавництвом «Новь», її вплив на формування поглядів різних груп російського й українського громадянства щодо причин вступу тієї чи іншої країни у війну, визначення її винуватців, формування «образу жертви» й «образу ворога» тощо. **Методологія дослідження.** Досягнення мети дослідження й виконання основних завдань обумовило використання загальнонаукових, загальноісторичних, спеціальних і джерелознавчі методи дослідження – археографічний, іконографічний та палеографічний. **Наукова новизна.** Розглянуто образи, сюжети та персонажі карикатур, розміщених на бланках поштових відправлень київського видавництва «Новь», їх символічне значення. Досліджено вплив карикатури на формування позитивного ставлення до жертв агресії й негативних стереотипів щодо ворожих країн серед різних груп українського і російського громадянства, доведено значення ілюстрованих поштових листівок як ефективного способу інформаційної пропаганди. **Висновки.** В роки Першої світової війни російська пропаганда використовувала апробовані механізми для формування суспільних настроїв населення й створення негативного «образу ворога». Вагоме місце серед графічної продукції антинімецької та антигабсбурзької пропаганди посідала зрозуміла й дохідлива для різних верств населення гумористична карикатура, яку, як правило, тиражували на шпальтах газет і на поштових листівках. Цей важливий канал комунікації був дуже популярний серед вояків російської армії та цивільного населення. Київське товариство «Новь», тиражуючи сатиричні малюнки на бланках поштових листівок, які висміювали національні вади німців, Німеччини та її союзників, робило свій посильний внесок у формування «образу ворога» серед російського та українського населення.

Ключові слова: Перша світова війна, поштова листівка, карикатура, київське видавництво «Новь», пропаганда.

POLITICAL CARICATURE ON THE POSTCARDS OF KYIV PUBLISHING HOUSE «NOV'» AS A MEANS OF PROPAGANDA DURING THE FIRST WORLD WAR

Abstract. This research aims to analyze the political caricature on the postcards published in the first months of the war by Kyiv publishing house Nov', its influence on the formation of views of various groups of Russian and Ukrainian citizens on the reasons for a country's entry into the war, identifying its perpetrators and creation of the «image of the victim» and the «image of the enemy». **Research methodology.** Achieving the goal of research and fulfilment of the main tasks led us to the use of general scientific, general historical, special and source methods of social sciences. A special role in the work was played by source research methods – archeographic, iconographic and palaeographic. **Scientific novelty.** Images, plots and characters of caricatures placed on letterhead forms of Kyiv publishing house «Nov'», their symbolic significance is considered. The influence of caricature on the formation of a positive attitude towards the victims of aggression and negative stereotypes about hostile countries among various groups

of Ukrainian and Russian citizenship are studied, the importance of illustrated postcards as an effective way of information propaganda is proved. **Conclusions.** During the First World War, Russian propaganda used proven mechanisms to shape public sentiment and to create a negative «image of the enemy». An important place among the graphic products of anti-German and anti-Habsburg propaganda was occupied by an understandable and intelligible for various segments of the population humorous caricature that was usually reproduced in newspapers and postcards. This important channel of communication was popular among Russian soldiers and civilians. Kyiv's Nov' Society, by circulating satirical drawings on postcards that ridiculed the national drawbacks of Germans, Germany, and its allies, made its significant contribution to shaping the «image of the enemy» among the Russian and Ukrainian populations.

Key words: the First World War, postcard, caricature, Kyiv publishing house «Nov'», propaganda.

Постановка проблеми. Історіографія Першої світової війни на сьогодні є невичерпною й нараховує сотні фундаментальних праць, у яких проаналізовано передумови конфлікту, перебіг воєнних дій, дипломатичні маневри протидіючих сторін тощо. Відзначення 100-ої річниці її завершення в 2018 р. активізувало зусилля дослідників щодо виявлення та введення до наукового обігу тих джерел з історії конфлікту, що тривалий час залишалися поза увагою вчених. До їх числа відносимо візуальні джерела, зокрема плакати та ілюстровані поштові листівки (кореспондентські картки/відкриті листи), що в роки Першої світової війни стали важливим засобом пропаганди у ворожих країнах. Наприклад, солдатам французької армії безкоштовно видавали спеціальні кореспондентські картки, відсилання яких рідним і друзям була переконливим доказом їх життя. Лише наприкінці 1914 р. було надіслано 1,5 млн. листів і карток, усього ж у роки конфлікту у Франції було випущено 80 тис. видів цих поштових відправлень кількістю від 4 до 5 млрд, ще кілька десятків мільярдів – в інших країнах, охоплених війною (Doizy, 2014).

Аналіз джерел та останні дослідження. До 1990-х рр. ілюстративні листівки не викликали зацікавлення дослідників, відтак поза увагою залишалися їх текстові повідомлення й зображальний ряд, хоча вони мали величезний інформаційний потенціал. Це підтвердили дослідження початку 2000-х рр., у яких ці візуальні джерела використовувалися як ілюстрації, а також вагомий аргумент для обґрунтування висновків. Зокрема, французький історик Ж.-І. ле Наур визначав карикатури поштів як «популярний аспект пропаганди», своєрідний жанр, що «не тільки свідчив про жорстокості цієї війни, ...але й виявляв жорстокість художнього мислення і сам був складовою цієї тотальної війни» (Ле Наур, 2015, с. 16). Українська дослідниця Л. Питльована назвала поштові листівки, часописи й брошури із сатирично-гумористичного малюнками важливим каналом поширення карикатур у роки світової війни (Питльована, 2014, с. 77). С. Медяков акцентував на пропагандистській ефективності відкритих листів, що мали політичний зміст, входили у приватне життя і завдяки своїй комунікативній функції доносили його до більшої частини населення (Медяков, 2014, с. 6).

Джерельною основою дослідження слугували матеріали колекцій та окремі поштові листівки, розміщені на різних електронних ресурсах, листівки з приватних зібрань українських колекціонерів, ілюстрації пропагандистських листівок з 4-го тому «Битва добра і зла» праці російського історика О. Медякова «Перша світова війна на поштових листівках» (Медяков, 2014).

Мета статті – з'ясувати вплив політичної карикатури київського видавництва «Новь» у перші місяці Першої світової війни на формування поглядів населення Російської імперії щодо участі у світовому конфлікті держав, його винуватців, «образу жертви» й «образу ворога».

Виклад основного матеріалу. Початок Першої світової війни, як першого тотального протистояння, вимагав від кожної з країн-учасниць величезного напруження сил і мобілізації усіх наявних ресурсів. Чи не найголовнішу роль серед останніх відігравав людський ресурс, інтенсивність і міць якого визначалися настроями і ментальними установками суспільства. Із перших днів конфлікту на його мобілізацію була спрямована міць державної пропагандистської машини, що використовувала різноманітні засоби і методи, зокрема візуальні образи. Їх джерелами були агітаційні плакати та ілюстровані поштові листівки/картки. Останні доносили до воєнків необхідний інформаційний посил і були важливим засобом масової комунікації – скориставшись поштовою, солдат міг поширити необхідну інформацію.

У перші тижні конфлікту ілюстровані листівки стали одним з ефективних засобів воєнної пропаганди, інформаційною зброєю державних інституцій країн-учасниць воєнного конфлікту. Найбільший інтерес загалу викликали карикатури гумористичних листівок, іконографія яких глузувала над ворогом. На карикатурах французьких листівок німецькі солдати здаються у полон за шматок хліба, а в Німеччині кампанію на Західному фронті зображували звичайною екскурсією. Ж.-І. ле Наур виокремив мотиваційні типи зображень карикатур на французьких поштових листівках, зокрема: перший – висміювання намірів німців; другий – акцентування на їх надмірній войовничості та жорстокості; третій – нелюдськість завойовників (Ле Наур, 2015, с. 10).

У Німеччині художники-карикатуристи заявляли, що вони виконують національну місію, а їх гумор допомагає воювати: «Карикатуру – на фронт!» (Цыкалов, 2012, с. 86). Особливе місце в антибританській графічній пропаганді Берліна посідала політична карикатура, яка торкалася англо-німецької конкуренції в галузі важкої промисловості, у зовнішній торгівлі, в сфері воєнно-морських озброєнь і колоніальному підґрунті. Зауважимо, що однією з головних тем німецьких карикатур була жалюгідність англійської армії (Питльована, 2014, с. 80). У роки воєнного конфлікту начальник розвідувальної служби Верховного командування німецької армії полковник В. Ніколаї вважав пропаганду важливою складовою розвідувальної справи і висловлював жаль, що німецька пропаганда була недосконалою й непрофесійною. Автори карикатур і плакатів не враховували психологічних особливос-

тей загалу, зображали опонентів у комічному вигляді. Унаслідок цього, зустрівшись із ворогом у бою, німецькі солдати відчували себе обманутими і переставали довіряти друкованій продукції. Натомість англійська й американська пропаганди були з психологічного погляду правильними: змальовували німців у вигляді варварів і гунів, готуючи своїх вояків до жахів і жорстокості війни (Питльована, 2014, с. 78).

Австрійська пропагандистська машина мало використовувала потенціал карикатур на поштових листівках для впливу на масову свідомість. Як було з'ясовано, найбільш значущими сюжетними лініями останніх були: зображення представників правлячих династій і військового командування союзних держав; пропаганда героїзму вояків австро-угорської армії та її непереможності, вияви вірності цісарю та Батьківщині, пробудження високого патріотизму й відчуття співучасті у відсічі ворога; взаємодія і взаємодопомога військ Центральних держав; демонстрація бойового застосування різних видів зброї; допомога пораненим медичного персоналу; злочини ворожої армії; серії поштівки «Червоного Хреста», догляд за військовими могилами та ін. (Осачук, 2008, с. 17).

Водночас, російська пропаганда від початку воєнного конфлікту була спрямована на підтримку морального духу вояків, формування у суспільній свідомості «образу іншого», на основі якого формувалася «образ ворога». Цей процес був обов'язковою складовою морально-психологічної підтримки армії та суспільства і реалізовувався різними ідеологічними методами та інструментами. Аналіз останніх оприлюднив у 1927 р. американський вчений Г. Ласвель (Lasswell G.D. *Propaganda Technique in the World War*. New York, 1927. 212 p.), який визначив алгоритм із п'яти головних етапів пропаганди. Перший – звинувачення противника в розв'язанні війни та гра на протиставленні зла (ворога) – добру (власний народ). Другий етап – це представлення опонента в образі абсолютного зла та формування переконання, що невдовзі ворог буде переможений. Третій етап передбачав персоніфікування «образу ворога» та надання йому всіх негативних якостей з «образу іншого», а також переведення війни на побутовий рівень, коли спільний ворог ставав особистим і наближався до повсякденного життя потенційного адресата листівки – до його родини, особистих інтересів тощо. На четвертому етапі створений «образ ворога» застосовували в умовах війни. Особливий акцент робили на його жорстокості під час воєнних дій. Крім того, американський дослідник наголошував на можливості використання «давніх історій» і застосуванні образів найбільш беззахисних верств населення – жінок і дітей. П'ятий етап – це надходження до населення пропаганди противника, в цей момент слід довести, що вона ґрунтується на брехні, а тому всі відомості, оприлюднені нею, є недостовірними. Дана тактика дозволяє нівелювати ефект ворожої пропаганди і приписати їй усі негативні повідомлення з фронту (Ласвель, 1929, с. 80).

На початковому етапі Першої світової війни, в умовах неграмотності більшої частини населення Російської імперії, важливим засобом пропаганди

серед різних верств громадянства стала сатирична графіка. Редактори окремих газет Наддніпрянщини, зокрема «Вечернее время», «Киев», «Последние новости», «Южная копейка» та ін., уже в перший місяць воєнного конфлікту охоче розміщували карикатури на першій сторінці своїх видань.

Зважаючи на популярність сатиричної графіки, окремі видавництва порушили клопотання перед органами цензури щодо розміщення карикатури на бланках відкритих поштових листівок. Уже, 9 вересня 1914 р. київська військова цензура надала дозвіл видавництву товариства «Новь» на друк гумористичних листівок серії «Сучасна російська та іноземна карикатура та війна». До неї увійшли репродукції карикатур В. Денисова, А. Юргенса, Юнкера Шмита, Борута, Джима, Ніка, «В.Ю.», «Г.М.», що вперше були розміщені на шпальтах російських газет «Вечернее Время», «Весь Мир» та ін. Відповідно до номерного маркування серія включала, імовірно, 18 поштівок і була випущена не раніше середини вересня 1914 р., на що вказує напис на адресному боці листівок: «Дозв. воен. ценз. Киев. 9/9-14 г.» (Рис. 1).

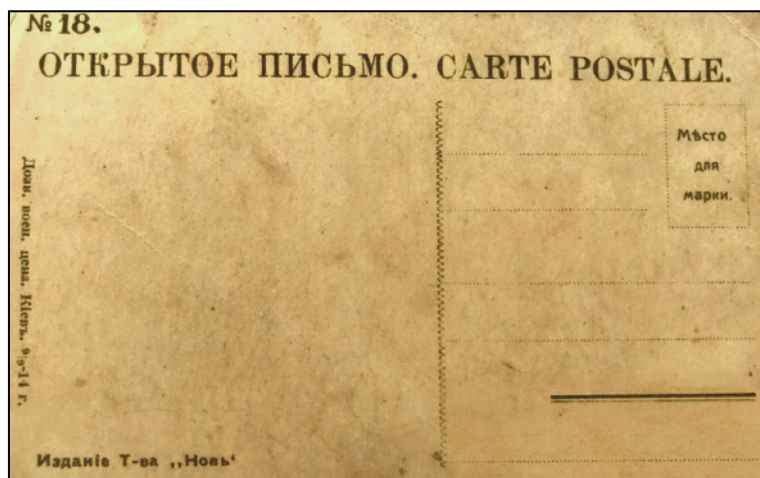


Рис. 1. Адресный бік листівки Т-ва «Новь». Київ (після 9.09.1914)

Популярність сатиричної графіки листівок цієї серії та комерційні інтереси визначили доцільність їх перевидань у 1914 і 1915 рр. Поштівки другого випуску повторювали зображальний ряд попереднього видання, а їх порядкові номери від 1 до 18 були зазначені на лицьовому боці. У 1915 р. товариство «Новь» принаймні втретє перевидавало серію гумористичних карикатур, на що вказує оформлення адресного боку цих листівок. Так, на їх бланках використано назву «Почтовая карточка. Carte Postale», новий логотип видавництва у формі кола поділеного навпіл, верхня частина якого – у формі сонячних променів, а нижня мала напис «Издательство «Новь» Киев»

(Рис. 2). Бланки цих серій мали місце для марки з відповідним написом і відміткою про дозвіл видання військовою цензурою в місті Києві. Відповідно до маркування листівки цієї серії мали порядкові номери від 1 до 42 (найбільший номер листівки, виявленої авторами).

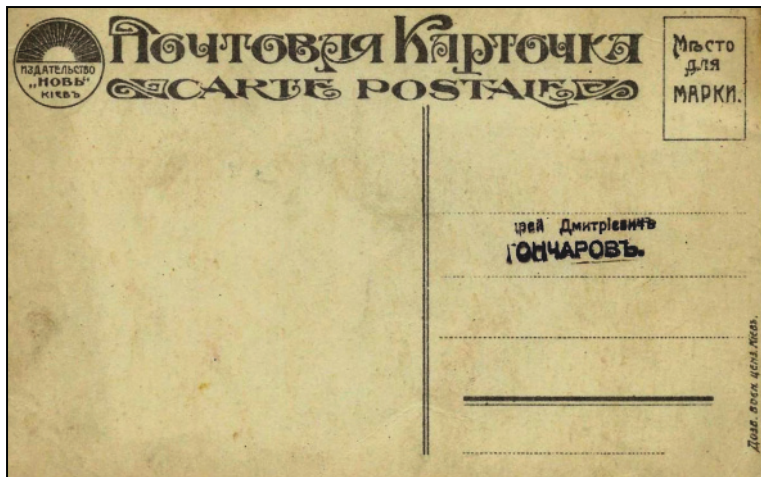


Рис. 2. Адресний бік листівки видавництва «Новь». Київ: «Новь», 1915 р.

У фаховому середовищі мистецтвознавців та істориків-джерелознавців використовують такий алгоритм аналізу гумористичної графіки, що загалом повторює процедуру джерелознавчого аналізу інших типів джерел. Він передбачає: ідентифікацію зображених на малюнку осіб; встановлення часу, місця та подій, яким присвячена карикатура; з'ясування ставлення автора до зображуваних подій, визначення його політичних поглядів та переконань; вивчення використаної у малюнку символіки та графічних метафор; визначення ступеня об'єктивності художника у відображенні подій із кореляцією на сучасні знання про них; визначення головного меседжу карикатури (Питльована, 2014, с. 77).

Кожну із представлених нижче листівок слід віднести до етапу формування «образу ворога», але його створення в особі Німеччини мало особливу специфіку. На початковому етапі конфлікту російська пропаганда, зокрема журналісти і художники-карикатуристи, не ототожнювали імперію Гогенцолерів і її народ як єдине ціле, але вважали німецьких дипломатів більш войовничими ніж самих німців. Відтак відповідальність за розв'язання війни покладали на кайзера Вільгельма II, німецьку дипломатію та войовниче пруське юнкерство. Якщо ворожий образ німецького народу почав формуватися лише згодом, то німецьку військову і політичну еліту на чолі з кайзером біль-

ність європейського громадянства уявляла ворожою ще з часів Першої марокканської кризи 1905–1906 рр.

Іконографія листівок товариства «Новь» тематично охоплювала кілька сюжетів: Вільгельм II – кровожерливий злодій і тиран із захмарними амбіціями; неорганізовані й слабкі армії противників (Німеччини та її союзників); результати військових компаній; відносини Берліна з країнами-союзниками. Відтак на сатиричних малюнках цього етапу війни кайзер і німецька політична еліта зображувалися в непривабливих образах демона, антихриста, агресора, тирана або смерті; німецькі солдати – рудими тарганами-пруссакми або ж свинями, тоді як пересічені німці – товстим Міхелем у нічному ковпаку, який поступово худне і зображується як жертва прусського мілітаризму (Миронова, 2018, с. 47). Зрештою, «образ ворога», який асоціювався з німецьким народом, почав формуватися під час воєнної кампанії.

Для створення «образу ворога» в особі ворожої держави і народу російська пропаганда найчастіше використовувала прийом персоніфікації іншої країни через її правителя. Найбільш благодатним об'єктом для пропаганди був німецький кайзер Вільгельм II, оскільки його персону допомогла трансформувати «образ ворога» з абстрактної категорії в персональну. Тому, німецький кайзер став головним об'єктом висміювання на карикатурах і саме на нього екстраполювалися всі негативні стереотипи та уявлення росіян щодо педантизму німців, їх дріб'язковості й обмеженості. Саме так серед громадянства країн Антанти формувався образ Вільгельма-Наполеона як головного винуватця військового конфлікту, який планував загартувати увесь світ. Зокрема, на карикатурі поштівки видавництва «Новь» «ДЕМОН (Німеччина) наспівує ТАМАРІ (Туреччина): І будеш ти царицею світу!!!» німецький кайзер постав в образі демона, який маніпулює своїми союзниками. Вільгельма було зображено із крилами кажана та кинджалом у лівій руці, який нашіптує омріяні плани поділу Європи підстаркуватому турку, що асоціюється із турецьким султаном Мехмедом V Решадом (Рис. 3).

Захмарні плани кайзера Вільгельма II київські видавці висміяли на карикатурах «Моментальні знімки з Вільгельмом», «Моментальні знімки з «великого прапора», «Кроки Вільгельма завойовника» та ін., розміщених на їх поштівках (Колекція поштових листівок (далі – КПЛ) сайту «Клуб Филокартиста»). Так, листівка перших місяців війни «Моментальні знімки з Вільгельмом» представляла два образи німецького кайзера: образ великого кайзера в переддень конфлікту й образ військового головнокомандувача, який зазнав поразки. На першому малюнку Вільгельм – гордовитий, самовпевнений і сповнений бажання правити всім світом, на іншому – це сумний чоловік з опущеними донизу вусами, який заплющив очі, а зламаний орел на його шоломі демонструє нездійсненність його воєнних планів (Рис. 4).



Рис. 3. Демон (Німеччина) наспівує Тамарі (Туреччині): І будеш ти царицею світу!!!». Київ: «Новь», 1914. № 22



Рис. 4. «Моментальні знімки з Вільгельма». Київ: «Новь», 1914

Карикатури іншої тематичної групи (малюнки Н. Юргенса, В. Денисова та ін. анонімних авторів зі шпальт газет «Весь мир», «Вечернее время»), розтиражовані на поштівках товариства «Новь», дошкульно висміювали армії ворожих країн. Ці тематичні сюжети були представлені на карикатурах «Австрійський майор. Як ви смієте, лейтенанте, переганяти старшого за чином!..», «Прусське «НОСН» (Ура!) на страх ворогам», «Військовополонений»,

«Хоробрий тевтонський воїн», «Останній привіт з Німеччини», «Досвідчені інструктори вже розпочали навчання німецьких новобранців останнього привіту» (КПЛ сайту «Клуб Філокартиста»). На сатиричних малюнках цієї тематичної групи німецькі військові генерали постали пихатими та жорстокими персонажами, а солдати – дітьми або неміними старцями (Рис. 5).



Рис. 5. Досвідчені інструктори вже розпочали навчання німецьких новобранців останнього привіту. Київ: «Новь», 1914

Центральною темою карикатур, що розміщувалися на листівках товариства «Новь» в серпні–грудні 1914 р., були війнні баталії на Сербському і Західному фронтах. Так, на вторгнення австро-угорської армії в Сербію редакція петербурзької газети «Вечірній час» відреагувала публікацією дошкульної карикатури «З австрійських телеграм: «Війна в Сербії перетвориться в просту каральну експедицію. Австрія задоволена», розміщеної на її шпальтах 12 серпня 1914 р. (КПЛ сайту «Клуб Філокартиста»). Невдовзі цей малюнок з'явився на одній із листівок у назві «Після своєї «каральної» експедиції в Сербію Австрія отримала від сербів «повне задоволення» (Рис. 6). На малюнку сербський солдат копняком виганяє австрійців зі своєї землі, що відображало розвиток військових дій на Сербському фронті в серпні 1914 р.

Перебігу подій бельгійської кампанії було присвячено карикатуру листівки «Збирався на «обід» у Париж, але подавився за сніданком у Бельгії» (Рис. 7). Вона повторювала графічний малюнок зі шпальт газети «Вечірній Час» від 4 (17) серпня 1914 р., що мав назву «Вільгельм запрошував своїх друзів 11 серпня (29 липня) на обід у Париж. Обід було скасовано, оскільки він затримався на сніданку в Бельгії». На карикатурі зображений німецький військовий із характерними для імператора вусами, гостроверхим шоломом на голові й погонами з позначкою «W II» (Вільгельм II – авт.), який задушився



Рис. 6. «Війна в Сербії перетвориться в просту каральну експедицію. Австрія задоволена» / за рис. Ніка «Вечірній час». Київ: «Новь», 1914



Рис. 7. «Збирався на «обід» у Париж, але подавився за сніданком у Бельгії. Київ: «Новь», 1914

їжею з тарілки з написом «Бельгія». За задумом автора, малюнок висміює провальний план Вільгельма II блискавично захопити Бельгію, незважаючи на проголошений її урядом нейтралітет. Інший графічний малюнок – «Переправа Вільгельма через Бельгію» (КПЛ сайту «Клуб Филокартиста») висміює наміри кайзера блискавично захопити бельгійський Льєж. Художник зобразив німецького кайзера переляканим вояком, який верхи на голові очманілого коня намагається форсувати річку Маас, тоді як його армія зникла у водах цієї річки, а на її поверхні плавають гостроверхі шоломи та перевернуті догори чоботи (КПЛ сайту «Клуб Филокартиста»).

Окрема група сатиричних ілюстрацій листівок видавництва «Новь» висміює відносини між німцями та їхніми союзниками. Зокрема, графічний малюнок іншої листівки цієї серії «Рішучі» кроки Туреччини» (Рис. 8) відображає складні відносини між Німеччиною та

Туреччиною: німецький кайзер силоміць тягне німецького турка (султана Мехмеда V Решада – авт.) у бік Росії. За задумом автора, малюнок мав утверджувати в суспільній свідомості тезу про нерівноправність союзницьких відносин між країнами Четвертного союзу, в якому Туреччина та Болгарія були джерелом матеріальних і людських ресурсів Німеччини у війні за світове панування.

На іншій листівці із карикатурою «Туреччина «грізно» озброюється!» (за мал. «Г.М.») анонімний автор іронізує з приводу «купівлі» турецьким урядом крейсерів «Гебен» і «Бреслау» (Рис. 9). 10 серпня 1914 р. ці кораблі увійшли в Дарданелли та невдовзі в Чорне море, що похитнуло сподівання у нейтралітет Османської імперії (Шкундин, 2002, с. 235). На карикатурі остання зображена у вигляді німецького турка із зашморгом на шії, який на плечах тримає корабель, у носовій частині якого визирає чорний орел у гостроверхо́му німецькому шоломі, а на його прапорах майорять написи «Бреслау» та «Гебен». Як відомо, війну проти Росії Туреччина розпочала без її офіційного оголошення. 30 жовтня 1914 р. німецькі крейсери «Гебен» і «Бреслау» з турецькими прапорами і під командуванням німецького адмірала В. Сушона здійснили з віддаленої дистанції бомбардування головної бази російського Чорноморського флоту Севастополя й низки інших російських портів (Феодосії і Новоросійська) (Шкундин, 2002, с. 154–155).

Дотримання нейтралітету болгарським і румунським урядами художник з німецьким прізвиськом Ю. Шміт висміяв на карикатурі «Фердинанд. Говорять, Карле, що ми порушуємо нейтралітет, пропускаючи німецьких офіцерів до



Рис. 8 «Рішучі» кроки Туреччини.
Київ: «Новь», 1914



Рис. 9. «Туреччина «грізно» озброюється!» / за рис. «Г. М.». Київ: «Новь», 1914. № 7

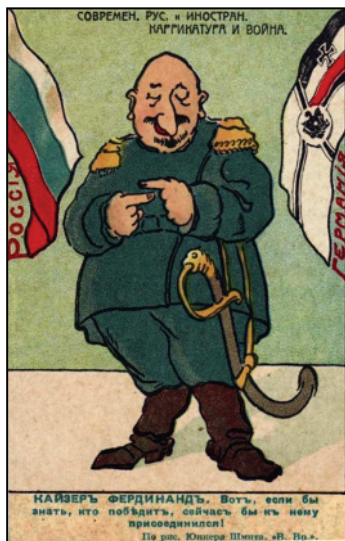


Рис. 10. «Кайзер Фердинанд. Якби знати хто переможе, зараз би до нього приєднався / за рис. Юнкера Шміта». Київ: «Новь», 1914



Рис. 11. «Мирні» відносини між Туреччиною та Грецією налагоджуються / за рис. Юргенса. Київ: «Новь», 1915. № 19

Туреччини. Де? Коли?» (КПЛ сайту «Клуб Филокартиста»). На сатиричному малюнку він зобразив правителів двох балканських країн в образі велетнів, які через біноклі видивляються у бік тих країн, яких вбачали своїми потенційними покровителями і союзниками: болгарський цар Фердинанд – у бік Німеччини, а румунський король – Росії; водночас через широко розставлені ноги обидва пропускають німецькі війська до Османської імперії. Вагання болгарського царя щодо вступу у воєнний конфлікт на боці тієї або іншої коаліції були висміяні на карикатурі Ю. Шміта, розтиражованій на поштовій листівці товариства «Новь» з назвою «Кайзер Фердинанд. Якби знати хто переможе, зараз би до нього приєднався» (Рис. 10). Уперше цей сатиричний малюнок було розміщено на шпальтах петербурзької газети «Вечернее время» від 15 серпня 1914 р. (Суворин, 1914, с. 3).

Про участь Японії у воєнному конфлікті іронізував анонімний автор карикатури «Несподіваний флірт» між Францією та Японією» (КПЛ сайту «Клуб Филокартиста»), розтиражованій на листівці київського видавництва «Новь». У ніч з 7 на 8 серпня 1914 р. японський кабінет міністрів ухвалив рішення про вступ у війну на боці Антанти, а 23 серпня у Токіо було видано імператорський маніфест про оголошення війни Німеччині. Але, захопивши у листопаді німецьку колонію в Китаї (область Цзяожоу з морською фортецею Ціндао) й острови в Тихому океані, Японія далі ніякої військової участі в першій світовій війні не брала (Шкундин, 2002, с. 153–154). Водночас багаторічний конфлікт між двома балканськими країнами відображено на карикатурі «Мирні» відносини між Туреччиною та Грецією налагоджуються» Н. Юргенса, розміщений під № 19 у третій серії поштівок (1915) видавництва «Новь» (Рис. 11).

Висновки. Отже, в роки Першої світової війни російська пропаганда використовувала апробовані механізми для формуванню суспільних настроїв населення: створення негативного «образу ворога» й позитивного ставлення до жертв агресії. Вагоме місце серед графічної продукції антинімецької та антигабсбурзької пропаганди посідала зрозуміла й дохідлива для різних верств населення гумористична карикатура, яку, як правило, тиражували на шпальтах газет і на поштових листівках. Київське товариство «Новь», тиражуючи сатиричні малюнки на бланках поштових листівок, які висміювали національні вади німців, Німеччини та її союзників, робило свій посильний внесок у формування «образу ворога» серед російського та українського населення.

Список використаних джерел та літератури:

Колекція поштових листівок сайту «Клуб Филокартиста». URL: <http://filokartist.net/catalog/showgroup.php?pid=403> (дата звернення: 15.10.2020).

Ласвель, Г. (1929). *Техника пропаганды в мировой войне*. Москва-Ленинград: типография «Печатный двор», 204 с.

Ле Наур, Ж.-И. (2015). Изображение немцев во французской карикатуре времен Первой мировой войны. *Идеи и идеалы*, 4 (26), 9–17.

Медяков, А. С. (2014). «Война культур»: пропаганда на открытках Первой мировой войны. *Первая мировая война на почтовых открытках* (в 4 т., Т. 4: Битва добра и зла). Киров-Вятка: Крепосновъ, 474 с.

Миронова, Е. В. (2018). Образ Германии в русских пропагандистских открытках времен Первой мировой войны. *Историческая и социально-образовательная мысль*, 3/2, 42–53.

Осачук, С. (Упоряд.) (2008). *Світова війна у поштових листівках 1914 – 1918 рр.: з колекції Івана Снігура*. Чернівці: Зелена Буковина, 136 с.

Питльована, Л. Ю. (2014). Антибританська політична карикатура у Німеччині як засіб пропаганди у період Першої світової війни. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Держава та армія*, (784), 76–84.

Суворин, А. (1914). Кайзер Фердинанд. *Вечернее время*, 847, 3.

Цыкалов, Д. Е. (2012). Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны. *Вестник государственного университета*, (21), 85–90.

Шкундин, Г. Д. (ред.). (2002). *Мировые войны XX века* (в 4 кн., Кн.1: Первая мировая война: ист. очерк). Москва: Наука, 686 с.

Doizy, G. (2014). *Les cartes postales «de guerre», reflet des imaginaires collectifs?* URL: <http://centenaire.org/fr/espace-scientifique/arts/les-cartes-postales-de-guerre-reflet-des-imaginaires-collectifs> (дата звернення: 19.11.2020).

References:

Kolektsiia poshtovykh lystivok сайту «Klub Fylokartysta» [Collection of postcards from the website «The Philocartist Club»]. Retrieved from <http://filokartist.net/catalog/showgroup.php?pid=403>. [in Ukrainian].

Lasvel, G. (1929). *Tekhnika propagandy v mirovoy voyne* [Propaganda technique in the World war]. Moskva-Leningrad: tipografiya «Pечатnyy dvor», 204 p. [in Russian].

Le Naur, Zh.-I. (2015). *Izobrazhenie nemtsev vo frantsuzskoy karikature vremen Pervoy mirovoy voyny* [The image of Germans in the French caricature of the First World War]. *Idey i idealy*, 4 (26), 9–17. doi: 10.17212/2075-0862-2015-4.1-9-17 [in Russian].

Medyakov, A.S. (2014). «*Voyna kultur*»: *propaganda na otkrytkakh Pervoy mirovoy voyny*. *Pervaya mirovaya voyna na pochtovykh otkrytkakh* [“The war of cultures”: propaganda on postcards of the First World War. The First World War on postcards]. (v 4 t., T. 4: Bitva dobra i zla). Kirov-Vyatka: Kreposnov, 474 p. [in Russian].

Mironova, Ye.V. (2018). *Obraz Germanii v russkikh propagandistskikh otkrytkakh vremen Pervoy mirovoy voyny* [The image of Germany in Russian propaganda postcards during the First World War]. *Istoricheskaya i sotsialno-obrazovatel'naya mysl*, 3/2, 42–53. [in Russian].

Osachuk, S. (Uporiad.) (2008). *Svitova viina u poshtovykh lystivkakh 1914 – 1918 rr.: z kolektsii Ivana Snihura* [The World War on postcards in 1914 – 1918: from the collection of Ivan Snigur]. Chernivtsi: Zelena Bukovyna, 136 p. [in Ukrainian].

Pytlova, L. Iu. (2014). *Antybrytanska politychna karykatura u Nimechchyni yak za-sib propahandy u period Pershoi svitovoi viiny* [Anti-British political caricature in Germany as a means of propaganda during the First World War]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*. *Derzhava ta armii*, (784), 76–84. [in Ukrainian].

Suvorin, A. (1914). *Kayzer Ferdinand* [Kaiser Ferdinand]. *Vechnee vremya*, 847, 3 [in Russian].

Tsykalov, D. Eu. (2012). *Karikatura kak orudie propagandy v period Pervoy mirovoy voyny* [Caricature as a propaganda tool during the first World War.]. *Vestnik gosudarstven-nogo universiteta*, (21), 85–90. [in Russian].

Shkundin, G. D. (red.). (2002). *Mirovye voyny XX veka* [The World Wars of the twentieth century] (v 4 kn., Kn.1: *Pervaya mirovaya voyna: ist. ocherk*). Moskva: Nauka, 686 p. [in Russian].

Doizy, G. (2014) *Les cartes postales «de guerre», reflet des imaginaires collectifs?*. Retrieved from <http://centenaire.org/fr/espace-scientifique/arts/les-cartes-postales-de-guerre-reflet-des-imaginaires-collectifs>.

Отримано: 11.01.2021