**Образ немцев в русской пропагандистской литературе времен Первой мировой войны**

**Актуальность темы**. В ноябре 2013 года исполнилось 95 лет с момента окончания Первой Мировой войны, а в августе 2014 года исполнится 100 лет со дня ее начала. Главным противником России в этой войне была Германия, и поэтому немцы воспринимались как основной враг, борьба и победа над которым должны были составить главный смысл войны для России. Для разъяснения этой цели населению (как мирному, так и сражающемуся с немцами в рядах действующей армии) были задействованы все пропагандистские ресурсы Российской империи.

**Пропаганда** – это распространение информации (в том числе – ложной) для воздействия на общественное мнение. Поэтому задача таких изданий состояла в том, чтобы сформировать у своего населения негативное отношение к неприятелю, возбудить ненависть к нему, сплотить общество вокруг собственной власти, побудить солдат безжалостно бороться с врагом, а гражданское население – всеми силами помогать армии.

Моя работа посвящена анализу методов, использовавшихся в русской пропагандистской печати в период Первой мировой войны. Поскольку сами по себе методы пропаганды универсальны, значительная их часть используется для формирования общественного мнения до сих пор. Таким образом, знакомство с работой русских военных пропагандистов начала XX века дает возможность не только выявить применявшиеся ими методы формирования общественного мнения, но и определить критерии, позволяющие и в современном информационном потоке отделять нейтральную информацию от заведомой пропаганды.

В годы Первой Мировой войны (1914-1918 гг.) пропаганда впервые стала носить поистине массовый характер. При этом активно использовалась печать – газеты, журналы, брошюры, издаваемые многотысячными тиражами.

**Цель реферата** – реконструировать образ врага, созданный русской пропагандистской печатью в годы Первой Мировой войны, и определить методы формирования общественного мнения, используемые пропагандистами царской России.

Для достижения цели я проанализировала следующие пропагандистские брошюры:

**Бешеные немцы**, Быховский В.В. **Немецкий страх перед "русскою опасностью”**, Глубоков Г. **Высокомерный народ немцы : 1242-1914 гг.**: Чтение царским воинам – чудо-богатырям, Иваненко С.Е. **О значении современной войны и о долге довести ее до победного конца**, Навоев П.Е. **Что ожидает добровольно сдавшегося в плен солдата и его семью?**:, Назаревский Б.В. **Война за правду: Как началась великая европейская война?**, **Немцы-варвары: Творимые ими ужасы в наши дни над нашими отцами, матерями, братьями и сестрами**, Петров А. **Адский напиток, или Отчего немцы стали варварами**, Погосский В.В. **Что такое право войны и как немцы его нарушают, Россия борется за правду!**, **Священный порыв России на великий подвиг в защиту угнетенных братьев славян**, Сенигов И.П. **Почему Россия не может не победить Германию?**, Смеречинский Е.С. **Что делают немки, когда немцы воюют.**

Одним из эффективных факторов воздействия на читателей было противопоставление воинственной Германии миролюбивой России. В рамках этого метода пропагандисты активно насаждали представление о нежелание России, в отличие от Германии, вести войну, что на самом деле не соответствовало действительности. Еще до начала войны в русском правительстве шли серьезные споры. Например, Сергей Юльевич Витте и ряд других чиновников говорили о 20 – 25 летней паузе в каких-либо войнах, необходимой России. А другая часть чиновников, в том числе и военный министр Владимир Александрович Сухомлинов, считали, что «войны не миновать и нам выгоднее начать ее раньше».

Образ же самих немцев в русской пропагандистской литературе также был весьма противоречивым и строился на основе рассказов о глупости, жестокости германцев, о варварстве и неподготовленности их военных. Изображение немецкой армии как армии не готовой к настоящей войне слабо соотносилось с весьма распространенным в пропагандистской литературе утверждением о том, что воинственное немецкое правительство давно готовилось к войне.

Главной целью авторов брошюр было поднятие патриотического духа, и этой цели они, по всей видимости, добивались. По крайней мере, на первых порах. Но потом этот воинственный подъем сменился другими настроениями. Однако винить в этом пропагандистов было бы несправедливо: тяжесть войны красноречивее всего разворачивала население в сторону более пацифистских настроений. К тому же пропаганда, как военно-политическая сила, только зарождалась.