



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.2>

UDC 94(73)  
LBC 63.3(7)

Submitted: 17.08.2021  
Accepted: 21.11.2021

## VISUAL PROPAGANDA IN THE AMERICAN CIVIL WAR OF 1861–1865

**Tatiana V. Alentieva**

Kursk State University, Kursk, Russian Federation

**Abstract.** *Introduction.* The article analyzes visual propaganda during the American Civil War, its goals, methods, and means for both belligerents. The problem is relevant in connection with modern information wars and is insufficiently studied in American and Russian historiography. *Methods and materials.* The research is based on historicism, objectivity, consistency, dialectical approach, philosophical and sociological theories that study the nature of social consciousness and the factors that influence it, namely the theory of C. Jung on the collective unconscious and archetypal images, the theory of social constructionism by P. Berger and N. Luckmann, the achievements of imagology and discursive analysis. The sources for the study were visual materials: posters, drawings, paintings, cartoons, photographs of the Civil War in the United States, placed in open access on the World Wide Web, published in illustrated periodicals: Harper's Weekly, Frank Leslie's Illustrated, Vanity Fair, The Southern Illustrated News, presented in book publications. *Analysis.* During the American Civil War, the country was split between northerners, supporters of the Union, and southerners who fought for the independence of the Confederate States. In the conditions of a military conflict, visual propaganda turned out to be most popular and effective. Its goal was to convince the warring parties of the rightness of their own cause, to mobilize society on achieving victory. In the North, the image of the enemy – “Johnny the rebel” – was constructed in order to incite hatred towards the southerners. In the South, the image of the “damned Yankee” was created. Both northern and southern visual propaganda relied on time-tested images (the image of the motherland, the warrior-defender, home and family), as well as on the collective unconscious and archetypes of consciousness associated with religious views and historical roots, used a variety of tools, techniques and methods. The most powerful means of influence were the traditions of the War of Independence, the legacy of the Founding Fathers. The use of national symbols was characteristic: Union and Confederate flags, images of presidents and military leaders. The most common means of visual propaganda were posters and leaflets, postal envelopes, banknotes decorated with patriotic symbols. Drawings and cartoons were an important means of mobilizing the population. They were placed in illustrated newspapers and magazines, and were also printed separately in the form of engravings and lithographs. Visual propaganda played on emotions, it was built on the opposition of “friend/foe”, depicting its supporters as heroes worthy of admiration, and its enemies as insidious, cruel and cowardly. *Results.* Despite certain similarities in the conduct of propaganda by both warring parties, it turned out to be more comprehensive and effective in the North, which influenced the achievement of victory over the South.

**Key words:** U.S. history, the Civil War of 1861–1865, visual propaganda, the “friend/foe” dichotomy, imagology.

**Citation.** Alentieva T.V. Visual Propaganda in the American Civil War of 1861–1865. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4. Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya* [Science Journal of Volgograd State University. History. Area Studies. International Relations], 2022, vol. 27, no. 2, pp. 21-31. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.2>

УДК 94(73)  
ББК 63.3(7)

Дата поступления статьи: 17.08.2021  
Дата принятия статьи: 21.11.2021

### ВИЗУАЛЬНАЯ ПРОПАГАНДА В АМЕРИКАНСКОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЕ 1861–1865 ГОДОВ

**Татьяна Викторовна Алентьева**

Курский государственный университет, г. Курск, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье анализируется визуальная пропаганда в условиях американской Гражданской войны, ее цели, методы, средства и каналы воздействия для обеих воюющих сторон. Проблема является

актуальной в связи с современными и информационными войнами и недостаточно изученной в американской и отечественной историографии. Проведенное исследование опирается на историзм, объективность, системность, диалектический подход, философские и социологические теории, изучающие природу общественного сознания и факторов, влияющих на него: теорию К. Юнга о коллективном бессознательном и архетипических образах, теорию социального конструктивизма П. Бергера и Н. Лукмана, достижения имагологии и дискурсивный анализ. Источниками для исследования явились визуальные материалы: плакаты, рисунки, картины, карикатуры, фотографии времен Гражданской войны в США, размещенные в открытом доступе во всемирной сети Интернет, опубликованные в иллюстрированных изданиях: «Harper's Weekly», «Frank Leslie's Illustrated», «Vanity Fair», «The Southern Illustrated News», представленные в отдельных книжных публикациях. В период Гражданской войны в США страна оказалась расколотой между северянами, сторонниками Союза, и южанами, борющимися за независимость Конфедеративных Штатов. В условиях военного конфликта визуальная пропаганда оказалась наиболее востребованной и эффективной. Ее целью было убедить воюющие стороны в правоте собственного дела, мобилизовать общество для достижения победы. На Севере конструировался образ врага – «Джонни-мятежника» – для того, чтобы возбудить ненависть к южанам. На Юге создавался образ «проклятого янки». И северная и южная визуальная пропаганда опиралась на традиционные дискурсы (образ родины, война-защитника, дома и семьи), а также на коллективное бессознательное и архетипы сознания, связанные с религиозными взглядами и историческими корнями, использовала разнообразные инструменты, приемы и методы. Самыми мощными средствами воздействия были традиции Войны за независимость, наследие отцов-основателей. Характерным являлось использование национальных символов: флагов Союза и Конфедерации, изображений президентов и военачальников. Наиболее распространенные средства визуальной пропаганды – плакаты и листовки, почтовые конверты, денежные купюры, украшенные патриотической символикой. Рисунки и карикатуры были важным средством мобилизации населения. Они помещались в иллюстрированных газетах и журналах, а также печатались отдельно в виде гравюр и литографий. Визуальная пропаганда действовала на эмоции, была построена на дихотомии «свой / чужой», изображая своих сторонников героями, достойными восхищения, а врагов коварными, жестокими и трусливыми. При определенном сходстве в ведении пропаганды обеими воюющими сторонами, на Севере она оказалась более всеохватной и эффективной, что повлияло на достижение победы над Югом.

**Ключевые слова:** история США, Гражданская война 1861–1865 гг., визуальная пропаганда, дихотомия «свой / чужой», имагология.

**Цитирование.** Алентьева Т. В. Визуальная пропаганда в американской Гражданской войне 1861–1865 годов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. – 2022. – Т. 27, № 2. – С. 21–31. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.2>

**Введение.** Пропаганда в условиях любой войны – необходимое средство эффективного сплочения народа для отпора врагу. В условиях гражданской войны она еще более необходима, поскольку подобная война трагична и братоубийственна. В условиях подобного конфликта зачастую трудно понять, кто прав и кто виноват, в чем причины трагедии. Гражданская война в США 1861–1865 гг. не является исключением. Пропаганда активно велась обеими сторонами, использовались самые различные методы и средства. Многие из них используются и поныне, особенно это касается визуальной пропаганды, как более действенной, поскольку она рассчитана на самую широкую аудиторию, зачастую малообразованную или невежественную, апеллирует, как правило, не к разуму, а к чувствам. Разделение, вычленение и противопоставле-

ние в визуальной пропаганде образов – мы / они, свой / чужой, друг / враг – остается и поныне важнейшим инструментом влияния на общество. Это придает изучаемой проблеме актуальность и научную значимость. Вместе с тем именно визуальная пропаганда в американской Гражданской войне до сих пор не являлась предметом изучения отечественных американистов, также в недостаточной степени она исследована в американской историографии. Целью данной статьи является анализ состояния визуальной пропаганды в условиях Гражданской войны в США 1861–1865 гг., определение ее средств и методов, а также ее эффективности.

**Методы.** Визуальная пропаганда в условиях XIX столетия обладала не столь широкими возможностями по сравнению с современностью. И, тем не менее, в связи с рас-

ширяющимися техническими возможностями она могла использовать и широко применяла различные формы изобразительного искусства, а также фотографию. Важнейшей частью визуальной пропаганды являлась вербальная составляющая. Не случайно о силе слова говорили, что оно могущественнее меча. В целом коммуникативное воздействие было рассчитано больше на эмоциональное восприятие, на манипуляцию общественным сознанием, на конструирование реальности, а не ее репрезентацию.

Методологической основой в исследовании поставленной проблемы являлись, наряду с необходимой опорой на историзм, объективность, системность, диалектический подход, философские и социологические теории, изучающие природу общественного сознания и факторов, влияющих на него. В связи с этим методологическая основа статьи носит междисциплинарный характер. Важнейшей для данного исследования является теория К. Юнга о коллективном бессознательном и архетипических образах. Архетипы сознания постоянно трансформируются и транслируются в культуре, особенно в визуальности, повторяя архетипические образы героя, мудреца, матери и др., также как архетипические мотивы борьбы добра и зла, имея огромное психологическое воздействие на аудиторию. Эти архетипические символы и мотивы прослеживаются в американской визуальной пропаганде периода Гражданской войны, позволяя понять глубинные психологические причины ее влияния.

Для изучения визуальной пропаганды не менее существенное значение имеет теория социального конструктивизма П. Бергера и Н. Лукмана. Социальный конструкт, вырабатываемый человеческим сообществом, предполагает транслирование понимания реальности с позиций здравого смысла, переходящее в восприятие традиций как необходимых основ социального правопорядка. При этом социальный конструкт является искусственно созданным культурным артефактом, принадлежащим к данной эпохе, выражающим общепринятую интерпретацию реальности. Визуальные образы, создаваемые пропагандой, следуют общепринятым социальным конструктам, включая типизацию явлений, что было

характерно и для американской пропаганды XIX столетия.

Достижения исторической имагологии явились необходимой основой для анализа образов и символов, создаваемых визуальной пропагандой. Здесь важную роль играет теория Р. Барта о риторике образа, согласно которому всякое изображение несет в себе те или иные знаки, имеет двойственный одновременно денотативный и коннотативный характер. В проведенном исследовании применялся дискурсивный анализ. Концепт «дискурс» предполагает, что язык, как текстовый, так и визуальный, структурируется соответственно различиям в социальной и политической сферах, в связи с чем неизбежен диалог или противоборство разных дискурсов, стремящихся утвердить свое превосходство. В условиях гражданской войны это неизбежное противостояние противоположных дискурсивных практик.

Источниками для проведенного исследования являлись плакаты, рисунки, картины, карикатуры, фотографии времен Гражданской войны в США, как размещенные в открытом доступе во всемирной сети Интернет, так и представленные в отдельных книжных изданиях [32]. Огромные возможности для изучения визуальной пропаганды во время Гражданской войны представляют иллюстрированные издания: комические и юмористические журналы, еженедельники, особенно такие, как «Harper's Weekly», «Frank Leslie's Illustrated», «Vanity Fair», «The Southern Illustrated News».

Другим важным визуальным источником являются агитационные и политические плакаты. Солидная коллекция плакатов этого периода, главным образом северных, имеется на сайте Нью-Йоркского исторического общества [12]. Онлайн-коллекция фотографий Библиотеки Конгресса США содержит более 7 тыс. различных видов и портретов, сделанных в 1861–1865 гг. [11]. Множество фотографий опубликовано в отдельных изданиях [18]. Также на сайте Библиотеки Конгресса имеется солидная коллекция карикатур периода Гражданской войны в США [9].

Визуальная пропаганда периода Гражданской войны в США недостаточно изучена в американской историографии. Американскими историками больше внимания уделялось

пропаганде в целом, в том числе роли периодической печати в Гражданской войне [13]. Л. Ратнер и Д. Титер писали о южных экстремистах, своей пропагандой способствующих разжиганию братоубийственной войны [34]. Дж. Рэбл исследовал, как формировался дискурс врага на Юге. Во время Гражданской войны южане создали образ «проклятого янки», жадного до денег, нетерпимого пуританина, безродного бродяги, готового на любое злодеяние [33].

Довольно обстоятельно изучалась американская карикатура. Здесь можно отметить ряд работ общего характера, где Гражданской войне посвящены отдельные разделы. Таковы книги Ст. Хесса, написанные в соавторстве [27]. В них авторы отмечали, что довольно частым было использование унижительных этнических стереотипов, клевета на честных политиков, чрезмерное упрощение сложных проблем. Политической карикатуре во время Гражданской войны посвящено исследование Дж. Левина и П. Хаффа [28]. В нем использованы как карикатуры Севера, так и Юга. Заслуживают особого внимания работы, посвященные выдающемуся мастеру карикатуры Т. Насту, в частности, книга Ф. Халоран [19]. В этой основательной работе автор рассматривает противоречия, свойственные его творчеству. Ряд исследований в американской историографии посвящен искусству фотографии во время Гражданской войны [41], в том числе «отцу американского фоторепортажа» М. Брэди [36]. Следует выделить интересную работу У. Томпсона-младшего, изучавшего использование рисунков и карикатур в целях пропаганды, а также эволюцию образа негра [39].

В отечественной историографии визуальная пропаганда во время Гражданской войны 1861–1865 гг., как и пропаганда в целом этого периода, изучена недостаточно [5]. Имеется монография Т.В. Алентьевой, посвященная американской политической карикатуре, отдельная глава которой рассматривает войну карикатур во время конфликта, статья того же автора об Уинслоу Хомере, отразившем в рисунках и картинах различные перипетии Гражданской войны. Она также изучала проблемы манипуляции общественным мнением и пропагандистские приемы, в том числе в созда-

нии имиджа А. Линкольна [1; 2; 3]. Стоит отметить статью Д.Е. Цыкалова о карикатуристе Т. Насте и его *alter ego* А. Волке, своим творчеством защищавшего дело южной Конфедерации [6].

Изучение американской и отечественной историографии подтверждает необходимость комплексного анализа визуальной пропаганды в условиях американской Гражданской войны с позиций междисциплинарности.

**Анализ.** В условиях гражданской войны чрезвычайно важно было убедить население каждой из сторон, что сражаться приходится за правое дело, сформировать достаточно убедительный социальный конструкт. Векторы развития американской цивилизации в первой половине XIX столетия вели к формированию различных идентичностей южан и северян. В менталитете южан преобладающими были ценности и стереотипы плантаторской аристократии: патриархальность и культ семьи, местный патриотизм, гипертрофированное чувство собственного достоинства, кодекс чести джентльмена, презрение к труду, незыблемость рабства как особого института, расизм по отношению к афроамериканцам. На Севере преобладающими ценностями были: мессианство, пуританская вера в избранность, предназначенность построить идеальное общество, основанное на идеалах свободы, демократии, прав человека и равенства возможностей, убежденность в преимуществах свободного труда, уважение к материальному успеху, индивидуализм. Разумеется, у этих регионов имелись общие корни и традиции, восходящие к временам освоения нового континента, совместной борьбы против колониального господства англичан, к наследию отцов-основателей. И визуальная пропаганда должна была учитывать и брать на вооружение и то, что было общим, и то, что было различным в экономической и социокультурной сферах. Пропагандисты обеих секций опирались как на общечеловеческие ценности и общие исторические традиции, так и на специфические особенности. Задачи пропаганды как на Севере, так и на Юге были схожи. И той, и другой стороне приходилось доказывать, что именно ее цели в войне справедливы, что именно ей будет принадлежать победа, а для этого надо сплотить общество, мо-

билизовать все ресурсы. Важнейшей задачей также являлось конструирование образа врага, отвратительного, трусливого и жестокого, сражаться с которым – дело чести каждого воина. Наряду с правдивой информацией пропаганда неизбежно прибегала к утаиванию неприятных фактов, искажению фактов, прямой лжи, нагнетанию всякого рода фобий, распространению слухов и сплетен, возбуждению ненависти к врагу. В дихотомии «мы / другие» южными и северными пропагандистами создавались взаимоисключающие социальные конструкты.

И на Севере, и на Юге использовали одинаковый концепт Родины, вкладывая при этом различное содержание. Для северян – это защита общего дома – Союза штатов, для южан – защита своего родного штата. Обе стороны мобилизовали поэтов и писателей, журналистов, певцов и музыкантов, актеров и шоуменов, карикатуристов и художников для создания пропагандистских произведений, которые быстро распространялись среди общности. Вербальная пропаганда велась, как и ранее, через газеты, брошюры, памфлеты, литературное творчество. Газеты были поистине пропагандистскими машинами того времени, недаром американский философ Генри Дэвид Торо называл их «библией наших дней», которую каждый носит в своем кармане. Печать обеих секций обменивались взаимными оскорблениями, формируя ментальные образы «себя» и «других», создавая негативные стереотипы и клише, способствуя укоренению дискурса врага.

Но даже эта мощная пропагандистская машина не могла иметь такого эффекта воздействия на общество, как визуальная пропаганда. Тиражи ежедневных нью-йоркских газет были на порядок ниже иллюстрированных изданий. Визуальная пропаганда была доступной и всеохватной, поскольку для ее восприятия не требовалось особых знаний, полноценного образования. Она была доходчивей и понятней для самых широких масс. Она четко разделяла «своих» и «чужих», союзников и врагов, избегая чрезмерной детализации, предпочитая односложное толкование в строгих черно-белых дефинициях. Каналами транслирования были: плакаты, листовки, фотографии, картины, гравюры, литографии, ри-

сунки, карикатуры, конверты и почтовые марки, даже денежные купюры; а также различного рода мероприятия: религиозные и политические собрания, митинги, парады, театральные постановки.

Северная пропаганда опиралась на проверенные временем вербальные и визуальные образы (образ Колумбии), а также на коллективное бессознательное и архетипы сознания, связанные с религиозными воззрениями северян, имевшими прочные пуританские корни. Наиболее мощным средством эмоционально-психологического воздействия было обращение к традициям Войны за независимость, опыту ранней республики, образу первого президента США – Джорджу Вашингтону, отцам-основателям, национальным символам: символике американского флага (звезды и полосы), американского герба (орел, лавровые ветви и др.). Еще более востребованным в пропагандистском дискурсе оказался концепт Свободы в противопоставлении южному рабству (символы: мисс Свобода; храм Свободы; фригийский колпак). Непреходящими ценностями северная пропаганда объявляла Союз штатов, Конституцию, Демократию и Законность, опять же в оппозиции Югу, как царству беззакония, анархии, мятежа, измены, разъединения страны.

Южная пропаганда во многом носила характер зеркального отражения, апеллируя к тем же историческим корням, к славной странице борьбы за независимость, к наследию отцов-основателей, к Дж. Вашингтону, изображение которого было популярно на Юге, к Конституции 1787 г., поскольку та узаконила рабство и выдачу беглых рабов. Но при этом концепт Свободы южане понимали более избирательно, нежели северяне. Это свобода только для белых, основанная на теории расового превосходства, что ярко подтверждала знаменитая речь вице-президента Южной Конфедерации А. Стивенса «о краеугольном камне». Самой большой ценностью считались права штатов, которые центральное правительство не имело полномочий нарушать. Отсюда выводились право на нуллификацию (неподчинение федеральным законам) и право на сепессию (выхода из состава Союза штатов). Символика и паттерны, задействованные в дискурсе северной пропаганды,

лишь частично совпадали с южной. Южанам приходилось вырабатывать свою символику. Популярными на Юге становятся изображения президента Дж. Дэвиса, нового флага, государственной печати, хлопковых побегов (отсылка к концепту «Король-хлопок»). Важным приемом было позиционирование Гражданской войны как новой войны за независимость против тирании Севера. Обе стороны охотно прибегали к сюжетам античной истории, греческой и римской мифологии, библейским образам, к религиозным обоснованиям своей правоты. Не случайно Авраам Линкольн во второй инаугурационной речи отмечал, что обе стороны «...читали одну и ту же Библию и молились одному Богу, и каждая призывала Его помощь в борьбе с другой стороной» [4].

Главнейшей задачей визуальной пропаганды была мобилизация боеспособного мужского населения на войну. И Север, и Юг стремились убедить мужчин пополнять армейские ряды. Хотя одним из способов достижения этой цели была демонизация другой стороны, пропаганда также стремилась апеллировать к понятиям патриотизма и защиты родной земли, своего дома и семьи, превозносить доблесть и храбрость своих защитников. Каналами транслирования этих военных приоритетов были многочисленные агитационные плакаты, главным образом призывающие к мобилизации усилий для разгрома врага. Такие плакаты размещались на стенах домов, заборах, вербовочных пунктах. В обиходе того времени бытовал термин «broadsides», которым обозначались листовки, плакаты, небольшие памфлеты, а также графические изображения разного рода [35, р. 296]. Эта информация оказывалась самой действенной, она была наиболее доступна для населения благодаря месту расположения и массовым тиражам, не требовала денежных затрат, как газеты, привлекала внимание броскостью оформления.

Иконографический анализ вербовочных плакатов северян показывает, что их авторы искали опору в устоявшихся традициях и символах, апеллирующих к архетипам сознания. Чаще всего это был воплощенный в американском гербе белоголовый орлан, держащий в лапах оливковую ветвь и 13 индейских стрел, а также национальный флаг или его отдельные элементы. Из антропоморфных образов

использовалась девушка Колумбия во фригийском колпаке или собирательный образ воина-солдата, защитника своей страны. Для северян были также характерны такие декоративные детали, как орудия и плоды мирного труда земледельцев – плуг и серп, снопы колосьев; молот и наковальня ремесленников, противопоставляющие идею свободного труда южному рабству.

Так, на вербовочном плакате Нью-Джерси орел с распростертыми крыльями держит в клюве ленту с надписью: «Союз отныне и навсегда!» На разных призывных плакатах надпись в клюве орла варьировалась. Так, на других плакатах из Нью-Джерси надписи звучали следующим образом: «Патриоты снова объединяются за нашу Конституцию и свой дом!»; «Собирайтесь, парни! За старый Флаг! Джерсийцы в синем, на помощь!!!» Синий цвет был распространенным цветом униформы солдат Союза, в то время как для армии южной Конфедерации был характерен серый цвет. На призывном плакате штата Мэн орел держит еще более выразительную надпись: «Свобода или смерть». Из отцов-основателей самым популярным был образ Джорджа Вашингтона. На плакате нью-йоркцев первый президент страны изображен в центре, в овальном круге, украшенном флагами Союза. По бокам стоят девушки, символизирующие Правосудие и Свободу. В руках у Правосудия меч и весы; Свобода держит Конституцию и символический жезл.

Важное значение имели гравюры и цветные литографии, выпускавшиеся разными типографиями. Они были доступны по цене, охотно покупались для украшения интерьеров домов, служили в рекламных целях в гостиницах, клубах, тавернах, магазинах.

В визуальной пропаганде периода Гражданской войны значительную роль играла фотография. Портреты генералов, государственных деятелей, актеров и других знаменитостей массово выпускались и распространялись, чтобы поддержать боевой дух американцев. Считается, что более 300 фотографов работали на различных фронтах Гражданской войны, сделав тысячи снимков. И все же достоверность снимков иногда была сомнительной, поскольку уже в то время существовала техника фотомонтажа, призванного усилить воздей-

ствии снимка. Здесь стоит упомянуть знаменитую конную фотографию генерала У.С. Гранта, созданную из трех различных фотографий [7]. Голова взята с его портрета 1864 г., где Грант запечатлен стоящим рядом с деревом в Колд-Харборе. Лошадь и тело всадника были позаимствованы с фотографии генерал-майора А. Маккука. Обстановка палаточного лагеря взята с фотографии 1862 года.

Другим примером фотомонтажа может служить фото захваченного в плен бывшего президента Конфедерации Дж. Дэвиса в «нижних юбках». Он был схвачен 10 мая 1865 г. отрядом мичиганской кавалерии. В спешке, чтобы убежать, Дэвис схватил пальто своей жены, а не свое собственное. Немедленно распространились сообщения в новостях о том, что Дэвиса задержали в женской одежде и что он пытался замаскироваться под женщину. Северные художники и карикатуристы ухватились за эти слухи о трусливом побеге и использовали фотомонтаж, чтобы создать сенсационную политическую историю. Фотографию головы Дэвиса помещали на фотографиях женщин в платье, шляпе и кринолине, но в сапогах, деталь, которая предположительно его выдала [31]. Все это выглядело смешно и способствовало дискредитации и Дэвиса, и дела Конфедерации.

И все же фотографии не являлись самым действенным каналом визуальной пропаганды по той причине, что существовавшая тогда техника печати не могла помещать их в газеты, имевшие массовые тиражи. Чтобы опубликовать фотографию, ее сначала надо было превратить в гравюру, что было довольно сложным и затратным делом. Поэтому преимущество было за рисунками художников. Уникальным оказался опыт использования в визуальной пропаганде почтовых конвертов и марок. Конверты использовались как гражданскими лицами, так и солдатами. Более 2,5 млн человек сражались на стороне Севера и примерно 1 млн за Конфедерацию. Резко возрос объем почты, и оказались востребованными новые конверты с патриотической символикой. На них были изображения, либо пропагандирующие честь и благородство своего дела, либо демонизирующие и принижающие противоположную сторону. Они были отличным способом распространения пропа-

ганды и возбуждения эмоций, побуждая солдат сражаться во имя чести, долга и страны. На многих конвертах северян были изображены флаги Союза, мисс Свобода, Дж. Вашингтон или даже беглые рабы. Сюжеты варьировались от простых девизов до жутких фантазий о мести, с повешенными телами южных политиков. Лозунги гласили: «Боже, благослови наш Союз», «Вперед к победе!», «Конституция навсегда. Мятеж должен быть подавлен!» [10].

В течение короткого периода конверты печатались и в Конфедерации с портретом Дж. Дэвиса или с новым флагом южан. Юг не был промышленным обществом, и ему приходилось импортировать бумагу, краску и даже чернила из Англии и с Севера. Из-за блокады северян бумаги вскоре стало не хватать, и с 1863 г. печаталось очень мало конвертов [8, p. 34].

Пропагандистскую функцию выполняли иллюстрированные издания, выходящие как на Севере, так и на Юге. На Севере они придерживались различных позиций, поскольку общество здесь было крайне диверсифицировано: были как сторонники дела Союза и республиканцев, так и приверженцы демократов, и тайные друзья южан, именуемые медянками. Ведущим изданием был «Harper's Weekly Journal of Civilization» – политический еженедельник, печатавшийся в Нью-Йорке издательством «Харперс энд Бразерс» с 1857 года. В 1860 г. его тираж составлял 200 тыс. экз., но число читателей достигало до 1 млн человек, а возможно, и больше. В нем сотрудничали такие известные художники У. Хомер и Т. Наст. Газета «Frank Leslie's Illustrated Newspaper» была иллюстрированным литературным и новостным еженедельником, основанным в 1855 году. В 1861 г. тираж составлял 164 тыс. экземпляров. «Vanity Fair» издавался с 1859 по 1863 год.

Существование южных иллюстрированных изданий оказалось более скоротечным. Сказывались сложности военного времени, слабая промышленная инфраструктура Юга, нехватка бумаги и оборудования. «The Bugle Horn of Liberty» (Джорджия) выпускался несколько месяцев в 1863 году. «Southern Illustrated News» (Ричмонд, Виргиния) выходил в 1863–1864 годах. Наиболее влиятель-

ный на Юге еженедельник «Southern Punch» (Ричмонд, Виргиния), основанный в августе 1863 г., продержался полтора года. Первоначальный тираж составил 15 тыс. экземпляров.

Новшеством этого периода было то, что художники часто работали на передовой, делая зарисовки с натуры. В начале войны конструировался ее романтизированный облик, обобщенный образ героя, сражающегося за правое дело. Когда генерал северян Н. Лайон пал в сражении с превосходящими силами конфедератов, художники постарались представить сцену его гибели в лучших традициях романтизма. Он изображен умирающим на руках его друзей, с саблей в одной руке и треуголкой в другой, с глазами, устремленными к небу, и словами прощания на устах [16, р. 225]. Художники при этом рисовали не то, что они собственно видели, а то, что хотели увидеть их зрители.

Для Севера, с его пуританскими корнями, война воспринималась как извечная борьба сил добра и света с силами тьмы. Ненависть к врагу и преданность делу свободы – ключевые темы пропаганды Севера. По мере того как война продолжалась и множились ее жертвы, приходило иное понимание сущности и характера войны, как суровой реальности, далекой от романтики. Для южан, мнивших себя потомками стюартовских кавалеров, война рассматривалась как дело чести. Южная пропаганда уверяла, что джентльмены с Юга легко одолеют невежественных и трусливых янки.

Очень помогала в мобилизации усилий северян карикатура, занимавшаяся высмеиванием южан, выставлявшая их в комичном и нелепом виде. Карикатура Т. Уорта «Запись “добровольцев” в армию южной Конфедерации» [30, р. 214–215], опубликованная в качестве литографии, изображала вербовочный пункт на Юге, куда штыками загоняют волонтеров. Для помощи в вербовке солдат на Севере художники прибегали к образу разгневанных жен, бранивших своих мужей, если те отсиживались дома, когда другие сражаются. Они упрекали мужчин в недостатке мужества и советовали носить юбку вместо брюк [25, р. 510; 26, р. 576; 40, р. 234]. Особенно популярны на Севере были карикатуры с повешенным на сухой яблоне президентом

Конфедерации Джефферсоном Дэвисом. Его часто изображали в виде дьявола или пособника дьявола [29, р. 150]. Разумеется, пропаганда Севера не чуралась критики, крепко доставалось президенту Линкольну и его министрам. Карикатура «Где мои 15 тысяч сыновей, убитые при Фредериксберге?» устами Колумбии осуждала Линкольна и его военных за огромные человеческие потери [20, р. 16]. Карикатура У. Ньюмэна критиковала Линкольна за постоянные смены командующих [14, р. 336]. Но еще больше доставалось Линкольну и его сторонникам от южных карикатуристов. Довольно часто его изображали как ревнителя расового равенства и смешения рас, в виде клоуна и дьявола и даже в образе обезьяны [37, р. 8; 38, р. 8].

Свой вклад в пропаганду вносили художники, среди которых выделяется творчество У. Хомера. С началом военных действий он стал специальным военным художником издания «Harper's Weekly». На страницах еженедельника за время войны появилось более 100 его рисунков, которые впоследствии становились основой для написания картин, таких как «Дом, милый дом», «Дождливый день в лагере», «Пленные с фронта», «Брошенный вызов». Он показывал героизм солдат, идущих в атаку, в таких динамичных рисунках, как «Штыковая атака» и «Атака кавалерии» [22, р. 308–309]. С максимальной достоверностью изображал многочисленные сцены лагерной жизни. Характерен в этом плане его рисунок «Бивуачный костер. Потомакская армия» [23, р. 808–809]. Хомер первым из американских художников стал изображать афроамериканцев в расположении войск Союза, как бы ставя вопрос ребром, что с рабством необходимо покончить, и свободные чернокожие должны получить право сражаться в войсках северян [2, с. 45].

Не менее существенным в пропаганде северян было конструирование образа врага-мятежника. Здесь большим подспорьем для северян оказался сформированный еще до войны аболиционистами стереотип южанина-рабовладельца, создавшего свое богатство за счет бесчеловечного обращения с рабами. Варварство южан получило подтверждение, когда некоторым пленным северянам удалось вернуться в родные края и рассказать о



своих страданиях в плену. Рисунки, изображавшие изможденных, исхудавших пленников-северян, вызвали чувство негодования [24, р. 781; 17, р. 136–137]. Художники изображали пьяных, невежественных мятежников, поджигающих дома и грабящих добропорядочных граждан, закалывающих штыками раненых после боя и отбирающих у мертвых их обувь и оружие. Особенно потрясли северян сцены убийств чернокожих солдат в форте Пиллоу, когда конфедераты безжалостно расправлялись с беспомощными пленниками [21, р. 284; 15, р. 97]. Такая пропаганда должна была усиливать ненависть к врагу и стремление добиться победы.

**Результаты.** Визуальная пропаганда в период Гражданской войны в США была разнообразной по форме, имела множество каналов трансляции контента, она была доходчивой, понятной и эффективной. Ее цели, как на Севере, так и на Юге, состояли в мобилизации и сплочении населения, в конструировании образа врага, создании опирающихся на исторические корни и традиции социальных конструктов. Разнообразные формы, средства, приемы и методы визуальной пропаганды эффективно использовались обеими сторонами. Однако, несомненно, что пропаганда на Севере была более действенной и массовой в плане охвата населения, имела более развитые технические возможности, использовала более широкий арсенал средств. Южная пропаганда уступала северной не только в техническом плане, она была менее целенаправленной, носила сугубо региональный характер, не имела таких ярких и талантливых создателей визуальных паттернов. Визуальная пропаганда сыграла важную роль в сплочении населения северных штатов в трагический период братоубийственной Гражданской войны, внесла свой вклад в достижение победы. Самая жестокая и кровопролитная война в истории США привела к поражению Юга и восстановлению целостности государства, к ликвидации позорного института рабства.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алентьева, Т. В. «Двуликий Янус»: образ Авраама Линкольна в восприятии американцев в 1860–1861 гг. / Т. В. Алентьева // Авраам Линкольн. Уроки истории и современность. – М. : Изд-во РГГУ, 2010. – С. 107–115.
2. Алентьева, Т. В. Вторая американская революция через призму творчества Уинслоу Хомера / Т. В. Алентьева // Революция и революционный дискурс в США. – М. : Изд-во РГГУ, 2019. – С. 41–52.
3. Алентьева, Т. В. Разящее оружие смеха. Американская политическая карикатура XIX века (1800–1877) / Т. В. Алентьева. – СПб. : Алетейя, 2020. – 458 с.
4. Линкольн, А. Источник свободы. Геттисбергское послание / А. Линкольн. – М. : Эксмо, 2015. – 432 с.
5. Согрин, В. В. Идеология в американской истории: от отцов-основателей до конца XX века / В. В. Согрин. – М. : Наука, 1995. – 238 с.
6. Цыкалов, Д. Е. Север против Юга: Томас Наст против Адальберта Волка – карикатуристы в Гражданской войне / Д. Е. Цыкалов // Americana. Вып. 13. Россия и гражданская война в США. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2012. – С. 88–97.
7. Blackwell, K. Solving a Civil War Photograph Mystery / K. Blackwell. – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.loc.gov/collections/civil-war-glass-negatives/articles-and-essays/solving-a-civil-war-photograph-mystery> (date of access: 20.05.2021). – Title from screen.
8. Boyd, S. R. Patriotic Envelopes of the Civil War: The Iconography of Union and Confederate Covers / S. R. Boyd. – Baton Rouge : LSU Press, 2010. – 168 p.
9. Cartoon Prints, American, Available Online, 1860 to 1869. – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.loc.gov/collections/american-cartoon-prints/?fa=subject%3Apolitical+cartoons&dates=1860-1869> (date of access: 20.06.2021). – Title from screen.
10. Civil War envelope showing American flags... – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.loc.gov/item/2011660237> (date of access: 19.06.2021). – Title from screen.
11. Civil War Glass Negatives and Related Prints. – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.loc.gov/pictures/collection/cwp> (date of access: 19.06.2021). – Title from screen.
12. Civil War posters, 1861–1865. – Electronic text data. – Mode of access: <https://digitalcollections.nyhistory.org/islandora/object/nyhs%3Acwposters> (date of access: 10.06.2021). – Title from screen.
13. Coopersmith, A. S. Fighting Words: An Illustrated History of Newspaper Accounts of the Civil War / A. S. Coopersmith. – N. Y. : The New Press, 2004. – 325 p.
14. Frank Leslie's Illustrated Newspaper. – Feb. 14. – 1863.

15. Frank Leslie's Illustrated Newspaper. – May 7. – 1864.
16. Frank Leslie's Illustrated Newspaper. – Aug. 24. – 1861.
17. Frank Leslie's Illustrated Newspaper. – Nov. 22. – 1862.
18. Garrison, W. Brady's Civil War: A Collection of Memorable Civil War Images Photographed by Mathew Brady and His Assistants / W. Garrison. – Guilford, Con. : Lyons Press, 2011. – 256 p.
19. Halloran, F. D. Thomas Nast: The Father of Modern Political Cartoons / F. D. Halloran. – Chapel Hill : University of North Carolina Press, 2013. – 384 p.
20. Harper's Weekly. – Jan. 3. – 1863.
21. Harper's Weekly. – Apr. 30. – 1864.
22. Harper's Weekly. – May 17. – 1862.
23. Harper's Weekly. – Dec. 21. – 1861.
24. Harper's Weekly. – Dec. 5. – 1863.
25. Harper's Weekly. – Aug. 10. – 1861.
26. Harper's Weekly. – Sept. 7. – 1861.
27. Hess, S. The Ungentlemanly Art: A History of American Political Cartoons / S. Hess, M. Kaplan. – N. Y. : MacMillan, 1975. – 252 p.
28. Hess, S. Drawn & Quartered: The History of American Political Cartoons / S. Hess, S. Northrop. – Montgomery, AL. : Elliott & Clark Publishing, 1996. – 164 p.
29. Lewin, J. G. Lines of Contention: Political Cartoons of the Civil War / J. G. Lewin, P. J. Huff. – N. Y. : Harper Perennial, 2007. – 224 p.
30. Murrell, W. A History of American Graphic Humor: in 2 vols. / W. Murrell. – N. Y. : The Macmillan Co, 1938. – Vol. I. – 245 p. ; Vol. II. – 271 p.
31. President in Petticoats! Civil War Propaganda in Photographs. – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.icp.org/exhibitions/president-in-petticoats-civil-war-propaganda-in-photographs> (date of access: 28.06.2021). – Title from screen.
32. Propaganda from the American Civil War / ed. by Paul J. Springer. – Santa Barbara, Ca : ABC-Clío, 2019. – 314 p.
33. Rable, G. C. Damn Yankees! Demonization and Defiance in the Confederate South / G. C. Rable. – Baton Rouge : LSU Press, 2015. – 216 p.
34. Ratner, L. A., Teeter Jr. D. L. Fanatics and Fire-eaters: Newspapers and the Coming of the Civil War / L. A. Ratner, D. L. Teeter Jr. – Champaign, IL : University of Illinois Press, 2004. – 160 p.
35. Smith, G. W. Broadides for Freedom: Civil War Propaganda in New England / G. W. Smith // The New England Quarterly. – 1948. – Vol. 21, № 3 (Sept.). – P. 291–312.
36. Sullivan, G. In the Wake of Battle: The Civil War Images of Mathew Brady / G. Sullivan. – N. Y. : Prestel Publ., 2004. – 448 p.
37. The Southern Illustrated News. – Feb. 28. – 1863.
38. The Southern Illustrated News. – Jan. 14. – 1863.
39. Thompson, Jr. W. F. The Image of War: The Pictorial Reporting of the American Civil War / W. F. Thompson Jr. – Baton Rouge : LSU Pr, 1994. – 264 p.
40. Vanity Fair. – May 18. – 1861.
41. Zeller, B. O. The Blue and Gray in Black and White: A History of Civil War Photography / B. O. Zeller. – N. Y. : Praeger, 2005. – 248 p.

#### REFERENCES

1. Alent'eva T.V. «Dvulikij Janus»: obraz Avraama Linkol'na v vosprijatii amerikancev v 1860–1861 gg. [“Two-Faced Janus”: The Image of Abraham Lincoln in the Perception of Americans in 1860–1861]. *Avraam Linkol'n. Uroki istorii i sovremennost'* [Abraham Lincoln. History Lessons and Modernity]. Moscow, Izd-vo RGGU, 2010, pp. 107-115.
2. Alent'eva T.V. Vtoraja amerikanskaja revoljucija cherez prizmu tvorcestva Uinslou Homera [The Second American Revolution Through the Prism of the Work of Winslow Homer]. *Revoljucija i revoljucionnyj diskurs v SShA* [Revolution and Revolutionary Discourse in the United States]. Moscow, Izd-vo RGGU, 2019, pp. 41-52.
3. Alent'eva T.V. *Razjashhee oruzhie smeha. Amerikanskaja politicheskaja karikatura XIX veka (1800–1877)* [The Striking Weapon of Laughter. American Political Caricature of the 19<sup>th</sup> Century (1800–1877)]. Saint Petersburg, Aletejja Publ., 2020. 458 p.
4. Lincoln A. *Istochnik svobody. Gettisbergskoe poslanie* [The Source of Freedom. The Gettysburg Address]. Moscow, Jeksmo Publ., 2015. 432 p.
5. Sogrin V.V. *Ideologija v amerikanskoj istorii: ot otcov-osnovatelej do konca XX veka* [Ideology in American History: From the Founding Fathers to the End of the 20<sup>th</sup> Century]. Moscow, Nauka Publ., 1995. 238 p.
6. Tsykalov D.E. Sever protiv Juga: Tomas Nast protiv Adal'berta Volka karikaturisty v Grazhdanskoj vojne [North vs. South: Thomas Nast vs. Adalbert Volk – Cartoonists in the Civil War]. *Americana. Vyp. 13. Rossija i grazhdanskaja vojna v SShA* [Americana. Iss. 13. Russia and the American Civil War]. Volgograd, Izd-vo VolGU, 2012, pp. 88-97.
7. Blackwell K. *Solving a Civil War Photograph Mystery*. URL: <https://www.loc.gov/collections/civil-war-glass-negatives/articles-and-essays/solving-a-civil-war-photograph-mystery> (accessed 20 May 2021).
8. Boyd S.R. *Patriotic Envelopes of the Civil War: The Iconography of Union and Confederate Covers*. Baton Rouge, LSU Press, 2010. 168 p.

9. *Cartoon Prints, American, Available Online, 1860 to 1869*. URL: <https://www.loc.gov/collections/american-cartoon-prints/?fa=subject%3Apolitical+cartoons&dates=1860-1869> (accessed 20 June 2021).
10. *Civil War Envelope Showing American Flags...* URL: <https://www.loc.gov/item/2011660237> (accessed 19 June 2021).
11. *Civil War Glass Negatives and Related Prints*. URL: <https://www.loc.gov/pictures/collection/cwp> (accessed 19 June 2021).
12. *Civil War Posters, 1861–1865*. URL: <https://digitalcollections.nyhistory.org/islandora/object/nyhs%3Acwposters> (accessed 10 June 2021).
13. Coopersmith A.S. *Fighting Words: An Illustrated History of Newspaper Accounts of the Civil War*. New York, The New Press, 2004. 325 p.
14. *Frank Leslie's Illustrated Newspaper*, 1863, February 14.
15. *Frank Leslie's Illustrated Newspaper*, 1864, May 7.
16. *Frank Leslie's Illustrated Newspaper*, 1861, August 24.
17. *Frank Leslie's Illustrated Newspaper*, 1862, November 22.
18. Garrison W. *Brady's Civil War: A Collection of Memorable Civil War Images Photographed by Mathew Brady and His Assistants*. Guilford, Con., Lyons Press, 2011. 256 p.
19. Halloran F.D. *Thomas Nast: The Father of Modern Political Cartoons*. Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2013. 384 p.
20. *Harper's Weekly*, 1863, January 3.
21. *Harper's Weekly*, 1864, April 30.
22. *Harper's Weekly*, 1862, May 17.
23. *Harper's Weekly*, 1861, December 21.
24. *Harper's Weekly*, 1863, December 5.
25. *Harper's Weekly*, 1861, August 10.
26. *Harper's Weekly*, 1861, September 7.
27. Hess S., Kaplan M. *The Ungentlemanly Art: A History of American Political Cartoons*. New York, MacMillan, 1975. 252 p.
28. Hess S., Northrop S. *Drawn & Quartered: The History of American Political Cartoons*. Montgomery, AL., Elliott & Clark Publishing, 1996. 164 p.
29. Lewin J.G., Huff P.J. *Lines of Contention: Political Cartoons of the Civil War*. New York, Harper Perennial, 2007. 224 p.
30. Murrell W. *A History of American Graphic Humor. In 2 Vols.* New York, The Macmillan Co, 1938, vol. 1. 245 p.; vol. 2. 271 p.
31. *President in Petticoats! Civil War Propaganda in Photographs*. URL: <https://www.icp.org/exhibitions/president-in-petticoats-civil-war-propaganda-in-photographs> (accessed 28 June 2021).
32. Springer P.J., ed. *Propaganda from the American Civil War*. Santa Barbara, Ca, ABC-CLIO, 2019. 314 p.
33. Rable G.C. *Damn Yankees! Demonization and Defiance in the Confederate South*. Baton Rouge, LSU Press, 2015. 216 p.
34. Ratner L.A., Teeter D.L. Jr. *Fanatics and Fire-Eaters: Newspapers and the Coming of the Civil War*. Champaign, IL, University of Illinois Press, 2004. 160 p.
35. Smith G.W. *Broadsides for Freedom: Civil War Propaganda in New England. The New England Quarterly*, 1948, vol. 21, no. 3 (September), pp. 291-312.
36. Sullivan G. *In the Wake of Battle: The Civil War Images of Mathew Brady*. New York, Prestel Publ., 2004. 448 p.
37. *The Southern Illustrated News*, 1863, February 28.
38. *The Southern Illustrated News*, 1863, January 14.
39. Thompson W.F. Jr. *The Image of War: The Pictorial Reporting of the American Civil War*. Baton Rouge, LSU Pr., 1994. 264 p.
40. *Vanity Fair*, 1861, May 18.
41. Zeller B.O. *The Blue and Gray in Black and White: A History of Civil War Photography*. New York, Praeger, 2005. 248 p.

### Information About the Author

**Tatiana V. Alentjeva**, Doctor of Sciences (History), Professor, Department of World History, Kursk State University, Radishcheva St, 33, 305000 Kursk, Russian Federation, [alenttv@mail.ru](mailto:alenttv@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-3816-0494>

### Информация об авторе

**Татьяна Викторовна Алентьева**, доктор исторических наук, профессор кафедры всеобщей истории, Курский государственный университет, ул. Радищева, 33, 305000 г. Курск, Российская Федерация, [alenttv@mail.ru](mailto:alenttv@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-3816-0494>