

Copyright © 2020 by International Network Center for Fundamental and Applied Research

Copyright © 2020 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the USA
Co-published in the Slovak Republic
Bylye Gody
Has been issued since 2006.

E-ISSN: 2310-0028
Vol. 57. Is. 3. pp. 1378-1386. 2020
DOI: 10.13187/bg.2020.3.1378
Journal homepage: <http://ejournal52.com>



The German Soldier in the “Enemy Image” in Russian Propaganda during the First World War (on the Proclamation Materials)

Olga A. Arshintseva ^{a, *}, Vyacheslav N. Kozulin ^a, Pavel V. Ulyanov ^a, Yury G. Chernyshov ^a

^aAltai State University, Russian Federation

Abstract

This article analyzes the factors of the formation and development of the image of a soldier of the German Empire in Russian propaganda during the First World War (1914–1917). The study is based on material from Russian leaflets and proclamations, both in archives and published. The author's approach to the study of texts from original, published and unpublished sources is based on the method of analysis and is associated with imagology and sociocultural history. The authors of the article highlight the key features of the development of the image of German soldiers loyal to the Kaiser in the official propaganda aimed at shaping the fighting spirit and hatred of the "enemy" in the mass consciousness of Russian soldiers. They underline the massive and targeted nature of Russian propaganda. In the patriotic discourse of war leaflets and proclamations, negative characteristics and stereotypes were used to “dehumanize” the image of a soldier of the Second Reich. In conclusion, the authors emphasize that as the war continued, anti-German propaganda gave way to general war weariness. This, in turn, neutralized efforts to promote the "enemy image" in relation to the German soldier in the mass consciousness of Russian troops, freeing it from the stereotypes formed by official propaganda.

Keywords: “enemy image”, German soldier, Russian patriotic propaganda, First World War.

1. Введение

Любой вооруженный конфликт зачастую связан с мобилизацией всех имеющихся ресурсов в государстве, начиная с людских и заканчивая информационными. Среди множества войн Первая мировая, или, как ее порой именуют в зарубежной историографии, Великая война, занимает особое место. Это связано с тем, что ее события наполнены разнообразными сюжетами, связанными не только с военно-техническими, но и информационными разработками и методами ведения войны. Наряду с мобилизацией всех ресурсов, в каждой воюющей стране-участнице активно шла пропаганда, которая была нацелена на объединение всех слоев общества перед лицом «внешней угрозы». В 20-х гг. XX века события этой войны стали предметом исследования, а после окончания Второй мировой войны приобрели еще большую актуальность. При этом в современной исторической науке, несмотря на высокую степень разработанности, тема Первой мировой продолжает сохранять свою актуальность. Об этом свидетельствует заметно возросший, особенно в связи со 100-летием войны 1914–1918 гг., интерес зарубежных и отечественных историков не только к традиционным сюжетам, но и к проблемам информационно-пропагандистского противоборства военного времени (Paddock, 2014: 360).

Современные исследователи зачастую пишут о войне 1914–1918 гг. как о масштабной трагедии. Данное представление о Первой мировой войне отражено, например, в работе итальянского историка Э. Джентиле. В ней автор описывает военные события с позиции дихотомии «прогресс в науке и

* Corresponding author

E-mail addresses: arol-s@yandex.ru (O.A. Arshintseva), capreanus@gmail.com (V.N. Kozulin), imperialnext@mail.ru (P.V. Ulyanov), ashpi@ya.ru (Yu.G. Chernyshov)

технике – регресс человеческой цивилизации». Он неоднократно отмечает целенаправленный характер действий всех стран-участниц вооруженного конфликта, в частности в сфере информационно-пропагандистского воздействия на массовое сознание. Именно в период Первой мировой войны, по мнению исследователя, использование всевозможных средств массовой коммуникации оказало огромное влияние на эффективность государственного аппарата в формировании и развитии в массовом сознании «образа врага». Этот «враг» зачастую воспринимался «зверем» и носил демонизированный характер (Джентиле, 2014: 121).

Для выявления универсальных тенденций и специфики национальных пропагандистских практик и таким образом расширения возможности комплексного сравнительного анализа в данной статье предпринимается попытка исследования российского опыта пропаганды – продвижения «образа врага» в листовках военного времени. Стоит отметить, что для русских именно немцы нередко выступали в роли собирательного образа «европейского Другого» – образа, отталкиваясь от которого можно было более рельефно выстроить свою собственную идентичность. За многие века взаимодействия двух народов в отношении немцев накопились два основных «набора» стереотипов, которые можно условно определить как «мирный» набор («хозяйственные», «любящие порядок» и т.д.) и «военный» («агрессивные», «жестокие» и т.д.) (Чернышов, 2009: 423).

2. Материалы и методы

В качестве основного исторического источника статьи взяты листовки, которые адресованы российской армии и населению. Представленные в печатном и рукописном варианте тексты некоторых листовок времен Первой мировой войны хранятся в Российском государственном военно-историческом архиве (РГВИА). Все они написаны на русском языке и изготовлены в типографиях военного командования, государственных и общественных организаций. Большая часть материалов имеет конкретных авторов. В легенде листовок указаны место хранения (номер фонда, описи, дела, листов), место и обстоятельства обнаружения конкретной листовки.

Выбор листовок как источника обусловлен их особым характером как одного из самых популярных и массовых видов печатной пропагандистской продукции, выпускавшейся огромными тиражами. Учитывая техническую легкость создания листовок и их сравнительную дешевизну, все страны активно использовали этот способ распространения информации в массовых аудиториях, включая собственные армии и солдат противника. Листовки как жанр соединяли основные принципы пропагандистского текста: малый объем, простоту и выразительность, облеченные в лозунги, апелляцию к эмоционально-психологическому восприятию и стереотипическим образам массового сознания, включая «образ врага».

Тема статьи лежит в русле популярной в настоящее время в исторической науке культурно-антропологической проблематики. Одним из наиболее разрабатываемых направлений в сфере «культурно-антропологической истории» является имагология – направление, специализирующееся на изучении представлений народов друг о друге (Папилова, 2011: 31-40). Методология этого междисциплинарного направления во многом отличается от многих других подобных направлений в исторической науке, в частности этнопсихологии. В исследованиях по имагологии или имиджелогии огромное значение имеют источники, отражающие определенные представления, стереотипы, качественные характеристики и мнения о конкретном объекте восприятия (Козулин, 2015: 3-4, 8-10).

3. Обсуждение

Особую популярность у исследователей-гуманитариев имагологический подход приобрел на рубеже XX–XXI вв. (Поляков, 2008: 8-10; Поляков, Полякова, 2013: 251-253), а современная «имагологическая» историография насчитывает уже огромное количество работ на разных языках. Среди них особое место принадлежит многочисленным исследованиям, авторы которых рассматривают процессы и механизмы конструирования «образа врага» в мировой традиции (Keen, 1986; Neumann, 1994: 63-69; Malcolm, 2019: 502; Robin, 2001: 294; Гасанов, 1998: 187-208; Сенявская, 2006). В 2004 году была предпринята попытка обобщения отечественного опыта изучения «образа врага» в изданном под редакцией известного социолога Л.Д. Гудкова сборнике «Образ врага» (Гудков, 2005: 12). Во вступительной статье к нему Лев Гудков подчеркивает специфику «образа врага», делает акцент на его отличии от «образа другого» и других сопредельных образов. По его мнению, главная функция «образа врага» заключается в том, чтобы нести представления о том, что является угрозой самому существованию определенной группы, с которой идентифицирует себя субъект, а также ее ключевым ценностям.

В реальной политике значимый «Другой» является полифункциональным объектом; реальная политика задает множество вариаций «Других», в диапазоне от образа «союзника» (на эту тему существует специальная литература, например монография А.В. Голубева и О.С. Поршневой (Голубев, Поршнева, 2012: 392), где, кроме «образа союзника», рассматриваются и другие градации (как, например, «враги второй очереди») – до абсолютного образа «врага». В кризисных условиях масштабного конфликта, как показывает опыт Первой мировой войны, политические элиты воюющих государств в своей информационно-пропагандистской политике использовали четкую

универсальную модель бинарной оппозиции с позитивными («мы») и негативными («они – враги») образцами. Она позволяла транслировать основополагающие принципы официальной позиции и ответы на базовые вопросы: цели войны (за что воюем?), противники (против кого воюем?) и союзники (кто сражается на нашей стороне?). Примечательно, что каждая из сторон вооруженного конфликта считала, что она ведет оборонительную, а значит, справедливую войну. И все же в пропаганде подчеркивалась главная цель. Так, для Австрии и Германии война велась против славянской угрозы. Для русских война шла против прусского милитаризма. Во Франции были широко распространены идеи возвращения Эльзаса и Лотарингии, потерянных в результате франко-прусской войны (1870–1871 гг.). В Великобритании война была оборонительной и велась против Германии, стремившейся стать величайшей державой мира (Уолтер Лакер) (Горянин, 1997).

Изучение специфических пропагандистских приемов, целей и эффективности пропаганды невозможно без исторически достоверной реконструкции коллективного (массового) сознания аудитории, на которую рассчитано пропагандистское воздействие. В современной историографии проблема морально-психологического состояния европейского общества в 1914 году остается дискуссионной. В частности, далеко не все исследователи разделяют популярный тезис о всеобщем патриотическом подъеме, охватившем население воюющих стран, подчеркивая факт неизбежной смены общественного настроения по мере того, как война приобретала затяжной характер (Юдин, 2012). Стоит отметить, что от начала войны и до ее окончания актуальными и злободневными для государств-участников вооруженного конфликта были вопросы, связанные с самоидентификацией. В связи с разнородностью масс (от солдат на фронтах до гражданских в тылу, от командования до рядовых, от «простого народа» до правительств) как объекта официальной пропаганды она неизбежно приобретала социально-психологический характер. Кроме «своих», другими объектами информационно-пропагандистского воздействия в условиях войны были противники, союзники и нейтральные страны. В исследованиях, посвященных пропагандистской практике периода Первой мировой войны, они занимают самостоятельное место и выходят за тематические рамки данной статьи.

Мировая война (1914–1918 гг.) стала, по выражению британского историка Н. Фергюсона, «первой медийной войной»; по его мнению, было две войны – та, на которой сражались, и та, о которой говорили (Фергюсон, 2019: 261, 278). Прибегая к еще более популярному определению Первой мировой войны как «первой войны масс», следует признать, что поиск новых эффективных способов воздействия на массовое сознание оказался самостоятельной задачей и важным условием достижения победы. При этом оказался востребованным предвоенный опыт массовой политической мобилизации стран Запада в связи с демократизацией и либерализацией избирательных систем и увеличением электората, включая практику авторитарных режимов будущих военных противников – Германии и России. Таким универсальным инструментом воздействия на массовое сознание стала апелляция к устойчивым стереотипам, включая исторически сложившиеся представления о своей стране, внешнем мире и других народах.

На общем фоне примечательна активность отечественных исследователей А.Б. Асташова (Асташов, 2012: 400), Е.С. Сеньявской (Сеньявская, 2006: 288), В.Б. Миронова (Миронов, 2014: 304), М.В. Оськина (Оськин, 2010: 367) и Н.В. Юдина (Юдин, 2012: 50-58) по изучению антигерманской пропаганды 1914–1918 гг. в России и странах Антанты в целом. В зарубежной историографии попытка выявить особенности формирования «образа врага» в российской традиции предпринимается в работах британских историков Дж. Кигана (Keegan, 2013: 700) и Н. Стоуна (Стоун, 2010: 219), посвященных главным образом британским сюжетам. Эта тема затронута и в трудах французских исследователей Ж.-Ж. Беккера (Беккер, 2006: 157) и С. Монтана (Montant, 1990: 136-149), которые, в свою очередь, обобщают французский опыт пропаганды и агитации с использованием «образа врага». Одним из первых отметил значение пропаганды «образа врага» американский ученый Г. Лассуэлл, признанный авторитет в данной области (Lasswell, 1927: 233). В новейших работах, в частности немецкого историка С. Мюллера (Müller, 2002: 427), популярно сравнение пропагандистского опыта различных стран в военное время. Вместе с тем проблема эволюции «образа врага» как универсального пропагандистского инструмента остается малоизученной и поэтому перспективной для специальных разработок.

4. Результаты

Опираясь на выводы и наработки зарубежных и отечественных ученых, обратимся к содержанию текстов российских листовок, чтобы выявить черты и особенности образа немецкого солдата.

Начало Первой мировой войны воспринималось большинством населения Российской империи как внезапное событие и испытание перед Богом. О вынужденном объявлении войны Австро-Венгрии, а уж затем и ее союзнице – Германии было написано в манифестах царского правительства 2 и 8 августа 1914 г. В них же царская власть призывала население страны помочь «единокровным и единоверным» братьям-сербам, подвергшимся агрессии со стороны Австро-Венгрии. Призывы защитить Россию и Сербию от Австро-Венгрии и Германии способствовали росту патриотических настроений в российском обществе. Однако некоторые россияне не понимали, кто такие

сербы, и даже не имели представлений о политических мотивах Германской империи воевать с Российской империей из-за маленькой Сербии. Такая тенденция в восприятии «верного союзника» и «извечного врага» прослеживается в воспоминаниях генерала А.А. Брусилова (Брусилов, 2013: 74-75).

В условиях роста ура-патриотических настроений в российском обществе в первые годы войны царское правительство поставило задачу поддержать «оборонное сознание» населения страны и при содействии военного командования объяснить солдатам и призывникам, с каким «врагом» предстоит воевать, о чем свидетельствует одна из листовок.

Из приказа № 107 войскам I-го армейского корпуса от 25 июля 1914 года, подписанного генералом от инфантерии Артамоновым, можно выявить яркие и относительно объективные черты немца-солдата (РГВИА. Ф. 2110. Оп. 1. Д. 1434. Л. 40-41об.). Данная листовка в качестве текста содержит армейский приказ о начале войны, и в нем автор (генерал Артамонов) объясняет российским солдатам, почему с «врагом» необходимо грамотно воевать. Помимо призыва к борьбе с «внешней угрозой» в лице немцев и австрийцев, в тексте присутствуют черты германских солдат, которые «сильны в брани», «превосходно вооружены», «военное дело обратили в ремесло», «обучают войне явных и тайных недругов (России)». Итак, не указывая конкретно на немецкого солдата, автор подчеркивает, что немецкий солдат – это «опасный враг», который является профессионалом в военном деле, грамотно подходит к ведению войны и отличается дисциплинированностью, отчего не может восприниматься «нелепым воякой». Поэтому российских солдат предупреждали о столкновении с «педантичным противником». Далее в тексте выделяются сильные и слабые стороны германской армии, что было связано непосредственно с характеристикой солдат. Среди сильных сторон выделяются строгость системы, железная дисциплина, знания своих обязанностей, точность, аккуратность, исполнительность, уверенность в превосходстве. Слабые стороны – это жестокое обращение офицеров с солдатами, презрительное неуважение к российской армии, переоценка собственных сил, лень, неаккуратность и небрежность (последние, надо заметить, противоречат положениям сильных сторон). В целом можно увидеть очень подробное описание «немца-врага», в котором выделяются различные особенности его поведения, отчего образ его носит устойчивый и целостный характер.

В листовке 1915 года «Из святого града Киева», обращенной к российской армии, содержался призыв воевать с германским солдатом внимательно и относиться к исполнению долга со всей серьезностью (РГВИА. Ф. 2067. Оп. 1. Д. 3855. Л. 111). У нее нет автора, но по содержанию можно предположить, что она составлена представителями Русской православной церкви, которые также весьма активно занимались пропагандой во время войны. В самом тексте немец предстает как «жестокий», «злой», «коварный» и «хитрый» противник. В подтверждение характеристики приводились реальные действия противника на фронте. Забрасывая русских солдат листовками с призывами сдаваться в плен, к самим пленным он проявляет крайнюю жестокость. Создаваемый пропагандой образ «нечестивого тевтона» должен был служить для российских солдат оправданием применения физической силы по отношению к «чудовищу», которого можно и «надо уничтожать».

Другим способом донести до армейских частей мысль о допустимости «уничтожить зверей» были «письма» пленных солдат, адресованные нижним чинам действующей армии, напечатанные в форме листовок начальником разведывательного отделения Северного фронта полковником Н.С. Батюшиным (РГВИА. Ф. 2019. Оп. 1. Д. 632. Л. 4). В одном таком письме, согласно данным иностранных газет, развенчивается миф о «хорошем» обращении немцев (германских солдат) с пленными россиянами. В тексте Н.С. Батюшин пишет, что «солдаты Германии содержат пленных как скот в отвратительных условиях, кормят картофельными очистками не более раза в неделю». Похожие сюжеты можно встретить в воспоминаниях российских солдат, побывавших в немецком плену. Так, например, В.В. Корсак (Звадский) приводит речь русского солдата, ставшего очевидцем, как немец заколол штыком пленного, просившего поест, пишет, что пленных не кормили, давая лишь по мешочку с бисквитами, и порой протыкали штыками пленных (Корсак, 2011: 26, 36). Подобные сюжеты есть и у Ю. Кириша, описывающего, как тяжелораненых пленных закалывали штыками, оставшихся в живых хотели резать, морили голодом и относились как к «стаду свиней» (Кириш, 2014: 42, 53, 60). Здесь также можно выделить листовку без автора с названием «Братцы!» 1915 года, в которой отражен и оправдан призыв к уничтожению германских солдат как «зверя-человека», которому приписывались жестокость и злость, вымещаемые на беззащитных пленных, отчего давался российским войскам совет: «умирать, но в плен не попадать (подразумевается в листовке, ибо в «немецком плену» будет хуже)». Для предотвращения попыток сдачи в плен или дезертирства создавался устойчивый по своему характеру «образ изверга» с самыми низменными и нечеловеческими качествами. Это была еще одна особенность «врага». Поэтому солдата Германии целенаправленно изображали «злом», демонизируя его образ, обособляя «немецкое чудовище» от всего «рода человеческого».

Подобные аргументы грамотно подкреплялись плакатами и рисунками. В качестве примера можно привести серию работ московской типолитографии Торгового дома «А.В. Крылов и Ко» 1914 года, изображающих германских солдат как «агрессивных зверей», убивающих мирных жителей,

насилующих женщин, занимающихся мародерствами и убийствами ([Великая европейская война, 2014: 70-71, 93, 104, 122](#)).

В качестве показательного примера можно привести листовку 1915 года комитета «Непобедимая Россия», адресованную его президентом Головиным российским войскам ([РГВИА. 2067. Оп. 1. Д. 2908. Ч. 2. Л. 475-4750б.](#)). В ней «германец» предстает в двойственном образе. С одной стороны, немец (германский солдат) – это «лютый враг», «забывший Бога, потерявший совесть, нарушивший международное право и вторгнувшийся в пределы *Нашего* Отечества». Германский солдат – «агрессор», совершающий на территории России военные преступления, наделенный чертами «тевтонского варвара». С другой стороны, в листовке германский солдат предстает как враг, которого можно и нужно победить «при желании без орудий и снарядов...» ([РГВИА. 2067. Оп. 1. Д. 2908. Ч. 2. Л. 475-4750б.](#)). Эта листовка относится к 30 августа 1915 года и связана с «Великим отступлением» российской армии, в результате которого были потеряны Польша, Литва и Галиция (Западная Украина), когда в тяжелых условиях 23 августа император Николай II принял на себя должность главнокомандующего. На фоне поражений авторы листовок нередко вынуждены были рисовать «образ врага» в более реалистичных красках, чтобы в условиях массовых потерь и военных поражений не вводить войска в заблуждение относительно возможностей противника.

По мере развития событий на фронте менялись и пропагандистские приемы в изображении противника. Накануне знаменитого «Брусиловского прорыва» генерал от инфантерии Р.Д. Радко-Дмитриев подготовил в форме листовки приказ № 376 от 25 апреля 1916 года для 12-й армии, который не подлежал оглашению вне войск, отчего заслуживает особого внимания ([РГВИА. Ф. 2030. Оп. 1. Д. 295. Л. 77-78](#)). В тексте отсутствовало упоминание о зверствах или жестоком обращении противника с пленными, а германскому солдату приписывались такие черты, как «хитрость», «дерзость», «подлость», наряду с состоянием «слабости» и «усталости», что должно было поднять боевой дух армии накануне наступления. Рисуя немецких солдат и офицеров «серьезным противником», автор подчеркивал, что германское командование по требованию кайзера Вильгельма II нацеливает свои войска на полный и окончательный разгром русских армий. Таким образом, автор явно стремился укрепить «оборонное сознание» подчиненных, что сыграло определенную роль в успехе военной операции на Юго-Западном фронте под командованием генерала А.А. Брусилова.

Февральская революция 1917 года привела к ослаблению «оборонного сознания» населения и к тому, что пропаганда практически перестала работать. Связано это было с тем, что 1 марта 1917 года Петроградским советом рабочих и солдатских депутатов был издан и подписан Временным правительством «Приказ № 1», освобождавший войска от подчинения своим офицерам. Предназначенный для «успокоения» войсковых частей петроградского гарнизона документ по беспроволчному телеграфу был передан в армию, после чего в российской армии стали формироваться солдатские комитеты и началось братание с немцами ([Бубнов, 2014: 114](#)). После распространения «Приказа № 1» контрпропагандистские методы воздействия на массовое сознание были бесполезны.

И тем не менее временное правительство продолжало проводить агитационные кампании. Так, в листовке от 9 марта 1917 года, подписанной военным министром А.И. Гучковым и напечатанной в типографии Министерства внутренних дел, реанимируется «образ врага» ([РГВИА. Ф. 2144. Оп. 1. Д. 952. Л. 34](#)). Немец «не дремлет», а пользуется ситуацией и стягивает силы к Петрограду. Пропагандисты Временного правительства, как и предшественники, называют немцев «поработителями» и «захватчиками». Но этот ставший привычным пропагандистский шаблон утратил силу в условиях военно-политического кризиса февраля–марта 1917 г.

В связи с усталостью от войны, массовыми потерями на фронтах и материально-технологическим истощением страны и революцией Россия не могла продолжать Первую мировую войну. Вдобавок выступление вернувшегося в это время в Россию В.И. Ленина с «апрельскими тезисами», в которых был сформулирован призыв заключить мир с Германией, обесценило официальные пропагандистские усилия. Для противостояния «ленинской программе» по приказу штабс-капитана В. Пржевальского было подготовлено «воззвание к солдатам русской армии» от 24 апреля 1917 года, в котором опять возникает образ немецкого солдата как «зверя» и «завоевателя» ([РГВИА. Ф. 2031. Оп. 1. Д. 1561. Л. 13-14](#)). Однако это не могло сработать в условиях начавшегося разложения в армии и растущего недовольства солдатских масс. Не оказало на них реального воздействия и «майское воззвание воинам земли русской», подготовленное делегатом временного комитета государственной думы Могилевской губернии и священником Никанором Разумовичем, несмотря на содержащийся в нем весьма яркий образ «немца-чужеземца» и «опасного врага Русских и Славян» ([РГВИА. Ф. 2031. Оп. 1. Д. 1561. Л. 79-790б.](#)).

Вслед за военными и политиками деятели РПЦ, присягнувшие Временному правительству, также попытались «возродить» образ немецкого солдата как «извечного врага» и «нечестивого тевтона» Но ни призывы, ни «предречения завоевания России немецкими войсками» уже не могли достигнуть желаемых мобилизационных целей. Для солдатских масс, ядро которых составляли выходцы из деревни, гораздо привлекательнее были лозунги большевиков и эсеров, их призывы покончить с войной и обещания решить аграрный вопрос в пользу крестьян.

После Октябрьской революции антигерманская пропаганда в российском обществе не имела серьезного влияния. Советская власть 26 октября (8 ноября) 1917 года издала декрет о мире «без аннексий и контрибуций» и 9 (22 декабря) того же года заключила временное перемирие с Германией. При этом, как ни странно, до мая 1918 года, до начала гражданской войны, немецкий солдат рассматривался как «оккупант». В качестве примера можно привести декрет совнаркома «Социалистическое отечество в опасности» от 21 февраля 1918 г. (Вьюнова и др., 1969: 18-19). В нем говорится о том, что, несмотря на желание советского руководства подписать мирный договор, «германские генералы хотят установить свой «порядок» в Петрограде и в Киеве». Его авторы, члены СНК, предупреждают о начале наступления германской армии. Их опасение в отношении немцев подтвердилось в обращении начальника штаба Верховного главнокомандующего М.Д. Бонч-Бруевича. В нем автор призывает войска северного и западного фронтов остановить наступление немецких войск, в которых он видел угрозу «завоевания» (Вьюнова и др., 1969: 19-20). Именно наступление немецкой армии по всему Восточному фронту вынудило большевиков пойти на подписание Брест-Литовского мирного договора 3 марта 1918 года. И, несмотря на это, Германия по-прежнему для России представляла опасность, о чем говорится в директиве «о боеспособности в связи с военной опасностью со стороны Германии» от 31 мая 1918 года (Вьюнова и др., 1969: 46-47). Это последний документ, в котором еще сохраняется представление о том, что «в Германии существует крайняя партия, недовольная даже хищническим Брестским миром», и о германском солдате как о «серьезном» военном противнике, но в тексте документа видно, что он уступает место представлениям о «других врагах» (лидерах «белого движения» и др.).

5. Заключение

Сравнительный анализ материалов (текстов) листовок 1914–1917 гг. позволяет утверждать, что некий обобщенный портрет германского солдата стал основой конструирования «образа врага», растиражированного в российских военных листовках – одном из самых массовых и доступных видов пропагандистской продукции. Заметная эволюция образа – от сильного, опасного, отчасти демонизированного (в исключительно негативной коннотации) противника, наделенного «зверскими» (бесчеловечными) чертами в начальный период войны, до менее однозначного, более «человеческого» портрета была обусловлена постепенным изменением пропагандистских целей, а они, в свою очередь, подвергались пересмотру под влиянием меняющейся военно-политической и морально-психологической ситуации на фронтах и в стране в целом. На этом основании можно предположить, какие перемены происходили в настроениях солдатских масс на протяжении двух лет войны: яркий антигерманский настрой, создаваемый и поддерживаемый пропагандой, бытовал на фронте только в начале войны, постепенно уступая место антивоенным настроениям (в том числе, призывам к братанию). К концу 1916 г. солдаты перестают воспринимать стереотипные образы врага, создаваемые пропагандой, возникает недоверие к власти, приходит осознание ненужности, навязанности войны. Отсюда возникает вопрос об эффективности пропаганды, вполне уместный даже на ограниченном материале листовок, поскольку в них в наиболее концентрированном виде предстает не только образ противника, но и образ страны как участницы военного конфликта (Юдин, 2012: 57). Использование «образа врага», наряду с примитивной героизацией русского воина в качестве универсального инструмента пропаганды и поддержания «боевого духа», свидетельствовало, скорее, об ограниченном профессионализме российского командования. Архаизм мышления большинства политиков и военных, опиравшийся на веру в безграничную терпеливость русского солдата, был одной из причин, которые привели к тому, что предреволюционный момент в России был пропущен.

Литература

- Асташов, 2012 – Асташов А.Б. Пропаганда на Русском фронте в годы Первой мировой войны. М.: Спецкнига, 2012. 400 с.
- Беккер, 2006 – Беккер Ж.-Ж. Первая мировая война // Пер. с франц. И.В. Меркуловой. М.: Астрель, 2006. 157 с.
- Брусилов, 2013 – Брусилов А.А. Мои воспоминания. М.: Вече, 2013. 288 с.
- Бубнов, 2014 – Бубнов А.Д. В царской ставке. СПб.: Облик, 1995. 172 с.
- Великая европейская война, 2014 – Великая европейская война. М.: Издательский дом Руденцовых, 2014. 288 с.
- Вьюнова и др., 1969 – Вьюнова Н.М., Деева Н.И., Каряева Т.Ф., составители. Директивы Главного командования Красной армии (1917–1920). Сборник документов. М.: Воениздат мин. обороны СССР, 1969. 882 с.
- Гасанов, 1998 – Гасанов И.Б. Национальные стереотипы и «образ врага» // Психология национальной нетерпимости / Сост. Ю.В. Чернявская. Минск: Харвест, 1998. С. 187-208.
- Голубев, Поршнева, 2012 – Голубев А.В., Поршнева О.С. Образ союзника в сознании российского общества в контексте мировых войн. М.: Новый хронограф, 2012. 392 с.

Горянин, 1997 – Горянин А. О действительном характере Первой мировой войны: империалистическая или какая-то иная? (Материалы дискуссии) // Радио Свобода. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.svoboda.org/a/24204573.html> (дата обращения: 05.05.2020).

Гудков, 2005 – Гудков Л. Идеологема «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции // Образ врага. М.: ОГИ, 2005. С. 7-79.

Джентиле, 2014 – Джентиле Э. Два пушечных выстрела, десять миллионов убитых, конец мира: Иллюстрированная история Великой войны. (Реферат) // Первая мировая война: Современная историография. М.: ИНИОН РАН, 2014. С. 111-124.

Кириш, 2014 – Кириш Ю.И. Под сапогом Вильгельма II. Из записок рядового военнопленного № 4925. 1914–1918. М.: Гос. публ. ист. библиотека России, 2014. 160 с.

Козулин, 2015 – Козулин В.Н. Образ скифов в античной литературной традиции. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2015. 168 с.

Корсак, 2011 – Корсак В.В. Плен // Забытая война. М.: Посев, 2011. С. 5-226.

Мионов, 2014 – Мионов В.Б. Первая мировая война. Борьба миров. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2014. 304 с.

Оськин, 2010 – Оськин М.В. Первая мировая война. М.: Вече, 2010. 367 с.

Папилова, 2011 – Папилова Е.В. Имагология как гуманитарная дисциплина // Вестник МГТУ им. М.А. Шолохова. Филологические науки. 2011. № 4. С. 31-40.

Поляков, 2008 – Поляков О.Ю. Имагология в междисциплинарном научном пространстве // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2008. Т. 2. № 4. С. 8-10.

Поляков, Полякова, 2013 – Поляков О.Ю., Полякова О.А. Имагология: теоретико-методологические основы. Киров: Радуга-Пресс, 2013. 162 с.

РГВИА – Российский государственный военно-исторический архив.

Сенявская, 2006 – Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века. Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М.: РОССПЭН, 2006. 288 с.

Стоун, 2010 – Стоун Н. Первая мировая война: краткая история. М.: АСТ, 2010. 219 с.

Фергюсон, 2019 – Фергюсон Н. Горечь войны // Пер. с англ. Е. Губницкого и И. Кригера. М.: АСТ CORPUS, 2019. 400 с.

Чернышов, 2009 – Чернышов Ю.Г. Имидж Германии и восприятие немецкой политической культуры в России // Политическая культура в истории Германии и России: Сборник научных статей. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2009. С. 422-430.

Юдин, 2012 – Юдин Н.В. Создание образа врага в пропаганде стран Антанты в начале Первой мировой войны (сентябрь–декабрь 1914 г.) // Известия Саратовского университета. 2012. № 3. Т. 12. С. 50-58.

Keegan, 2014 – Keegan J. The First World War. London: Bodley Head, 2014. 500 p.

Keen, 1986 – Keen S. Faces of the Enemy: Reflections on the Hostile Imagination. Ed. by S. Keen. San Francisco: Harper & Row, 1986.

Lasswell, 1927 – Lasswell H.D. Propaganda Technique in World War I. London: Kegan Paul, 1927. 233 p.

Malcolm, 2019 – Malcolm N. Useful Enemies. Islam and the Ottoman Empire in Western Political Thought, 1450–1750. Oxford: Oxford University Press, 2019. 502 p.

Montant, 1990 – Montant J.-C. L'organisation centrale des services d'informations et de propaganda du Quari d'Orsay pendant la Grande guerre // Les sociétés européennes et la guerre de 1914–1918. Paris: Université de Paris X–Nanterre, Centre d'Histoire de la France contemporaine, 1990. P. 136-149.

Müller, 2002 – Müller S.O. Die Nation als Waffe und Vorstellung: Nationalismus in Deutschland und Großbritannien im Ersten Weltkrieg. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 2002. 427 S.

Neumann, 1994 – Neumann I.B. Central Europe and Its Enemy Image of Russia // History of European Ideas. 1994. Vol. 19. Nos.1-3. P. 63-69.

Paddock, 2014 – Paddock T. World War I and Propaganda (History of Warfare). Boston: Brill Academic Publishers, 2014. 360 p.

Robin, 2001 – Robin R.Th. The Making of the Cold War Enemy. Culture and Politics in the Military-Intellectual Complex. Princeton: Princeton University Press, 2001. 294 p.

References

Astashov, 2012 – Astashov A.B. (2012). Propaganda na Russkom fronte v gody Pervoy mirovoy voyny [Propaganda on the Russian front during the First World War]. Moscow: Spetskniga. [in Russian]

Bekker, 2006 – Bekker ZH-ZH. (2006). Pervaya mirovaya voyna [The First World War]. [per. s frants. I.V. Merkulovoy]. Moscow: Astrel'. [in Russian]

Brusilov, 2013 – Brusilov A.A. (2013). Moi vospominaniya [My memories]. Moscow: Veche. [in Russian]

Bubnov, 1995 – Bubnov A.D. (1995). V tsarskoy stavke [At the royal headquarters]. Sankt-Peterburg: Oblik. [in Russian]

Chernyshov, 2009 – *Chernyshov Yu.G.* (2009). Imidzh Germanii i vospriyatiye nemetskoy politicheskoy kul'tury v Rossii [The image of Germany and the perception of German political culture in Russia] *Politicheskaya kul'tura v istorii Germanii i Rossii: sbornik nauchnykh statey*. Kemerovo: Kuzbassvuzizdat. Pp. 422-430. [in Russian]

Dzhentile, 2014 – *Dzhentile E.* (2014). Dva pistoletnykh vystrela, desyat' millionov ubitykh, konets mira: Ilyustrirovannaya istoriya Velikoy voyny. (Referat) [Two pistol shots, ten million killed, the end of the world: An Illustrated History of the Great War. (Abstract)] *Pervaya mirovaya voyna: Sovremennaya istoriografiya*. Moskva: INION RAN. Pp. 111-124. [in Russian]

Gasarov, 1998 – *Gasarov I.B.* (1998). Natsional'nyye stereotipy i «obraz vraga» [National stereotypes and the "image of the enemy"] *Psikhologiya natsional'noy neterpimosti*. Sost. Yu.V. Chernyavskaya. Minsk: Kharvest. Pp. 187-208. [in Russian]

Golubev, Porshneva, 2012 – *Golubev A.V., Porshneva O.S.* (2012). Obraz soyuznika v soznanii rossiyskogo obshchestva v kontekste mirovykh voyn [The image of an ally in the minds of Russian society in the context of world wars]. Moskva: Novyy khronograf. [in Russian]

Goryanin, 1997 – *Goryanin A.* (1997). O deystvitel'nom kharaktere Pervoy mirovoy voyny: imperialisticheskaya ili kakaya-to inaya? [Materialy diskussii] (Материалы дискуссии) [On the real nature of the First World War: imperialist or some other? (Discussion materials)] *Radio Svoboda*. [Electronic resource]. URL: <https://www.svoboda.org/a/24204573.html> (data obrashcheniya: 05.05.2020). [in Russian]

Gudkov, 2005 – *Gudkov L.* (2005). Ideologema «vrage»: «Vragi» kak massovyy sindrom i mekhanizm sotsiokul'turnoy integratsii [Ideologeme of the "enemy": "Enemies" as a mass syndrome and a mechanism of sociocultural integration] *Obraz vraga*. Moskva: OGI. Pp. 7-79. [in Russian]

Keegan, 2014 – *Keegan J.* (2014). *The First World War*. London: Bodley Head.

Keen, 1986 – *Keen S.* (1986). *Faces of the Enemy: Reflections on the Hostile Imagination*. Ed. by S. Keen. San Francisco: Harper & Row.

Kirsh, 2014 – *Kirsh Yu.I.* (2014). Pod sapogom Vil'gel'ma II. Iz zapisok ryadovogo voyennoplennogo № 4925. 1914-1918 [Under the boot of Wilhelm II. From the notes of an ordinary prisoner of war No. 4925. 1914-1918]. Moskva: Gos. publ. ist. biblioteka Rossii, 2014. [in Russian]

Korsak, 2011 – *Korsak V.V.* (2011). Plen [Captivity] *Zabytaya voyna*. Moskva: Posev. Pp. 5-226. [in Russian]

Kozulin, 2015 – *Kozulin V.N.* (2015). Obraz skifov v antichnoy literaturnoy traditsii [The image of the Scythians in the ancient literary tradition]. Barnaul: Izd-vo Alt. un-ta. [in Russian]

Lasswell, 1927 – *Lasswell H.D.* (1927). *Propaganda Technique in World War I*. London: Kegan Paul.

Malcolm, 2019 – *Malcolm N.* (2019). *Useful Enemies. Islam and the Ottoman Empire in Western Political Thought, 1450–1750*. Oxford: Oxford University Press.

Mironov, 2014 – *Mironov V.B.* (2014). *Pervaya mirovaya voyna. Bor'ba mirov* [World War I. Struggle of the worlds]. Moskva: OLMA Media Grupp. [in Russian]

Montant, 1990 – *Montant J.-C.* (1990). L'organisation centrale des services d'informations et de propaganda du Quari d'Orsay pendant la Grande guerre // Les sociétés européennes et la guerre de 1914–1918. Paris: Université de Paris X–Nanterre, Centre d'Histoire de la France contemporaine. P. 136-149.

Müller, 2002 – *Müller S.O.* (2002). Die Nation als Waffe und Vorstellung: Nationalismus in Deutschland und Großbritannien im Ersten Weltkrieg. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.

Neumann, 1994 – *Neumann I.B.* (1994). Central Europe and Its Enemy Image of Russia // *History of European Ideas*. Vol. 19. Nos.1-3. P. 63-69.

Os'kin, 2010 – *Os'kin M.V.* (2010). *Pervaya mirovaya voyna* [World War I]. Moskva: Veche. [in Russian]

Paddock, 2014 – *Paddock T.* (2014). *World War I and Propaganda (History of Warfare)*. Boston: Brill Academic Publishers.

Papilova, 2011 – *Papilova Ye.V.* (2011). Imagologiya kak gumanitarnaya distsiplina [Imagology as a humanitarian discipline] *Vestnik MGGU im. M.A. Sholokhova. Filologicheskiye nauki*. №4. Pp. 31-40. [in Russian]

Polyakov, 2008 – *Polyakov O.Yu.* (2008). Imagologiya v mezhdistsiplinarnom nauchnom prostranstve [Polyakov O.Yu. Imagology in an interdisciplinary scientific space]. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*. T. 2. № 4. Pp. 8-10. [in Russian]

Polyakov, Polyakova, 2013 – *Polyakov O.Yu., Polyakova O.A.* (2013). Imagologiya: teoretiko-metodologicheskiye osnovy [Imagology: theoretical and methodological foundations]. Kirov: Raduga-Press. [in Russian]

RGVIA – Rossiyskiy gosudarstvennyy voyenno-istoricheskiy arkhiv [Russian State Military Historical Archive]. [in Russian]

Robin, 2001 – *Robin R.Th.* (2001). *The Making of the Cold War Enemy. Culture and Politics in the Military-Intellectual Complex*. Princeton: Princeton University Press.

Senyavskaya, 2006 – *Senyavskaya Ye.S.* (2006). Protivniki Rossii v voynakh KHKH veka. Evolyutsiya «obraza vraga» v soznanii armii i obshchestva [Russia's opponents in the wars of the twentieth century. Evolution of the "enemy image" in the minds of the army and society]. Moskva: ROSSPEN. [in Russian]

[Stoun, 2010](#) – *Stoun N.* (2010). Pervaya mirovaya voyna: kratkaya istoriya [The First World War: A Brief History]. Moskva: AST. [in Russian]

[Fergyuson, 2019](#) – *Fergyuson N.* (2019). Gorech' voyny [The bitterness of war]. [Per. s angl. Ye. Gubnitskogo i I. Krigera]. Moskva: AST CORPUS. [in Russian]

[Velikaya yevropeyskaya voyna, 2014](#) – Velikaya yevropeyskaya voyna [The Great European War]. Moskva: Izdatel'skiy dom Rudentsovykh. [in Russian]

[V'yunova и др., 1969](#) – *V'yunova N.M., Deyeva N.I., Karyayeva T.F., sostaviteli.* (1969). Direktivy Glavnogo komandovaniya Krasnoy armii (1917–1920). Sbornik dokumentov [Directives of the High Command of the Red Army (1917-1920). Collection of documents]. Moskva: Voenizdat min. oborony SSSR. [in Russian]

[Yudin, 2012](#) – *Yudin N.V.* (2012). Sozdaniye obraza vruga v propagande stran Antanty v nachale Pervoy mirovoy voyny (sentyabr' – dekabr' 1914 g.) [Creation of the image of the enemy in the propaganda of the Entente countries at the beginning of the First World War (September – December 1914)]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta.* № 3. Т. 12. Pp. 50-58. [in Russian]

Германский солдат в «образе врага» в российской пропаганде в период Первой мировой войны (на материалах листовок)

Ольга Алексеевна Аршинцева ^{a, *}, Вячеслав Николаевич Козулин ^a, Павел Владимирович Ульянов ^a, Юрий Георгиевич Чернышов ^a

^a Алтайский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье анализируются факторы формирования и развития образа солдата Германской империи в российской пропаганде в период Первой мировой войны (1914–1917 гг.). Исследование основано на материале российских листовок и прокламаций как находящихся в архивах, так и опубликованных. Авторский подход к изучению текстов оригинальных, опубликованных и неопубликованных источников основывается на методе анализа и связан с имагологией и социокультурной историей. Авторы статьи выделяют ключевые особенности развития образа преданных кайзеру германских солдат в официальной пропаганде, направленной на формирование в массовом сознании российских солдат боевого духа и ненависти к «врагу». Они подчеркивают массовый и целенаправленный характер российской пропаганды. В патриотическом дискурсе военных листовок и прокламаций, чтобы «дегуманизировать» образ солдата Второго Рейха, применялись отрицательные характеристики и стереотипы. В заключении авторы подчеркивают, что по мере продолжения войны антигерманская пропаганда уступала место общей усталости от войны. Это, в свою очередь, нейтрализовало усилия по продвижению «образа врага» по отношению к солдату Германии в массовом сознании российских войск, освобождая его от стереотипов, сформированных официальной пропагандой.

Ключевые слова: «образ врага», германский солдат, российская патриотическая пропаганда, Первая мировая война.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: arol-s@yandex.ru (О.А. Аршинцева), capreanus@gmail.com (В.Н. Козулин), imperialnext@mail.ru (П.В. Ульянов), ashpi@ya.ru (Ю.Г. Чернышов)