

УДК 94 (47)

РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОПАГАНДА ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИСТОРИОГРАФИИ

*Е.М. Кунжаров, канд. ист. наук
БрГУ, Братск*

В статье рассматриваются историографические вопросы российской государственной пропаганды в годы Первой мировой войны. Показаны работы, непосредственно затрагивающие данную проблематику. Раскрываются сюжеты агитационно-пропагандистской работы, представленные российскими историками.

Ключевые слова: Россия в начале XX века, Первая мировая война, историография.

68 лет назад закончилась самая кровопролитная в истории человечества Вторая мировая война. За период, прошедший с ее окончания, издано огромное количество публикаций и исследований. Однако количество невыясненных сюжетов и белых пятен практически не уменьшилось, а противоречивость версий и трактовок страниц войны даже возросла. Что же говорить о другой, «неизвестной» по многим показателям войне – Первой мировой. Она во многом осталась в тени Второй мировой, хотя для современников была страшной трагедией – русские люди называли ее «второй Отечественной».

Одним из актуальных вопросов, непосредственно связанных с Первой мировой войной, является российская государственная пропаганда. Прежде чем перейти к системному раскрытию данной проблемы, необходимо обобщить уже имеющийся опыт, что мы и делаем в нашей статье.

Характеризуя российскую историографию, посвященную государственной пропаганде, нельзя не отметить, что многие исследователи Первой мировой войны не затрагивали этот вопрос [1, 2, 3]. Один из специалистов по Первой мировой войне Н.Н. Головин в своей работе не выделяет государственную военную пропаганду [4]. Ю.А. Писарев в своем исследовании «Тайны первой мировой войны» подробно излагает проблемы взаимоотношений русского и сербского населения, говорит о взаимоотношениях с немецким населением и его специфике во время Первой мировой войны, но ни слова не говорит о военной пропаганде государственных органов России [5].

В исследованиях советского и постсоветского периодов отмечается, что Россия, как и ее союзники, также вела пропагандистскую деятельность, но основное внимание уделялось деятельности политических партий, прежде всего – революционных. И только с конца 1980-х гг. появляются исследования по отдельным элементам государственной пропаганды.

В них подчеркивается, что российский Генеральный штаб имел довольно смутное представление о военной пропаганде и в большинстве случаев смешивал ее с активной разведкой, хотя Россия имела довольно успешный опыт применения пропаганды. Так, например, еще Александр I всеми способами стремился придать войне с Наполеоном не только всенародное, но еще и религиозное значение. Наряду с царскими манифестами, призванными поднять народный дух, духовенству официально предписывалось внушать народным массам, что война с Францией – дело защиты православной веры [6]. С совершенной серьезностью Святейший Синод извещал, что Наполеон вошел в соглашение и состоит в союзе с «ненавистниками имени христианского и пособниками всякого нечестия – иудеями» и даже, оказывается, задумал кощунственно похитить для собственного употребления «священное имя мессии». Но в то время даже и такая смешная, наивно примитивная агитация имела свой успех и значение, ибо соответствовала духу времени и непросвещенности народных масс.

В отечественных исследованиях говорится, что агитационно-пропагандистская дея-

тельность велась и в Первую мировую войну, но весьма слабо и разрозненно, без системы и планомерности, несерьезно. В работах останавливаются на отдельных, более крупных попытках Ставки и Генерального штаба в области агитации и пропаганды.

Так, К.К. Звонарев отмечает, что в 1915 году Генеральным штабом совместно со Ставкой были созданы в Бухаресте, Стокгольме и Копенгагене телеграфные агентства «Нордзюд» [7]. Эти агентства должны были снабжать нейтральную прессу благожелательной для России информацией и, прикрываясь этим невинным названием, собирать сведения о Германии и Австрии и сообщать их Генеральному штабу под видом агентских телеграмм. Здесь эти данные обрабатывались, редактировались и передавались в Ставку.

Но так как офицер Владиславов, обрабатывавший эти сведения в Генеральном штабе, состоял одновременно сотрудником кадетской газеты «Речь», то они попадали и в эту газету. Ставка к этим сведениям «Нордзюда» относилась весьма подозрительно, считая их или всем известными, или неверными. Датский «Нордзюд» в начале февраля 1916 года доносил, что его дела идут успешно, что за исключением двух газет, явно германофильских, все остальные получают и печатают его бюллетени, а это – 140 датских газет и журналов, из них 15 столичных и 125 провинциальных. Шведский «Нордзюд» извещал, что его деятельность все развивается, что уже 30-40 провинциальных газет пользуются его бюллетенями, что налажены отношения с телеграфным агентством «Пресс-Централет» и т. д. Автор прослеживает, что результаты их работы, несмотря на якобы «успешную» деятельность, расходов, по словам их руководителей, не оправдывали. В мае 1916 года Ставка настояла на их ликвидации. Таким образом, Звонарев, касаясь данной проблемы, показал, как одна из агитационно-пропагандистских затей, просуществовав около года, закончилась.

Р. Зульцман в работе «Пропаганда как оружие в войне» подчеркивает, что Ставка от случая к случаю занималась выпуском агитационно-пропагандистских брошюр и прокламаций на разных языках [8]. Так, в начале 1915 года Ставка получила от военно-

морского агента донесение о военных приготовлениях Швеции против России, о публичном предостерегающем выступлении Свена Гедина и так далее.

В ответ на все это Ставка в мае 1915 года издала на шведском языке брошюру «Ответ на слово предостережения Свена Гедина» в количестве 30000 экземпляров. Однотипные отдельные сведения по пропагандистской работе в иностранных государствах присутствуют в работах других авторов.

С помощью пропаганды власти пытались бороться и с военнослужащими, сдававшими в плен добровольно. Н. Вальтер отмечает, что зимой 1915-1916 гг. в русской армии участились случаи добровольной сдачи в плен. По этому поводу разными штабами было выпущено изрядное количество приказов и разъяснений, однако процесс продолжался.

Тогда решили прибегнуть к агитации. Некий Навоев написал брошюру под названием «Как живет наш пленный в Германии и Австро-Венгрии». Ставка издала эту брошюру в количестве 200 000 экземпляров для распространения среди войск в надежде, что она поможет убедить солдат не сдаваться в плен. Однако и это не помогло.

В начале 1916 года в Ставку поступили сведения, что находившиеся в германском плену уроженцы Саратовской губернии писали на родину письма о том, что в немецком плену им очень хорошо жилось. Начальник штаба Главковерха приказал: «Сообщить об этом сенатору Кривцову с просьбой начать распространение соответствующих брошюр в народе; обратиться к печати с просьбой помочь раскрыть народу правду и вести борьбу с провокацией; просить председателя Государственной Думы помочь путем думских речей разрушить хитро сплетенную паутину лжи для ловли наших дураков и написать обер-прокурору Святейшего Синода. Дело духовенства – горячими проповедями говорить народу об этом: о позоре и грехе плена, о лжи, распускаемой немцами, сказать истинное слово» [9].

Н. Вальтер и А. Уткин затрагивают и интересный проект под названием «План организации революционной пропаганды в Германии», представленный командующему войсками Московского военного округа в

марте 1917 г. профессором Московского университета Р.И. Венгловским. Суть этого плана заключалась в следующем. Венгловский, по его словам, с самого начала войны вел наблюдения за настроениями находящихся в Москве германских и австрийских пленных. В результате, после Февральской революции эти наблюдения привели его к заключению, что военнопленные «горячо хотели бы, чтобы подобный переворот возможно скорее совершился и у них, чтобы это привело к давно желанному миру». Это навело Венгловского на мысль о «необходимости немедленно и в широком масштабе прибегнуть к грандиозной пропаганде революционных идей свержения правительств не только в неприятельских войсках, стоящих на фронте, но и в глубоком тылу». На эту пропаганду Венгловский возлагал большие надежды, считая, что она «поможет нам больше, чем самая большая стратегическая победа».

Для ведения этой пропаганды «в грандиозном масштабе» Венгловский предлагал создать комитет, в состав которого «входили бы люди соответствующих специальностей». Данный комитет, прежде всего, должен был выпустить ряд воззваний, организовать доставку их «в громадном количестве во все уголки нашего фронта». Далее, в комитете должен быть создан «секретный отдел», который организовал бы посылку в Австрию, Болгарию и Германию «самоотверженных лиц для пропаганды революционных идей во вражеском тылу» [10]. Комитет должен был уделить «исключительное внимание отправляемым на родину инвалидам и распропагандировать их так, чтобы они поскорее зажгли у себя дома пожар революции». В заключение Венгловский просил поручить ему организацию этого комитета. Командующий войсками в срочном порядке направил план военному министру с просьбой разрешить Венгловскому организовать в Москве этот комитет «в центральном месте, под моим руководством и наблюдением». Вальтер и Уткин отмечают, что военный министр одобрил этот план и вызвал Венгловского в Петроград для личных переговоров. Чем кончились эти переговоры, авторы выяснить не смогли, так как не абсолютно никаких данных, но об этом комитете и о его работе в дальнейшем ничего слышно не было.

При анализе историографии выяснилось, что были использованы весьма своеобразные способы «агитации и пропаганды», которые применялись в местностях, занятых русскими войсками. Об одном таком способе повествуется Зайончковским Н.М. По его словам, в начале 1915 г. заведовавшему полевой хлебопекарней № 269 некоему Бобкову было поручено вести пропаганду среди населения занятой русскими части Галиции. В качестве руководства по этой работе ему была дана брошюра, составленная военно-цензурным управлением генерал-квартирмейстера штаба Главнокомандующего армиями Юго-Западного фронта, содержавшая в себе следующие главы: «Современная Галичина. Этнографическое и культурно-политическое состояние ее в связи с национально-общественными настроениями».

В этих «главах» содержались всевозможные жандармские поучения: как обращаться с завоеванным населением, кого считать друзьями и врагами России, как выведывать политические секреты, как подбрасывать прокламации и как их составлять, какие песни поют и как одеваются сторонники России и прочее. Особое внимание было уделено прокламациям, которые неизменно заканчивались призывом: «Кидай оружие и отдавайся православному воинству, которое примет тебя не як военного пленника, а як родного брата, вертающего с неволи под стреху родной хаты. Кидай оружие, щобы в велику хвилю освобождения Галицкой Руси не лилась кровь брата от руки брата» [11]. Распространение такого рода прокламаций Бобков должен был производить следующим образом. Население голодало. Старики и дети всегда собирались вокруг хлебопекарни и выпрашивали хлеб. И Бобков вместе с ломтиком хлеба должен был давать им эти прокламации.

Это яркий исторический пример агитации. Вот, можно сказать, почти все, что царское военное ведомство пыталось во время войны делать во внутренней и внешней агитации и пропаганде.

Анализ историографии позволяет сказать, что наиболее раскрытым является вопрос использования периодической печати как основного пропагандистского органа. Отечественные исследователи выделяют **три**

основных направления деятельности центральных, фронтовых и армейских изданий в Первой мировой войне.

Первым направлением деятельности военной печати стало **разъяснение целей и задач войны, ее справедливого характера и необходимости доведения до победного конца**. В этом направлении работали все военные периодические издания, а также центральные печатные органы общего порядка, публикации из которых перепечатывались во фронтовых и армейских газетах. В условиях ведения позиционной войны количество материалов на данную тему увеличилось в несколько раз. О «необычайном подъеме русского духа» и готовности «до последней капли крови постоять за царя и Русь» свидетельствовали перепечатки агентских телеграмм из «Русского инвалида».

Второе направление – **воспитание патриотизма и укрепление морального духа русских воинов** в ходе ведения боевых действий. В нем выявлено несколько ведущих аспектов, важнейшим из которых являлась *пропаганда мужества и героизма военнослужащих русской армии*.

Так, в «Военной летописи», «Солдатском вестнике Петроградского военного округа», «Рижском фронте» и других газетах публиковались зарисовки и статьи о героических подвигах донского казака К. Крючкова, зарубившего в одном бою одиннадцать немцев, о пилоте, штабс-капитане П. Нестерове, таранившем вражеский самолет, о «батальонах смерти», «с безумной отвагой идущих на гибель» и так далее.

Другим выявленным аспектом укрепления морального духа русских воинов являлось *воспитание ненависти к врагу*, в первую очередь через показ его зверских деяний по отношению к военнопленным и мирному населению захваченных территорий.

Третьим направлением деятельности российской военной печати была **борьба военной печати за армию в условиях изменения военно-политической обстановки в России**.

В частности, Г. Мясоедов пишет, что особенно эта борьба обострилась в межреволюционный период (март-ноябрь 1917 г.), когда главным фактором противостояния для официальной военной прессы стала социал-

демократическая печать, насчитывавшая к осени 1917 г. 15 военных газет. В них большевики призывали к выходу России из войны, свержению Временного правительства, отказу от наступления, к неповиновению солдат своим командирам, дезертирству, братанию с противником и так далее [12]. Эти темы особенно широко освещались в «Окопной правде», «Солдатской правде» и других газетах, убеждавших читателей, что наступление на нашем фронте дает оружие в руки капиталистов для продолжения кровопролитной бойни, что братание необходимо рассматривать как средство, убивающее войну, и так далее.

Таким образом, до настоящего времени отечественная историография довольно поверхностно рассматривает проблему российской государственной пропаганды в годы Первой мировой войны. Фактически исследования сводятся к отдельным моментам, не раскрывая в целом общую картину.

Литература

1. Болтин Е. Очерки мировой войны 1914-1918 гг. М., 1940. 148 с.
2. Вержковский Д.А. Первая мировая война 1914 – 1918гг. М., 1969. 209 с.
3. История первой мировой войны 1914-1918 гг. В 2 т. / под ред. И.И. Ростунова. М., 1975. 446 с.
4. Головин Н.Н. Россия в Первой мировой войне. М., 2006. 528 с.
5. Писарев Ю.А. Тайны Первой мировой войны. М., 1990. 235 с.
6. Сенявская Е.С. Психология войны в XX в.: исторический опыт России. М., 1999. С. 15.
7. Звонарев К.К. Германская агитация и пропаганда в Первой мировой войне. Киев, 2005. С. 176.
8. Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне // Вопросы истории. 1992. № 11. С. 32.
9. Вальтер Н. Военная пропаганда в Первой мировой войне. М., 2005. С. 275.
10. Уткин А.И. Первая мировая война. М., 2001. С. 178.
11. Зайончковский А.М. Первая мировая война. СПб, 2002. С. 243.
12. Мясоедов Г. Русский лубок конца XIX – начала XX века. М., 1988. С. 243.