



*Март 2015*

Супрыгина Г.Г.

## ДЕТИ ГЕРМАНИИ В ПРИЦЕЛЕ ПРОПАГАНДЫ В ГОДЫ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Первая мировая война рассматривается ныне как первая за историю человечества тотальная война. Она измеряется не только крупными сражениями на фронтах войны, гибелью миллионов солдат. Ее отличие от войн предыдущих столетий состоит в том, что она втянула в жесточайшее противостояние и общества стран, участвовавших в ней. Впервые в этой войне власти Германской империи заговорили о необходимости создать «Hematfront». Аналогом этого термина в русском языке являются понятия «второй фронт», «фронт на родине», «фронт тыла». Военные и гражданские власти Германии стали формировать его с первых дней войны наряду с военным фронтом. Руководство страны на протяжении всех военных лет подчеркивало его особое значение для достижения победы. Мобилизация населения не ограничивалась солдатами, милитаризация распространялась на всех граждан тыла, включая детей. Этот процесс потребовал от властей и привлеченных ими лиц проведения интенсивной пропагандистской работы.

В Германской империи детьми считались девочки и мальчики, не достигшие 14 лет, что совпадало с возрастом окончания общеобразовательной школы. Вместо того, чтобы внушать детям, что войны отвратительны, кровавы и жестоки, пропаганда преподносила их как сферу свершения героического, твердила о цивилизаторской, культуртрегерской задаче немцев. У юношей, подростков и даже детей формировалось милитаристское сознание, внушались ксенофобские, шовинистические установки, прививалась ненависть к противникам Германии. (Стоит, однако, отметить, что подобные задачи выполняли и руководители большинства воюющих стран, как союзников немцев, так и их противников). Одной из главных инстанций, которая выполняла эти задачи, явились общеобразовательные школы и гимназии. Во время войны они повсеместно были перепрофилированы в пропагандистские учреждения. Изучавший эту проблему немецкий ученый Нильс Вальзе отмечает, что в военное время школа Германии окончательно отказалась от задачи воспитания, предназначением которого являлось «формирование у школьника способности самостоятельно мыслить и создавать собственное мнение. Пропаганда, которая вторглась в жизнь детей во время войны, целенаправленно выполняла задачу - заставить человека думать и действовать в духе тех, кто ее проводил» [1]. Посредством пропаганды осуществлялись милитаристская индоктринация и мобилизация детей, которые оказывали воздействие на их образ мышления в течение длительных периодов их жизни.

В самом начале войны министерство культуры почти не вмешивалось в содержание школьного обучения и не давало директив с рекомендациями по приведению учебных планов в соответствие с военным временем, поскольку заблаговременно не выработало проектов такой деятельности. Однако подобная инициатива уже в первые месяцы войны была проявлена на местах многими интеллигентами и деятелями культуры, которых сразу поддержала значительная часть учителей. Преобладающее большинство из них являлись мужчинами и уже в предвоенные годы отличались националистическими и милитаристскими настроениями. Они добровольно, не дожидаясь указаний от чиновников, начали пропагандистскую деятельность среди школьников и студентов, внушая представителям молодого поколения, что Германия ведет *«справедливую оборонительную войну»*. Представители интеллигенции добровольно приступили к разработке программ, нацеленных на подачу всего учебного материала через призму военных событий и потребностей. Лишь в 1916 г. были выработаны административные указания о том, в какой форме война должна обсуждаться в общеобразовательных школах и вузах.

Так, важной задачей занятий по немецкому языку являлось содействие воспитанию подростков и молодых людей «личностями, которые до мозга костей должны быть проникнуты германским началом» [2]. В письменных работах и устных ответах ученики должны были повествовать о великих деяниях германских вождей и полководцев, о *«героической смерти»* своих родственников и о личном собственном вкладе в дело победы Германии в тылу. На уроках математики ученики оперировали данными о миллионах и миллиардах марок, которые необходимо собрать в текущей кампании по выполнению очередного государственного военного займа. Обучение арифметике сопровождалось подсчетом сотен и тысяч военнопленных из стран противников Германии, вычислением в метрах и километрах дальности германских орудий, в граммах и килограммах рациона продуктов, выдаваемых по карточкам. Первый учебник математики, изданный в 1915 г., использовал опыт, накопленный учителями и местными властями в землях империи, увязывал задачи на обучение счету с окопной жизнью солдат. Он предлагал школьникам вычислить, сколько бочек земли емкостью в 1,5 куб. м. понадобится вывезти, чтобы убрать землю, выкопанную бойцами роты при обустройстве окопа, длина которого составляет 150 м., глубина - 1, 1 м., ширина сверху - 1 м., ширина внизу - 0, 6 м.? Другая задачка этого учебника предлагала учащимся высчитать, сколько хлеба в масштабах рейха удастся сэкономить, если каждый немец при трехразовом питании будет отрезать всякий раз кусочек в 6 г.?

Занятия по физкультуре старшеклассников были нацелены на формирование у них ориентации на непременно участие в войне. Уроки начинались с воодушевляющих маршей, затем следовали прыжки через заграждения, соревнования по гребле, отрабатывались продвижение через густой кустарник, захват окопов, бросание гранат и пр. Имитация фронтовой

жизни должна была создать у подростков и юношей представление о ее напряжении и тяготах, а упражнения – содействовать их физическому и духовному закаливанию. Весьма распространенные в Германии классические и народные игры с мячом во время спортивных занятий были переименованы в «военный мяч». Соревнования с «военным мячом» происходили не между группами и классами школьников, а между «немцами» и «австрийцами», с одной стороны, и «французами», «англичанами» и «русскими», - с другой.

Повсеместно в школах были введены обязательные «военные уроки», которые проводились после занятий. На них школьники исполняли патриотические песни, получали информацию о последних военных событиях, слушали сообщения, подготовленные учениками младших классов, декламацию стихов, сочиненных учениками старших классов и пр. Значительное влияние на формирующееся мировоззрение детей оказывали учителя, которые вернулись с фронта в школы из-за ранений или инвалидности. Большинство из них с пафосом трактовали военные события, делали акцент на героических поступках, самоотверженности солдат, умалчивая о трудностях и поражениях. Нередко во многих школах Германии размещались резервисты (порой немолодые), которые прямо на школьных дворах или спортзалах проходили переподготовку перед отправкой на фронт. Такие явления учителя и руководство школы трактовали как пример патриотизма и готовности служить отечеству, призывая школьников к подражанию.

Кроме того учащиеся должны были обязательно посещать праздничные мероприятия, посвященные важным военным победам прошлого и текущего времени. Одним из первых мероприятий такого рода явились общенациональные торжества по поводу первой крупной победы германских вооруженных сил в ходе сражения под Танненбергом между русскими и германскими войсками в Восточной Пруссии 23 – 30 августа 1914 г. Эта победа позиционировалась как реванш за поражение Тевтонского ордена в июле 1410 г. в Грюнвальдской (Танненбергской) битве. В прославлении кайзеровских солдат и особенно «героя Танненберга» генерала фон Гинденбурга участвовали не только взрослые, но и дети. В 1914 г. празднование этой первой крупной победы германских войск перетекло в традиционные торжества по поводу победы прусской армии над французами в битве под Седаном в 1870 г. Ежегодно 16 – 18 октября пышно праздновались дни Битвы народов, которая состоялась в 1813 г. под Лейпцигом. Она положила конец господству наполеоновской Франции в Европе и германских государствах, в том числе. В эти дни дети слышали, что итог битвы означал «торжество германского духа». Также ежегодно с участием детей в национальном масштабе праздновался день рождения кайзера Вильгельма II, который приходился на 27 января. Праздники сопровождалась маршами германских войск, низложениями знамен русской, французской и английской армий, парадами националистических организаций с участием юношей, выступлением военных капелл и певческих

обществ, выступающих с патриотическим репертуаром. В такие дни занятия в школах не проводились.

Дети были свидетелями маршей победоносных германских войск с военными трофеями по центральным проспектам городов, низложение знамен. В Берлине состоялся парад членов националистических союзов с флагами, вечером тысячи жителей собирались к освещенному факелами памятнику победы под Седаном у казарм в старом городе. На его площадях выступали военные капеллы и певческие общества с патриотическим репертуаром. Все это действо происходило под неумолчный звон колоколов [3].

Другим важным приемом пропаганды среди детей являлись детские книжки. В 2014 г. Институтом имени Гёте во Франкфурте-на-Майне была организована выставка к 100-летию Первой мировой войны, посвященная книгам для детей. На ней было отмечено, что представлена только малая часть из имеющегося в Институте собрания изданий для детей, которое насчитывает более 200 тыс. детских книг и журналов. Спецификой этих изданий является то, что страницы этих книг были переполнены фигурками солдат. Издатели выпусков журналов и книг 1914 – 1915 гг. еще не сознавали, что идет первая война индустриального типа. На страницах детских книг маршируют пешие солдаты и мчатся кавалеристы на лошадях, представляющие собой рода войск, которые были традиционны в XIX в. Персонажи этих изданий изображены в гордых, героических позах. Книжки начального периода войны прославляли войну, и в отличие от реальной жизни в них немцы никогда не умирали.

Но когда благодаря кратким побывкам солдат и их полевой почте в семьях и широким слоям населения стала известна печальная реальность на фронтах войны, детская литература ответила на изменение ситуации путем фиксации на феномене героического. Детей отвлекали от образов обезображенных окопной жизнью лиц отцов и родственников, появившихся на улицах немецких городов, убеждая их, что эти люди отважные, самоотверженные защитники отечества от страшных врагов Германии. В публикациях для детей второй половины войны появлялась даже дозированная информация об ужасах войны и смертях солдат на ней, которая должна была мобилизовать не только взрослых, которые держали оборону на «хайматфронте», но и детей. Подростков и даже младших детей призывали идти и «утешать солдат в лазаретах», изготавливать подарки для солдат в окопах. Главные персонажи изданий для детей и юношества обращались к своим читателям с призывами: «Будь храбрым, не плачь!» и «Держись до конца!» [4]. Софи Рормайер, автор статьи «Дети Первой мировой войны», опубликованной во Франкфуртер Рундшау, констатирует, что издатели многих книг, представленных на выставке, не щадили детей и не делали скидки на их возраст, приобщая их к грубой, жестокой правде о реалиях войны [5].

В 1915 г. в Германии усилиями Герберта Рики появился маленький журнал в стихах для детей под заголовком «Ура! Книга о войне с картинками» (Hurra!). Это издание пользовалось большим успехом, распространялось в широкой сети магазинов, в том числе продуктовых, и «Hurra!» хорошо раскупался. Одним из главных героев этой публикации был мальчик по имени «Маленький Вилли», мужественный боец, толстощекий и сильный, который стал чрезвычайно известным персонажем среди маленьких немецких читателей. На страницах «Hurra!» он вначале появлялся как мальчик, который мечтает попасть на войну. Затем журнал показывает, что мечта его реализовалась, в картинках на его страницах маленький Вилли подобно солдату, одет в серую униформу и остроконечную каску, введенную еще в XIX в., основательно вооружен и саблей, и винтовкой, и даже пушкой. Герой детского журнала показан в самых трудных фронтовых ситуациях. Маленький немец вторгается во Францию и яростно сражается там как свирепый воин с врагами Германии. Вилли не знает пощады и в столкновениях с русскими солдатами. В журнале подчеркивается, что он торжествующе смеется, когда убивает русских. Персонаж детского издания предстает в роли супергероя, ставшего популярным еще в эпоху раннего модернизма, в нем нередко просматриваются черты воина древнегерманских саг. Только в одном номере журнала он уничтожает добрую дюжину врагов, топит на своей подводной лодке корабли противников, бросает на них гранаты сверху из дирижабля. Во всех атаках он действует мужественно, патриотично и всегда предстает непобедимым [6]. Война на страницах этого издания представала, как детская игра, которой не надо бояться и можно проявить себя героем. В то же время детские издания с помощью писателей, подобных Рики, выполняли задачу воспитания из немецких детей будущих беспощадных солдат.

Блестящим пропагандистским ходом в обработке детей было использование образов крайне популярной в Германии детской книжки доктора Генриха Гофман-Доннера о Штруввельпетере, которая вышла еще в 1845 г. В Германии она издавалась более 100 раз, была переведена на 40 языков мира, в том числе на русский в 1848 г. (В России имя героя детской книжки стало синонимом слов "неряха", "грязнуля", "растрепанный, неопрятный ребенок"). Автор книги доктор Г. Гофман удостоился со временем даже создания музея его имени во Франкфурте-на Майне [7].

Книжка содержала 10 отдельных нравоучительных историй в стихах с картинками о строптивых мальчиках и девочках, непоседливых и проказливых, которые не хотели себя хорошо вести, совершали самые дерзкие поступки и получали садистские наказания за это. Главным героем этой книжки был Штруввельпетер - мальчик-грязнуля в ярко-красном сюртуке и ядовито-зелёных брючках, с длинными лохматыми волосами и отросшими ногтями. Его имя стало нарицательным в Германии. Многие ученые-педагоги с возмущением отнеслись к этому жанру и считали его явлением «черной педагогики». Однако со временем истории Гофмана

уподобились фольклору, стали любимыми у нескольких поколений немецких детей, которым надоели занудные рассказы про безупречно благонаправленных детей. Стишки давали возможность маленьким читателям посмеяться над проделками героев, убеждая их не совершать шалостей посредством описания несчастных случаев с хулиганами. Дети не воспринимали страшное, поскольку его всегда сопровождало смешное. Гофман помогал еще и родителям ответить на вопрос, какими качествами должны обладать дети, чтобы вырасти достойными людьми, предлагая форму воспитания от обратного [8].

В годы Первой мировой войны эта педагогическая по замыслу автора книжка была использована в Германии (и еще в ряде воюющих стран) в политической и милитаристской пропаганде. Уже в 1914 г. в ответ на изданную в Англии пародию на Вильгельма II, имевшую успех в британском обществе, в Германии автор и иллюстратор Карл Олсцевски в 1915 г. подготовил новую версию детской книжки - «Военного Штруввельпетера». В нем вместо непослушных детей предметом насмешек стали представители стран Антанты в военном облачении, которые наказывались за жестокость, предательство, злобу, подлость в отношении Германии. На страницах книжки представали карикатурные изображения военных противников Германии, которые были узнаваемыми современными персонами и вписаны в происходящие военные события. В различных случаях в роли замызганного Штруввельпетера и его невоспитанных друзей Паулинхен, Цаппельфилипп, Суппенкапар и др., выступили Петер-бомбардировщик, который являлся пародией на короля Сербии I Петра, британский морской офицер Джон-Гук-взлети-на-воздух и итальянец Неугомонный Берро, изображенный в виде подбирающего все к себе крюка, который олицетворял предательство Италии, бывшей союзницы Германии, переметнувшейся к Антанте. «История о злом Николае», который любил мучить зверей, рассказывала о жестоком и вспыльчивом царе Николае II. В «Совсем печальной истории со спичками» французская Марианка играет с огнем, несмотря на предостережения двух котов Минца и Маунца, на одном из которых надет прусский, а на другом – австрийский шлем. В итоге от легкомысленной и непослушной Марианны остается только горсточка пепла. «История о пустышке нейтралитета» повествует о маленьком Альберте, олицетворяющем короля Бельгии Альберта I, который, несмотря на предостережения Германии, во время ее отсутствия связывается с плохими сотоварищами по игре – Марианной и английским Мопсом. За свое непослушание он получает заслуженное суровое наказание от «Большой Берты» (так в Германии называлась самая тяжелая пушка). Неудавшаяся попытка флота Антанты прорваться в районе Дарданелл весной 1915 г. нашла отражение в истории об англичане Джоне-Гуке, взлетевшем на воздух [9]. При посредстве таких книжек с картинками даже трех- четырехлетним детям прививали знания своих и чужих, союзниках/друзьях и противниках/врагах. Дети постарше получали информацию о противоречиях

стран Европы и истоках войны. В этом просвещении военные противники Германской империи представляли крайне вероломными и опасными врагами, для победы над которыми необходимо было использовать любые средства, а все немцы, в том числе и дети, должны быть готовы к самопожертвованию и внесению вклада в победу, как на фронте, так и в тылу. Детские книжки оказывали опосредованное пропагандистское воздействие и на родителей. Поскольку дети не могли самостоятельно разобраться в расстановке сил, сюжетах военных событий, родители должны были вникнуть в текст и пояснить его детям. Таким образом, они и сами получали сведения о положении на фронте, нуждах и потребностях кайзеровских вооруженных сил.

Немалое значение в пропаганде войны играли детские игрушки, изготавливаемые в эту пору. Военная игрушка издавна являлась неизменным атрибутом украшения детских комнат в дворянских и буржуазных семьях Германии и уголков детей в жилищах низших слоев населения. Из поколения в поколение игры в военные сражения являлись наиболее любимой формой досуга. Перед Первой мировой войной Германская империя занимала первое место в мире по производству игрушек, экспортируя около 80 % из них. Во время Первой мировой войны игрушки с военным компонентом в еще большей мере заполнили помещения, предназначенные для детей. Даже самые маленькие, играя ими, получали при помощи родителей, старших детей или воспитателей сведения об армии и войне [10]. В пояснительном тексте выставки в Баден-Баден в сентябре 2014 г., посвященной пропаганде и культуре в Первую мировую войну значилось: « Война не является игрой, но подготовка к ней часто происходит посредством игры» [11]. Сочетание комплекса игрушек и книжек для детей военного времени в домах немцев позволяет говорить о том, что вместе с ними «война пришла в детские комнаты» [12].

Примечательно, что при всеобщем закрытии множества предприятий гражданского назначения, производство игрушек, в абсолютном большинстве военных, не только не упало, но и даже увеличилось. Главными регионами производства игрушек традиционно были и оставались Бавария, Вюртемберг, Саксония и Тюрингия. Так, если в Баварии преобладали небольшие надомные предприятия, то в военные годы появились крупные производства игрушки. В Нюрнберге на предприятии Бинг число занятых в 1914 г. достигло 5 тыс. человек, предприятие было оснащено современной техникой, что было редкостью [13]. Большая часть игрушек производилась вручную, они были искусно изготовлены и стоили дорого. В семьях трудящихся дети получали военную игрушку в основном на Рождество, их берегли и передавали следующим поколениям. Наряду с этим в военные годы было налажено производство недорогих игрушек, как раз благодаря внедрению машин [14]. Игрушки давали представления о форме военнослужащих воюющих стран, родах войск, вооружениях. В первые годы войны в продаже были традиционные игрушки, которые представляли



устаревшую технику. Со временем появились игрушечные изображения, которые давали представления о новейших видах вооружений: танки, самолеты, артиллерия, винтовки, подводные лодки, крейсера и пр. Разнообразные, новые игрушки содействовали тому, что все детские игры в эту эпоху превратились почти исключительно в военные игры. Создатели игрушек позаботились и о том, чтобы новые модели игрушек стали объектом пропаганды не только для мальчиков, но и для девочек. Такие комплекты игрушек как лазарет предусматривали наличие фигурок медицинских сестер, родственниц, которые помогали ухаживать за ранеными. Женские и девичьи персонажи присутствовали к качеству провожающих мужчин на фронт или ожидающих дома и воспитывающих детей. Их целью было воспитание таких типично женских качеств как быть милосердной к защитнику фатерланда, стремление опекать, морально поддерживать солдат, находящихся на фронте, участвовать в воспитании младших братьев и сестер в отсутствие отца.

Милитаризации детского сознания содействовали и участие в многочисленных кампаниях, которые пропагандистами трактовались как помощь тылового фронта - военному. От успеха их проведения, по их утверждению, зависел исход войны. Дети приняли участие в сборе девяти национальных займов германского правительства. Они маршировали по улицам городов и поселков с табличками, призывающими подписаться на очередной внутренний займ государства. Школьники, жертвуя уроками, досугом и отдыхом постоянно участвовали в кампаниях по сбору железа и цветных металлов, бумаги, пищевых отходов, тряпья, кусков резины, костей в связи с блокадой Германии английским флотом и нехваткой сырья. Маленькие немцы, порой преодолевая усталость и голод, под нажимом пропагандистской истерии вносили свой вклад в войну, в благополучный исход которой длительное время многие из них верили.

В то же время длительная пропагандистская обработка, которой они подвергались, обращаясь к ним в доступной форме, внедряла в их сознание ненависть и предрассудки против стран и народов, воевавших против Германии в Первой мировой войне. Плоды этой пропаганды наложили негативный отпечаток на их будущее, подготовили почву для усвоения ими в 1930-е гг. расистских, шовинистических, агрессивных идей национал-социалистов. В результате значительная часть руководителей детских и юношеских организаций, созданных НСДАП, оказалась как раз теми детьми, мировоззрение которых формировалось в годы Первой мировой войны. Они выросли к началу Второй мировой войны, многие из них стали солдатами вермахта и тяжелой поступью пошли по следам бессердечного маленького Вилли.

#### Литература:

1. <http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/36006.html>.

2. <http://erster-weltkrieg.dnb.de/WKI/Web/DE/Navigation/Propaganda-und-Zensur/Propaganda-in-der-Schule/propaganda-in-der-schule.html>.
3. Kellerhof S. F. Heimatfront. Der Untergang der heilen Welt - Deutschland in Ersten Weltkrieg. Quadra: Köln, 2014. S. 100, 173.
4. <http://www.fr-online.de/campus/erster-weltkrieg-kinder-propaganda-fuer-kinder,4491992,26915782.html>
5. Frankfurter Rundschau, 23. April 2014
6. <http://www.dw.de/kein-kinderspiel/a-17862292>
7. [http://gazeta.aif.ru/\\_/online/europe/300/09\\_01](http://gazeta.aif.ru/_/online/europe/300/09_01)
8. [http://gazeta.aif.ru/\\_/online/europe/300/09\\_01](http://gazeta.aif.ru/_/online/europe/300/09_01)
9. <http://www.ubs.sbg.ac.at/sosa/bdm/bdm0314.htm>
10. Der Erste Weltkrieg in 100 Objekten. Hrsg. V. der Stiftung Deutsches Historischen Museum: Stuttgart: Theiss Verlag, 2014. S. 188.
11. [http://www.zum.de/Faecher/G/BW/Landeskunde/rhein/geschichte/zeitgeschichte/wk1/krieg\\_spielen/index.htm](http://www.zum.de/Faecher/G/BW/Landeskunde/rhein/geschichte/zeitgeschichte/wk1/krieg_spielen/index.htm)
12. <http://www.lohr.de/sites/gensite.asp?SID=cms240620152023506299402&Art=06033>
13. <https://trixstadt.de/trix-express-geschichte/1914-nurnberg-die-spielzeugmetropole/>
14. <https://trixstadt.de/trix-express-geschichte/1914-nurnberg-die-spielzeugmetropole/>

**Табакеев Ф.К.**

## **РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ**

В эпоху глобальной конкуренции за человеческий капитал высшее образование становится действенным инструментом реализации стратегических планов различных акторов – от геополитических стратегий государств, стремящихся распространить свое культурное влияние, до университетских сообществ, привлекающих из-за рубежа студенческие и преподавательские кадры для развития собственного научно-образовательного комплекса и рыночной привлекательности. Данный механизм культурного влияния получил название «мягкой силы», предложенного американским исследователем Дж. Наем. Экспорт образования, по мнению многих ученых и политиков, позволяет решить целый спектр вопросов в международных отношениях, в том числе и важных с точки зрения геополитики. Понятие «мягкой силы» резюмировало успешную практику рекрутации «молодых умов» гигантами биполярного мира – США и СССР в послевоенный период. Сегодня Россия продолжает занимать лидирующие позиции, хотя уступает в привлекательности образовательных услуг.

В механизме данного экспорта можно выделить два направления: **Внешний** – деятельность образовательных центров за рубежом, курсов