

## **НЕМЕЦКОЯЗЫЧНАЯ ВОЕННАЯ ПРЕССА НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ В ПЕРИОД ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ**

*Дмитрий Мигун*  
*Минск, Беларусь*

В статье рассматривается роль немецкоязычной военной прессы в Восточной Европе в период Первой мировой войны. Автор на основании недавно опубликованных в Германии электронных документов рассматривает механизмы и способы ведения немецкими военными властями информационной войны на захваченной территории.

*Ключевые слова: Германия, немецкая военная пресса, информационная война*

Научно-технический прогресс конца XIX – начала XX вв. позволил враждующим государствам активно использовать разнообразные приемы с целью информационного воздействия на всех участников конфликта. Развитие журналистики, радио и кино, фотографии и телеграфа, воздухоплавания и типографических технологий – все было положено в основу создания необходимого информационного пространства. Фактически, время Первой мировой войны можно считать отправной точкой информационных войн, когда все виды информации, от акустической до графической были брошены для достижения победы.

Говоря о формирующихся механизмах информационной войны в 1914–1918 гг. можно провести четкую градацию основных средств информационного воздействия. Вся работа агитационно-пропагандистской машины может быть разделена на два основных направления: информационное воздействие на общественность иностранных государств и работу по созданию информационного поля внутри своей страны. Каждое из этих

направлений в свою очередь можно разделить на ряд векторов. Первое, связано с созданием необходимого информационного пространства в нейтральных странах и странах союзниках и работе по информационному воздействию на сознание противника. Работа внутри собственного государства была направлена на информирование тыловых территорий и работу с фронтом.

К началу Первой мировой войны ведущие европейские державы находились в разной степени готовности к противостоянию в области информационного пространства. Наибольших успехов в первые годы войны в этой области достигли западные союзники по Антанте, и в первую очередь, англичане. Это выражалось как в численных показателях распространяемой информации против Германии и Австрии, так и в тонкой работе психологов, привлеченных к информационной войне. Еще на кануне начала войны, англичанам удалось просчитать психологический настрой солдат противника и слабые стороны германской контрпропаганды. Подводя итоги войны и анализируя механизмы военной пропаганды, выдающийся немецкий разведчик, начальник Разведывательного управления германского верховного командования, Вальтер Николаи отмечал, что «всякая пропаганда должна быть доступной для массы; ее уровень должен исходить из меры понимания, свойственной самым отсталым индивидуумам из числа тех, на кого она хочет воздействовать. Чем к большему количеству людей обращается пропаганда, тем элементарнее должен быть ее идейный уровень. А раз дело идет о пропаганде во время войны, в которую втянут буквально весь народ, то ясно, что пропаганда должна быть максимально проста... Искусство военной пропаганды заключается в том, чтобы правильно понять чувственный мир широкой массы; только это дает возможность в психологически понятной форме сделать доступной массам ту или другую идею... Восприимчивость массы очень ограничена, круг ее понимания узок, зато забывчивость очень велика. Уже по одному этому всякая пропаганда, если она хочет быть успешной, должна ограничиваться лишь немногими пунктами и излагать эти пункты кратко, ясно, понятно, в форме легко запоминаемых лозунгов, повторяя все это до тех пор, пока уже не может быть никакого сомнения в том, что и самый отсталый из слушателей наверняка усвоил то, что мы хотели. Как только мы откажемся от этого принципа и попытаемся сделать нашу пропаганду многосторонней, влияние ее сейчас же начнет рассеиваться, ибо широкая масса не в состоянии будет ни переварить, ни запомнить весь материал. Тем самым результат будет ослаблен, а может быть, и вовсе потерян». Далее автор совершенно объективно оценивает промахи и слабые стороны агитационной работы. «Было совершенно неправильно, что германская и австрийская военная пропаганда в юмористических листках все время пыталась представлять противника в смешном виде. Это было неправильно потому, что при первой же встрече с реальным противником наш солдат получал совершенно иное представление о нем, чем это рисовалось в прессе. В результате получался громадный вред. Солдат наш чувствовал себя обманутым, он переставал верить и во всем остальном нашей печати. Ему начинало казаться, что печать обманывает его во всем. Конечно, это никак не могло укреплять волю к борьбе и закалять нашего солдата. Напротив, солдат наш впадал в отчаяние. Военная пропаганда англичан и американцев, напротив, была с психологической точки зрения совершенно правильной. Англичане и американцы рисовали немцев в виде варваров и гуннов; этим они подготовляли своего солдата к любым ужасам войны. Английский солдат, благодаря этому, никогда не чувствовал себя обманутым своей прессой. У нас же дело обстояло как раз наоборот. В конце концов, наш солдат стал считать, что вся наша печать – «сплошной обман». Вот каков был результат того, что дело пропаганды отдали в руки ослов или просто «способных малых», не поняв, что на такую работу надо было поставить самых гениальных знатоков человеческой психологии» [1].

Военная германская периодическая печать Первой мировой войны конечно, же имела пропагандистский характер. Любопытно то, что во время Первой мировой войны практически все немецкие армии издавали военные газеты.

В преддверие 100-летия начала Первой мировой войны на сайте университетской электронной библиотеки г. Гейдельберга (ФРГ) были выложены в свободный доступ 177

оцифрованных номера “Газеты 10-й немецкой армии” [2]. Данная газета выходила в оккупированном немецкими войсками г. Вильно в период с 9 декабря 1915 г. по 7 декабря 1916 г. Кроме того, в дополнение издавались 2 приложения «Scheinwerfer» и «Liebesgabe zur Zeitung der X Armee». В приложениях помещалась информация об истории и культуре захваченных территорий и народов.

Так как газета выходила на немецком языке, то понятно, что основными ее читателями были немецкие военнослужащие. Но, конечно же, ее могли читать и гражданские лица. Для современного немецкого и отечественного исследователя данный источник представляет невообразимую ценность.

Передовица в первом номере газеты была озаглавлена «Что мы хотим?». От имени редакции там говорилось, что данное издание было создано в стенах города Вильно. Данное издание даст солдатам радость обучение и наставление [3]. Внимательное изучение материала, напечатанного на страницах данного издания, показывает, что данная газета служила мощным пропагандистским средством на Восточном фронте.

В каждом номере газеты приводятся подробные новости с Германии, Австрии, военных фронтов, дается анализ местных событий, расписание богослужений и наблюдения над погодой. Любопытно, что на последней странице встречаются стихи, шарады, загадки для солдат. Иногда проскальзывают сообщения о театральных постановках в местном немецком городском театре.

Искажение информации и изображение высокого уровня патриотизма солдатской массы и гражданского населения в условиях затянувшейся войны и ухудшающейся экономической ситуации, было характерной чертой немецкой военной прессы. Назначенный незадолго до начала войны руководителем германской пропаганды за рубежом М. Эрцбергер отмечал, что «Ежедневные военные сводки были наполнены сообщениями исключительно о германских победах. Такие ложные по существу донесения, были одинаково опасны и внутри и вне страны. Германская общественность справедливо спрашивала, почему же нет мира, когда каждый день одерживают победы? Цензура не разрешала писать о страданиях немецкого народа от недоедания и голода. Немецкие врачи и ученые должны были писать и писали, что для немца очень полезно и здорово, если он ест меньше, чем до войны. Составлялись обширные статистические таблицы минимума того, чем может прожить человек. Этим хотели доказать за границей, что запасы жизненных средств и предметов первой необходимости в Германии настолько велики, что она никогда не сможет погибнуть из-за их недостатка. Но сторонники такого метода пропаганды не подумали, что за границей легко можно было узнать немецкое меню, немецкие пайки, что в нейтральные страны выезжало много немцев, говоривших в отелях: «наконец-то можно поесть, как следует!» [4]. Подобная пропаганда, предназначенная для иностранных, держав практически не имела значения, в то время как, озвученная внутри страны, она вызвала всевозрастающую волну народного недовольства. Порой спокойное признание наличия сложной ситуации руководителями страны, может не только выбить почву из под ног идеологических противников, но и в некой мере сплотить нацию вокруг общей проблемы. В противном же случае психологический фактор разочарования народных масс может привести к необратимым последствиям.

В № 3 и 4 от 14 и 16 декабря описывается посещение кайзером Вильгельмом II Вильно [5]. В статье от 14 декабря говорится о параде, посещении госпиталя и награждениях отличившихся. Далее в статье от 16 декабря очень подробно описывается посещение кайзером небольшой немецкой церкви и торжественное богослужение по этому случаю.

Любопытно, что в № 6 и 7 от 20 и 22 декабря 1915 г. была помещена статья некоего Макса Риттмейера «Кое что об исламе» [6]. Как говорится в начале статьи это было вызвано необходимостью ознакомления военнослужащих 10-й немецкой армии с особенностями ислама на территории Османской империи — союзника Германии (брата

по оружию) в первой мировой войне. В статье очень подробно говорится о пророке Мухаммеде, об обычаях и обрядах ислама.

1. ЛитМир - Электронная Библиотека [Электронный ресурс] / Николай Вальтер. Тайные силы: Интернациональный шпионаж и борьба с ним во время мировой войны и в настоящее время. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=187995&p=1>. – Дата доступа: 23.10.2018.
2. Zeitung der 10. Armee [Электронный ресурс] / Universitätsbibliothek Heidelberg. – Режим доступа: <https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/feldztg10armee1915bis1916/1583/image>. – Дата доступа: 21.09.2018.
3. Was wir wollen? // Zeitung der 10. Armee. - 1915. - 9 Dez. - S.1.
4. ЛитМир - Электронная Библиотека [Электронный ресурс] / Звонарев Константин Кириллович Агентурная разведка. Книга вторая. Германская агентурная разведка до и во время войны 1914-1918 гг. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=567963&p=1>. – Дата доступа: 23.10.2018.
5. Der Kaiser in Wilna // Zeitung der 10. Armee. - 1915. – 14. 16 Dez. - S.1.
6. Etwas über den Islam // Zeitung der 10. Armee. - 1915. – 20. 22 Dez. - S.1.