

Copyright © 2021 by Cherkas Global University  
 Copyright © 2021 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  
 2021. 16(3): 1527-1532  
 DOI: 10.13187/bg.2021.3.1527  
 Journal homepage: <http://ejournal52.com>



## To the Issue of Some Technical Means of Propaganda during the First World War

Timur A. Magsumov <sup>a, b, c, \*</sup>, Teymur E. Zulfugarzade <sup>d</sup>, Mikhail B. Kolotkov <sup>e</sup>, Sergei B. Zinkovskii <sup>f</sup>

<sup>a</sup> Cherkas Global University (International Network Center for Fundamental and Applied Research), Washington, USA

<sup>b</sup> Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

<sup>c</sup> Naberezhnye Chelny State Pedagogical University, Naberezhnye Chelny, Russian Federation

<sup>d</sup> Russian Economic University named after G.V. Plekhanov, Moscow, Russian Federation

<sup>e</sup> Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation

<sup>f</sup> Peoples' Friendship University of Russia (RUDN-University), Moscow, Russian Federation

### Abstract

The article discusses the technical means of propaganda during the First World War. The attention is paid to the French, German, British and American experience in delivering propaganda literature to the enemy's territory.

There was used as sources the specialized literature on the history of military propaganda during the First World War.

In methodological terms, the principles of objectivity and consistency were applied: the first allowed us to impartially consider the sources on the research topic, the second made it possible to analyze the technical means of delivering propaganda literature from different countries participating in the conflict.

Summing up, the authors come to the conclusion that during the First World War, the propagandists of the opposing sides relied on the fact that the leaflets caused minimal rejection from the enemy. To this end, the propagandists refused to deliver leaflets using artillery ammunition (since artillery shelling had a negative psychological effect on the enemy) and after several alternative attempts (scattering leaflets with a tailwind from an observation tethered balloon, as well as a kite), they opted for a specially designed unmanned balloon, the range of which could reach 200 kilometers deep into enemy territory with a tailwind. Such a range of action was quite sufficient for psychological impact not only on the fortified areas of the front line, but also the concentration camps and the population located in the rear.

**Keywords:** World War I, propaganda, technical means, experience, opposing sides, leaflets.

### 1. Введение

В истории Первой мировой войны было использовано много принципиально новых технических решений. К таковым можно отнести вооружение аэропланов, использование первых прототипов авианосцев, танков, ракет и т.д. Произошли существенные изменения и в деле организации психологической войны. В данной работе мы хотели бы рассмотреть эволюцию технических средств доставки пропагандистской литературы на территорию противника, обратить внимание на характерные особенности ведения пропагандистских мероприятий.

### 2. Материалы и методы

В качестве источников была использована специализированная литература по истории военной пропаганды в годы Первой мировой войны.

\* Corresponding author

E-mail addresses: [nabonid1@yandex.ru](mailto:nabonid1@yandex.ru) (T.A. Magsumov)

В методологическом плане применялись принципы объективности и системности: первый – позволил беспристрастно рассмотреть источники по теме исследования, второй – дал возможность проанализировать технические средства доставки пропагандистской литературы разных стран-участниц конфликта.

### 3. Обсуждение

Историография по теме нашего исследования начала формироваться еще в период Первой мировой войны, что обуславливалось необходимостью изучения накопленного опыта. В качестве примера можно назвать работу В. Денисова «Война и лубок» (Денисов, 1916). Одним из первых фундаментальных трудов была «Техника пропаганды в мировой войне» Г. Ласваля (Ласваль, 1929), которая была издана в Лондоне, а впоследствии переведена и издана в Москве.

Из современных – заслуживает внимание работа А.Б. Асташова «Пропаганда на русском фронте в годы Первой мировой войны» (Асташов, 2012). Автор уделил внимание пропаганде на Восточном фронте и снабдил свой труд значительным количеством листовок, ориентированных на разные социальные и национальные группы людей.

М.В. Обьедков посвятил свою работу русской пропаганде в США (Обьедков, 2015), а И.Ю. Слесарев – французской пропаганде в США (Слесарев, 2020). Пропаганда и цензура в журналистике США стали объектом исследования А.К. Малаховского (Малаховский, 2014). Германской пропаганде в период Первой мировой войны уделил внимание К.К. Звонарев (Звонарев, 2005).

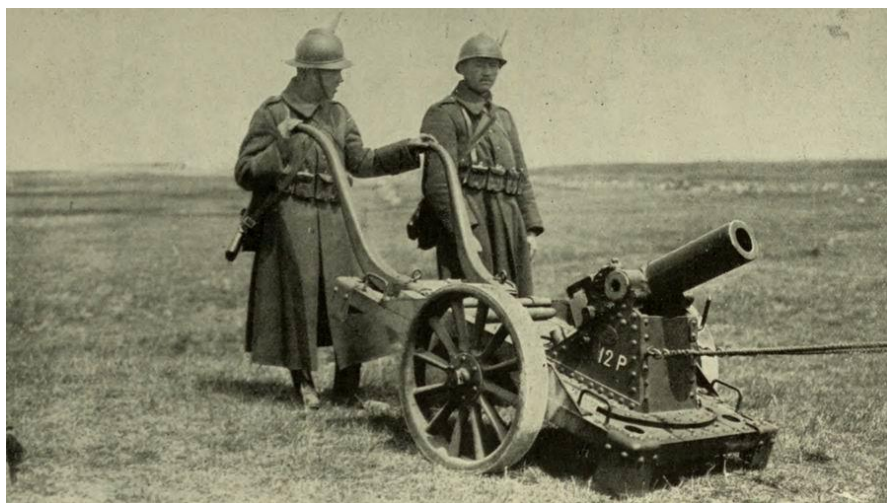
В последние годы часто в качестве источников для научных исследований выступали журналы и газеты военной поры. Так, Л.Г. Полякова на примере журнала «Огонек» рассмотрела карикатуру как жанр военной пропаганды (Polyakova, 2016), а жанр политической карикатуры в периодических изданиях Донской области был исследован в работе М.В. Братолобовой и В.П. Трута (Bratolyubova, Trut, 2017).

Резюмируя, можно отметить, что в современный период ученые рассматривают широкий спектр механизмов, которыми в период Первой мировой войны пропагандисты пытались оказать влияние на население и вооруженные силы противоборствующих сторон.

### 4. Результаты

На фронте листовочная пропаганда имела важное значение. При этом принцип работы листовки заключался в том, чтобы как можно шире охватить не концентрацию войск противника, а солдат-одиночек. Пропагандистами учитывалось, что группа солдат противника обычно воспринимает листовку в качестве шутки, в то время как часовой, прочтя ее от скуки, возможно придет к заключению, что в тексте есть здравый смысл. Если листовка сможет посеять сомнение в мыслях солдата, то работа пропаганды выполнена как минимум на 50 %.

В годы Первой мировой войны противоборствующие страны широко применяли для доставки листовок неприятелю траншейные мортиры. Идея была довольно проста: сделать боеприпас небольшой разрывной силы, который, долетев до укрепленных позиций неприятеля, должен был высыпать на противника дождь из листовок. Однако отношение к мортирам и их боеприпасам в пехотных подразделениях всех армиях было негативным, так как массированные артиллерийские обстрелы, особенно из тяжелых орудий, были настоящим кошмаром для пехоты. В связи с этим все, что было связано с артиллерией, а точнее с артиллерийским огнем, вызывали в войсках неприятие и отторжение.



**Рис. 1.** Траншейная мортира, которая использовалась, в том числе для доставки агитационных боеприпасов

В связи с этим достаточно скоро роль распространителя агитационной информации была возложена на другое средство – на аэроплан. В условиях Второй мировой войны об этом опыте уже не будут вспоминать и агитационные боеприпасы будут доставляться противнику при помощи всех доступных способов, включая тяжелую артиллерию и бомбы (Nikitin, 2020: 46-47). С одной стороны, здесь было весьма кстати, что от момента сброса листовки из аэроплана до падения ее на землю должно пройти какое-то время. Пропагандисты полагали, что будет достигнут гораздо больший эффект, если листовка влетит в окоп неизвестно откуда, чем, когда ее принесет траншейная бомба. Однако, наряду с большими плюсами от применения листовки при помощи аэроплана (например, радиус покрытия), были и минусы. Аэроплан на фронте выполнял массу функций: участвовал в бомбардировках, корректировал стрельбу артиллерии, выполнял разведывательные задания и др. Его использование для распространения листовок ставилось под сомнение, так как аэроплан был весьма ценен, а роль пропаганды в Первой мировой войне вызывала вопросы.

Следующая попытка распространения листовок была возложена на наблюдательные воздушные шары. Идея была достаточно проста: офицеру-наблюдателю на привязном аэростате выдавались листовки и в момент, когда ветер дует в сторону неприятеля, их нужно было разбросать. Однако офицер-наблюдатель имел достаточно большой собственный функционал и от этой идеи пришлось также отказаться.

Весьма остроумным решением было использование для распространения листовок воздушного змея. Он запускался при ветре в сторону неприятеля, а вместе с ним – и приспособление с пакетом листовок. Приспособление снабжалось специальным клапаном, который срабатывал на определенной высоте, выпускал листовки, а после этого садился на землю для принятия новой партии листовок.

С развитием метеорологической службы в конце 1916 г. свободный воздушный шар был избран эффективным средством распространения листовок. Дело в том, что метеорологи могли четко спрогнозировать в каком месте будет воздушный шар через два часа при таком-то направлении ветра и его силе. На этом основании пропагандисты считали, что если шар при данном ветре может достигнуть концентрационного лагеря для военнопленных, то и необходимо использовать листовки соответствующего содержания.

Воздушные шары для нужд армейской пропаганды изготавливались из бумаги, которая пропитывалась специальным составом, делавшим ее непроницаемой для водорода. Первый опыт принадлежал французской армии, именно в ее составе были созданы такие пропагандистские подразделения (секции). Каждое из них имело офицера и несколько солдат, в его распоряжении находилось несколько 3-тонных грузовиков, на которых перевозились цилиндры с водородом, шары и листовки (Ласваль, 1929: 156). Всего союзниками было выпущено около 48 тыс. таких воздушных шаров. Места дислокации подразделений выбирались так, чтобы с них можно было достигнуть желаемой цели при попутном ветре с севера, запада и юга.



**Рис. 2 и 3.** Пропагандисты во время подготовки воздушного шара к запуску

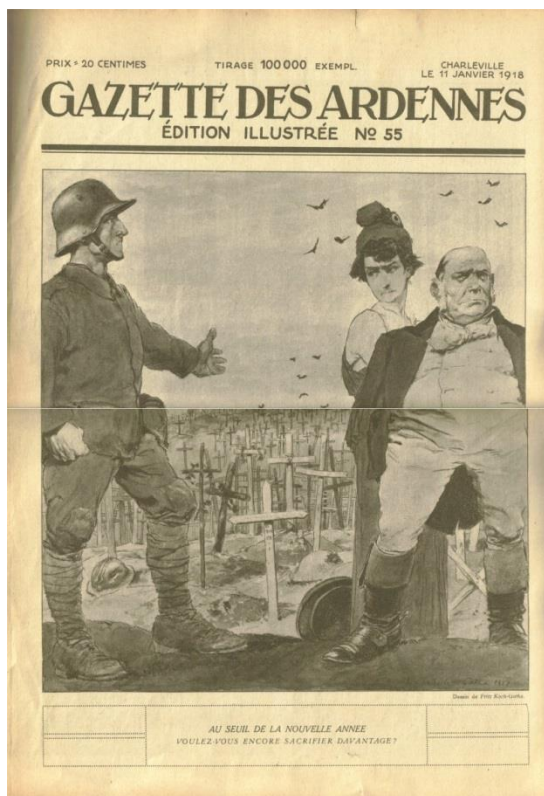
Распространение листовок при помощи воздушного шара решалось благодаря весьма простому и оригинальному «способу привязывания». Для этой цели использовался длинный шнур тканного

трута, который применялся для закуривания и продавался в любом табачном магазине. Один конец этого трута закреплялся к воздушному шару. Затем листовки нанизывались на нитки, которые обычно использовались для сшивания канцелярских книг, и кончик каждой нитки пропущался через фитиль на определенном расстоянии от его свободного конца. Период горения заранее устанавливался опытным путем, к примеру, оно равнялось одному дюйму в 5 минут. Если шар оказывался над местом назначения через 40 минут, то нитки должны были быть пропущены через фитиль на незначительных промежутках одна от другой, на расстоянии 6–10 дюймов от конца фитиля. При запуске воздушного шара свободный конец фитиля зажигался о закуренную папиросу (Ласваль, 1929: 156).

По иронии судьбы летом и осенью 1918 г. погода благоприятствовала французским пропагандистам, так как ветер дул почти все время в сторону Германии с запада на восток, благодаря этому французская военная пропаганда достигла наибольших масштабов. Пропагандистские материалы распространялись при помощи воздушных шаров до 200 км в глубь территории противника. Уже в августе 1918 г. расход листовок превышал 10 тыс. в день, а их производство в месяц достигло 4–5 млн (Ласваль, 1929: 156). Однако нужно понимать, что это были далеко не все способы доставки листовок. Так, например, в конце войны Франция использовала голубей для доставки листовок на территорию Германии (Giron-Gonzalez, 2020: 38-43).

В результате союзники по Антанте гораздо эффективнее использовали военную пропаганду в период конфликта, нежели Германия.

Тем не менее и Германия занималась этими вопросами весьма активно. Одним из наиболее ее блестящих успехов был выпуск «Gasette des Ardennes» (рис. 4). Газета издавалась немецкими пропагандистами на французском языке с ноября 1914 по ноябрь 1918 гг. и распространялась не только на оккупированных территориях северной Франции и Бельгии, но и на франкоязычных территориях нейтральных стран. Газета была настолько популярна, что смогла не только выйти на самофинансирование, но и получить прибыль. Ее тираж в 1917–1918 г. составлял 175 тыс. экземпляров.



**Рис. 4.** Германское пропагандистское издание «Gasette des Ardennes»

Что касается успешности пропаганды, то она сильно зависит от применения средств при благоприятных условиях. В качестве средств здесь выступает то, чем располагает пропагандист, а условий – то, к чему он должен приспособиться. Игнорирование этих факторов может привести к необратимым последствиям – к дискредитации военной пропаганды. Исследователь А.А. Черкасов в работе «The Use of Leaflets as a Propagandist's Weapon in the 20th century» приводил примеры несвоевременного применения советской военной пропаганды в период германского вторжения 1941 г. (Cherkasov, 2021: 54-55). Иными словами, пропагандист может и должен видоизменять

организацию своей деятельности, изменять течение внушаемых им мыслей и заменять один способ распространения информации другим, но при этом непременно должен учитывать объективные факторы международной жизни и общее настроение (Ласваль, 1929: 158). Как правило, работа пропагандиста была творческой и он как специалист должен был обладать определенной свободой действия. Г. Ласваль писал, что «самый практичный метод для пропагандиста заключался в том, чтобы выработать в себе привычку мысленно отождествлять себя с теми, на кого он хочет повлиять, и исследовать все возможные подходы к тому, чтобы завладеть их вниманием» (Ласваль, 1929: 152).

#### 4. Заключение

Подводя итоги, можно резюмировать, что в период Первой мировой войны пропагандисты противоборствующих сторон сделали ставку на то, чтобы листовки вызывали минимальное отторжение у противника. С этой целью пропагандисты отказались от доставки листовок при помощи артиллерийских боеприпасов (так как артиллерийский обстрел оказывал негативное психологическое воздействие на противника) и после нескольких альтернативных попыток (разбрасывания листовок при попутном ветре с наблюдательного привязного воздушного шара, а также воздушного змея) остановили свой выбор на специально сконструированном беспилотном воздушном шаре. Радиус действия такого воздушного шара при попутном ветре мог достигать 200 километров в глубь территории противника, что было вполне достаточным для психологического воздействия не только на укрепленные фронтовой полосы, но и находящиеся в тылу концентрационные лагеря и население.

#### Литература

- Звонарев, 2005 – Звонарев К.К. Германская агитация и пропаганда в Первой мировой войне. Киев, 2005.
- Малаховский, 2014 – Малаховский А.К. Пропаганда и цензура в журналистике США в годы Первой мировой войны: от нейтралитета к патриотизму // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Литературоведение. Журналистика»*. 2014. № 2. С. 116-123.
- Объедков, 2015 – Объедков И.В. Русская военная пропаганда в США в годы Первой мировой войны // *Вопросы истории*. 2015. № 3. С. 91-109.
- Слесарев, 2020 – Слесарев И.Ю. Французская пропаганда в США в годы Первой мировой войны // *Вестник Московского университета. Серия 8 «История»*. 2020. № 1. С. 95-110.
- Асташов, 2012 – Асташов А.Б. Пропаганда на русском фронте в годы Первой мировой войны. М., 2012.
- Денисов, 1916 – Денисов В. Война и лубок. Петроград, 1916.
- Ласваль, 1929 – Ласваль Г. Техника пропаганды в мировой войне. М.-Л., 1929.
- Nikitin, 2020 – Nikitin S.N. Propaganda Ammunition (Based on the Experience of World War I and World War II). // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2020. 7(1): 44-48.
- Cherkasov, 2021 – Cherkasov A.A. The Use of Leaflets as a Propagandist's Weapon in the 20th century // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2021. 8(1): 52-56.
- Giron-Gonzalez, 2020 – Giron-Gonzalez J.M. Messenger Pigeons as a Propagandist's Weapon (the Case of World War I) // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2020. 7(1): 38-43.
- Polyakova, 2016 – Polyakova L.G. Caricature as a type of propaganda during World War I (as illustrated by materials published in the Ogoniok magazine) // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2016. 5(1): 12-29.
- Bratolyubova, Trut, 2017 – Bratolyubova M.V., Trut V.P. Political Caricature during World War I (based on the Examples of Positive Visualization of the "Friends" and Negative Visualization of the "Foes" in the Don Periodical Press Satirical Cartoons) // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2017. 4(1): 4-16.

#### References

- Astashov, 2012 – Astashov, A.B. (2012). Propaganda na russkom fronte v gody Pervoi mirovoi voyny [Propaganda on the Russian front during the First World War.]. M. [in Russian]
- Bratolyubova, Trut, 2017 – Bratolyubova, M.V., Trut, V.P. (2017). Political Caricature during World War I (based on the Examples of Positive Visualization of the "Friends" and Negative Visualization of the "Foes" in the Don Periodical Press Satirical Cartoons). *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 4(1): 4-16.
- Cherkasov, 2021 – Cherkasov, A.A. (2021). The Use of Leaflets as a Propagandist's Weapon in the 20th century. *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 8(1): 52-56.
- Denisov, 1916 – Denisov, V. (1916). Voina i lubok [War and popular print]. Petrograd. [in Russian]
- Giron-Gonzalez, 2020 – Giron-Gonzalez, J.M. (2020). Messenger Pigeons as a Propagandist's Weapon (the Case of World War I). *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 7(1): 38-43.
- Lasval', 1929 – Lasval', G. (1929). Tekhnika propagandy v mirovoi voine [Propaganda technique in World War]. M.-L. [in Russian]
- Malakhovskii, 2014 – Malakhovskii, A.K. (2014). Propaganda i tsenzura v zhurnalistike SShA v gody Pervoi mirovoi voiny: ot neitraliteta k patriotizmu [Propaganda and censorship in US journalism during the

First World War: from neutrality to patriotism]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya «Literaturovedenie. Zhurnalistika»*. 2: 116-123. [in Russian]

Nikitin, 2020 – Nikitin, S.N. (2020). Propaganda Ammunition (Based on the Experience of World War I and World War II). *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 7(1): 44-48.

Ob"edkov, 2015 – Ob"edkov, I.V. (2015). Russkaya voennaya propaganda v SShA v gody Pervoi mirovoi voyny [Russian military propaganda in the United States during the First World War]. *Voprosy istorii*. 3: 91-109. [in Russian]

Polyakova, 2016 – Polyakova, L.G. (2016). Caricature as a type of propaganda during World War I (as illustrated by materials published in the Ogoniok magazine). *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 5(1): 12-29.

Slesarev, 2020 – Slesarev, I.Yu. (2020). Frantsuzskaya propaganda v SShA v gody Pervoi mirovoi voyny [French propaganda in the United States during the First World War]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 8 «Istoriya»*. 1: 95-110. [in Russian]

Zvonarev, 2005 – Zvonarev, K.K. (2005). Germanskaya agitatsiya i propaganda v Pervoi mirovoi voine [German agitation and propaganda in the First World War]. Kiev. [in Russian]

### К вопросу о некоторых технических средствах пропаганды в годы Первой мировой войны

Тимур Альбертович Магсумов <sup>a, b, c, \*</sup>, Теймур Эльдарович Зульфугарзаде <sup>d</sup>  
Михаил Борисович Колотков <sup>e</sup>, Сергей Борисович Зинковский <sup>f</sup>

<sup>a</sup> Черкас глобальный университет (Международный сетевой центр фундаментальных и прикладных исследований), Вашингтон, США

<sup>b</sup> Волгоградский государственный университет, Волгоград, Российская Федерация

<sup>c</sup> Набережночелнинский государственный педагогический университет, Набережные Челны, Российская Федерация

<sup>d</sup> Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Российская Федерация

<sup>e</sup> Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Российская Федерация

<sup>f</sup> Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассматриваются технические средства пропаганды в годы Первой мировой войны. Уделено внимание французскому, немецкому, британскому и американскому опыту в деле доставки пропагандистской литературы на территорию неприятеля.

В качестве источников была использована специализированная литература по истории военной пропаганды в годы Первой мировой войны.

В методологическом плане применялись принципы объективности и системности: первый – позволил беспристрастно рассмотреть источники по теме исследования, второй – дал возможность проанализировать технические средства доставки пропагандистской литературы разных стран-участниц конфликта.

Подводя итоги, авторы приходят к выводу, что в период Первой мировой войны пропагандисты противоборствующих сторон сделали ставку на то, чтобы листовки вызвали минимальное отторжение у противника. С этой целью пропагандисты отказались от доставки листовок при помощи артиллерийских боеприпасов (так как артиллерийский обстрел оказывал негативное психологическое воздействие на противника) и после нескольких альтернативных попыток (разбрасывания листовок при попутном ветре с наблюдательного привязного воздушного шара, а также воздушного змея) остановили свой выбор на специально сконструированном беспилотном воздушном шаре, радиус действия которого при попутном ветре мог достигать 200 километров в глубь территории противника. Такой радиус действия был вполне достаточен для психологического воздействия не только на укрепленные фронтовой полосы, но и находящиеся в тылу концентрационные лагеря и население.

**Ключевые слова:** Первая мировая война, пропаганда, технические средства, опыт, противоборствующие стороны, листовки.

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [nabonid1@yandex.ru](mailto:nabonid1@yandex.ru) (Т.А. Магсумов)