

ків вони виділили такі: читання літератури (16 %), сама дитина (2 %), школа та уроки мови й літератури (2 %). При чому, деякі зауважили, що особистість дитини інколи ніяк не формується, адже за буденними справами в батьків бракує часу на виховання (4 %), не знають яким чином можна змінити ситуацію (12 %), що свідчить про наявність у сучасному суспільстві дисбалансу між матеріальним та духовним, де інколи фізичні потреби переважають над потребами в духовному розвитку. Мабуть, тому й мова, як духовний дар, стає у власному Домі Буття «фактором відчуження».

Проведені дослідження констатують, що у двомовному суспільстві існує проблема в розумінні «рідної мови» та «материнської мови», а також неоднозначне сприйняття мовцями цих понять. Мовне середовище сім'ї не закладає основи для гармонійного розвитку та формування мовної особистості дитини, виникають складнощі у вихованні.

БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Бацевич Ф. Рідна мова: диференційні ознаки, функції в суспільстві / Ф. Бацевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної. – 2008. – Вип. 3. – С. 96–104.
2. Федоренко В. Рідна мова – Божа благодать / В. Федоренко // Дивослово. – 2009. – № 2. – С. 2-6.
3. Маєвська Л. Національно зорієнтована соціалізація особистості засобами рідної мови [Електронний ресурс] / Л. Маєвська // Режим доступу: http://eprints.zu.edu.ua/4356/1/Маєвська_Л._М.pdf.

Лахтар О.,
аспірант

ПРОПАГАНДА – ЗБРОЯ МАСОВОГО ЗНИЩЕННЯ (ПЕРІОД ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)

Статтю присвячено визначенню ролі пропаганди під час Першої Світової війни. Зокрема, прослідковано як ефективно налаштована пропагандистська машина країн, що входили до складу Антанти фактично сприяла знищенню ворога.

Ключові слова: військова пропаганда, психологічний вплив, «агітаційні снаряди».

Формування потужного пропагандистського арсеналу під час розгортання війн та збройних конфліктів є наслідком досвіду Першої Світової війни. Утвердження пропаганди як особливого виду зброї, здатного знищити ворога сталося саме в цей період.

Відомо, що психологічний вплив на ворога використовувався ще в давні часи, але систематичне використання пропаганди як ефективною зброєю набуло поширення саме у часи Першої Світової. Уряди воюючих країн визнали необхідність створення спеціального апарату для ведення пропаганди серед ворожих військ та мирного населення, а також здійснення впливу на населення нейтральних країн.

Найбільших успіхів в цій діяльності, за оцінками дослідників, досягла Великобританія. Як зазначає відомий німецький розвідник, голова Генштабу розвідки та контррозвідки (1914-1918 рр.), Вальтер Ніколаї: «...у 1914 році англійці мали найбільший у світі штат професійних журналістів, агітаторів та пропагандистів, велику кількість добре оснащених типографій та пресу...». [1] Німеччина, за даними Рудольфа Зульцмана, спеціаліста з історії пропаганди, була взагалі вражена цією зброєю, так як, за світоглядом німців конфлікти повинні були вирішуватись

лише військовою силою. [2] Це стало основним чинником абсолютної перемоги та домінування анти-кайзерівської пропаганди союзників у війні.

Так як радіо в ті часи не використовувалось для загальнодоступного мовлення, основним інструментом здійснення пропаганди став друкований матеріал: листівки, карикатури, брошури, статті, газети тощо. Як пише Зульцман, пропаганда проти Німеччини здійснювалась за допомогою мільйонів листівок, які скидалися з літаків та повітряних куль (які були особливо ефективні – дешевий транспорт, який переносив до 2 кілограмів друкованого матеріалу на велику відстань). У жовтні 1918 року тільки в Англії було надруковано 5 мільйонів 360 тисяч листівок. Для їх доставки на фронт виділяли окремі авіаційні ескадрильї та, навіть, виготовляли спеціальні «агітаційні снаряди» для артилерії, «агітаційні гранати» та «агітаційні міни». Загалом, ці листівки були різноплановими за змістом. По-перше, це були листи полонених німців своїм родичам, в яких розповідалось про гарні та зручні умови життя у ворожому полоні. Перевага віддавалась листам рядових солдат, в яких вони описували своє буденне життя, побажання та спостереження. По-друге, дуже часто використовувалась заборонена для ворога література: полоненим давали читати праці та твори, які були недоступні для них на Батьківщині. Наприклад, німецьким полоненим пропонувались статті та праці соціалістів Карла Лібкнехта, Рози Люксембург тощо. Більше того, деякі брошури містили статті, в яких відповідальність за всі жахи війни лежала на Німеччині та кайзерівському уряді. Пізніше, ця інформація знаходила своє відображення у листах полонених своїм сім'ям в Німеччину. Такий метод поширення пропаганди, за оцінкою російського історика Звонарьова, мав величезний успіх, особливо у Великій Британії під керівництвом лорда Норткліффа [3].

Улюбленою темою американських листівок було продовольство, що мало досить значний вплив на голодних німецьких солдатів. Рудольф Зульцман, як приклад, приводить наступну листівку американських військ, виготовлену у вигляді німецької поштової картки у 1918 році, в якій говорилось:

«Підніми цю листівку, напиши на ній адресу своєї сім'ї. Якщо ти потрапиш у полон до американців, то віддай її першому ж офіцеру, який буде проводити допит. Він зобов'язаний передати її твоїм рідним». Далі листівка містила наступний текст: «Я знаходжуся у полоні, поранений \ тяжко поранений \ не поранений (потрібне підкреслити). Не хвилюйтесь за мене. Нас добре годують, дають яловичину, картоплю, боби, горох, вершки, кофе, молоко і т.д. (непотрібне закреслити)» [2].

З вересня 1918 року британці почали випускати замасковані «окопні» газети, які містили статті політичного характеру, заклики та карикатури. Як зазначає Звонарьов, «солдати, щоб хоч якось скоротити час у окопах, читали абсолютно все, що попадалось під руку» [3]. Такі газети виходили тиражом від 250 до 500 тисяч кожна.

Іншою особливістю були підроблені підпільні газети, які виходили з таємних типографій для окопів та населення нейтральних країн. І під час перемог німецьких військ, в них говорилось про тяжкі поразки німців.

У своїх працях «Військова пропаганда у першій світовій війні» та «Інтернаціональне шпигунство та боротьба з ним під час світової війни та сьогодні» Вальтер Ніколаї говорить, що «під час війни не було жодних підготовчих курсів для агітаторів та пропагандистів в Німеччині» та «наша (німецька) пропаганда була непридатною, вона йшла врозріз із психологією солдата». В. Ніколаї підкреслює, що саме висування пропаганди на перше місце під час війни дозволило країнам Антанти, передусім – Великобританії, одержати перемогу. Аналізуючи діяльність своїх ворогів, німецький розвідник пише: «Спочатку здавалося, що ця пропаганда прямо божевільна та нахабна за своїм змістом, згодом вона почала просто виклика-

ти неприємне враження, а потім всі в це повірили. Через чотири з половиною роки у Німеччині спалахнула революція. І що ж? Майже всі свої гасла ця революція заpozичила з арсеналу військової пропаганди наших супротивників».

Німецьке керування пізно усвідомило всі переваги пропагандистського апарату у війні і це, за думкою Ніколаї, стало ключовим моментом у краху Німецької імперії. Це дозволило країнам Антанти успішно та безперешкодно провадити свою так звану «пропаганду жахів», яку яскраво описав Зульцман у своїй праці «Пропаганда як зброя у війні». На думку В. Ніколаї, політика «пропаганди жахів» була «геніальною роботою, яка дозволяла підтримувати солдатів на фронті навіть в часи найтяжчих поразок».

БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Николаи Вальтер, Ронге Максимилиан, Россель Чарльз. «Тайные силы: Интернациональный шпионаж и борьба с ним во время мировой войны и в настоящее время» / Вальтер Николаи, Максимилиан Ронге, Чарльз Россель // общ. Ред. В. Ф. Федько. – К: Издательский дом «Княгиня Ольга». -2005. – 676 с.

2. Зульцман Рудольф. «Пропаганда как оружие в войне» / Рудольф Зульцман. – М: Издание «Итоги второй мировой войны. Выводы побеждённых». — 1998.

3. Звонарёв К.К. «Германская агентурная разведка до и во время войны 1914-1918 гг.» / К.К. Звонарёв // Репринтное издание IV управления Штаба РККА. – Киев: Издательский дом «Княгиня Ольга». — 2005.

4. The Free Encyclopedia «Wikipedia» [Електронний ресурс] // En – режим доступу: www.wikipedia.org

5. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов – М.: Издательство «Рефл-бук». – 1998.

6. Агітаційні матеріали в період Першої Світової війни: <http://rikuna66.dreamwidth.org/83148.html>