

Болсун Г.А.  
**ОБРАЗ ВРАГА В СОВЕТСКОЙ И НЕМЕЦКОЙ ПРОПАГАНДЕ  
В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ**

В период Великой Отечественной войны пропаганда не только превратилась в мощное оружие, но и стала одним из ключевых факторов достижения победы. Однако пропаганда не была статичным явлением. Агитационные лозунги и пропагандистские установки менялись, акценты смещались в зависимости от ситуации на фронтах и задач текущего периода. Достижение коренного перелома на Восточном фронте после победы советских войск под Сталинградом и Курском, начало освобождения Беларуси осенью 1943 г., окончательное освобождение нашей республики в ходе операции «Багратион» летом 1944 г. – все эти факторы внесли серьезные коррективы в пропагандистскую деятельность.

В данной статье предпринята попытка проанализировать трансформацию образа врага и освещения военных действий в советских и немецких агитационных материалах.

Одним из основных направлений агитационной работы на протяжении всего периода Великой Отечественной войны был анализ хода военных действий. В 1941 г. фашисты стремились показать лавинообразный характер победоносного шествия вермахта по территории СССР. Населению занятых областей представляли начавшуюся войну как освободительную миссию Германии, спасающей СССР от «оков жидо-большевизма». На картах, вывешенных на специальных щитах, опубликованных в газетах и журналах, было отмечено продвижение «крестового похода» в глубь советской территории. Летом – осенью 1941 г. успех военных операций вермахта был очевиден, и немецкие агитационные материалы достаточно объективно освещали события на фронте.

После провала стратегии молниеносной войны в ходе успешных боев Красной армии под Москвой, противником были выдвинуты новые пропагандистские установки. Затяжной характер войны агитационные материалы объясняли тем, что сталинское руководство безжалостно использует свой народ в качестве «пушечного мяса».

Последние победоносные сводки с фронта прозвучали в немецкой прессе осенью 1942 г., когда фашистские войска добились успехов на Кавказе и на подступах к Сталинграду. Однако планам Гитлера не суждено было сбыться. Й. Геббельс был вынужден спешно компенсировать провалы германской армии. Резко был изменен образ врага. До этого момента усилиями немецкой пропаганды в сознание солдат вермахта прочно вошел тезис о «тупости», «варварстве», почти «дегенеративности» советских солдат и непобедимости германской армии, выполняющей священную миссию расширения границ рейха. В 1941 г. фашистская пропаганда даже отказалась от использования словосочетания «русский солдат», предписывая называть противника на Восточном фронте «советским армейцем», оставляя слово «солдат» для военнослужащих вермахта [1, с. 36].

После победы советских войск под Сталинградом Й. Геббельс был вынужден признать, что красноармейцы оказались более стойкими, чем ожидалось. Но причина этой стойкости, по мнению Й. Геббельса, не в храбрости, а в том, что им противостоят «существа низшего порядка». Еще в июле 1942 г., инструктируя журналистов, Й. Геббельс заявляет: «...Что касается сопротивления большевиков, речь здесь идет вообще не о героизме и храбрости. То, что нам здесь противостоит в русской массовой душе, является ничем иным, как примитивной животной сущностью славянства... Есть живые существа, которые слишком способны к сопротивлению потому, что они настолько же неполноценны... Поведение русских находится в резком противоречии с сознательным героизмом человека, который обладает силой целиком посвятить себя большому делу и умереть за него... Потому для информирования должна быть создана определенная шкала понятий, которая бы резко отделяла храбрость и героизм немецкого солдата от примитивной животной выдержки большевиков» [2, с. 49–50]. С 1943 г. это клише прочно войдет во все агитационные материалы противника.

После поражения вермахта под Сталинградом в фашистской пропаганде появляется еще один новый тезис. Если раньше Германия была символом «Новой Европы», которая противопоставлялась Европе старой, хиреющей, неспособной к прогрессу, то теперь Германия изображалась в роли единственного защитника Европы, да и всей западной цивилизации от «больше-

вистского нашествия», «славянских орд, надвигавшихся с востока». С 1943 г. рассказы о «зверствах большевиков» станут любимым рассуждением всех немецких агитационных материалов.

Например, вплоть до лета 1944 г. немецкие агитационные материалы стремились убедить население Беларуси, что если большевики вернуться, то все жители будут немедленно выселены в Сибирь. Оккупационная газета «Новое слово» 12 марта 1944 г. опубликовала статью о том, что перебежавший к немцам капитан Красной армии И. Капор, выступил на народном собрании в Минске, поведав слушателям о существовании тайного приказа Сталина о полном истреблении белорусского народа [4, с. 1].

Необходимо отметить, что подобные сообщения дезориентировали население. В своих воспоминаниях К.Т. Мазуров указывает: «Фашисты распускают различные провокационные слухи, запугивают людей. В деревнях меня, например, спрашивали, правда ли, что с приходом Красной армии жителей западных областей выселят в Сибирь? Я объяснял, что это геббельсовская ложь» [5, с. 321].

На страницах оккупационных изданий появился еще один новый термин – «эластичный фронт». Газета «Новый путь» давала ему такое определение: «Сокращением линии фронта называется концентрация сил на коротком расстоянии с учетом наибольшего сбережения жизней солдат. Германскому командованию нет нужды гнаться за противником в глубь его страны, не имея при этом возможности заставить его принять решительный бой. Последние месяцы войны доказали, что тактика эластичной обороны принесла германским войскам самую большую пользу».

Теперь немецкая пропаганда не замечала реального положения. Вплоть до весны 1944 г., даже когда часть республики была освобождена от захватчиков Красной армией, все статьи, обращения, посвященные положению дел на фронте, заканчивались уверениями, что новое, невиданное до сих пор наступление германской армии вот-вот начнется и победа вермахта очевидна. «Три года назад, – говорилось в передовице оккупационной газеты «За Родину» от 22 июня 1944 г., – начался молниеносный и сокрушительный поход германских войск против большевизма... Германское командование не ставило и не ставит перед собой территориально-завоевательных целей, ибо характер нынешней подвижной и «безокопной» войны делает эти цели излишними. Главная задача – разбить армии противников. Согласно общепризнанной военной теории Клаузевица, оборона является сильнейшим средством обессилить противник. И на восточном фронте эта теория лишней раз оправдалась блестяще. Нельзя, конечно, сказать, что Красная армия уже воевать не способна, но нельзя и сравнивать ее сегодняшнее состояние с возможностями германской... После поражения англо-американцев, без сомнения, вновь оживится восточный фронт, вторичный разгром Красной армии на этот раз будет последним, но днем исторического перелома в судьбе большевизма... останется навсегда 22 июня 1941 г.» [3, с. 1].

Анализируя пропагандистские материалы противника, можно сделать вывод, что если летом – осенью 1941 года немцы достаточно объективно освещали события на советско-германском фронте, то после поражения вермахта под Москвой реальное положение все более искажалось. Публиковались неправдоподобные сообщения о потерях Красной армии, явные неудачи немцев объявлялись временными. Чем дальше на запад продвигалась линия фронта, тем активнее фашистская пропаганда эксплуатировала тезис о «зверствах большевиков» в занимаемых областях, доказывая, что только германские вооруженные силы могут спасти жителей республики от террора НКВД.

Приведенные документы свидетельствуют о том, как трактовала немецкая пропаганда причины, цели и ход войны с СССР. Рассмотрим, как освещали и трактовали эти события советские агитационные материалы. Руководство СССР с первого дня войны выдвинуло доктрину «воюющего народа». Во главу угла всей пропагандистской работы была поставлена идея защиты своей Родины, своего Отечества, которая объединяла весь советский народ для борьбы с захватчиками. Однако основная проблема советской пропаганды была связана с излишней идеологизацией материалов, издаваемых как в тылу, так и непосредственно на оккупированной территории. Интернационализм, антиимпериализм, социализм – эти понятия доминировали в советской пропаганде на начальном этапе войны. С классовых позиций давалась оценка германского фашизма как открытой террористической диктатуры наиболее реакционных и шовинистических элементов капитализма. Гитлер, Геббельс, Геринг были объявлены крупнейшими монополистами. Немецкий народ не олицетворялся со своими лидерами. Один из призывов

ЦК ВКП(б) к 24-й годовщине октябрьской революции гласил: «Привет германскому народу, стонущему под игом гитлеровских черносотенных банд, – пожелаем ему победы над кровавым Гитлером».

Потребовалось время, чтобы акцент советской пропаганды сместился с доктринально-классовых на национально-патриотические. В выступлениях и публикациях стало широко использоваться обращение к героическим примерам прошлого, патриотическим традициям русского, белорусского, украинского народов. Так, в газете «За Савецкую Беларусь» 16 сентября 1941 г. была напечатана статья «Били, бьем и бить будем», в которой рассказывалось о славных победах славянских народов в борьбе с иноземными завоевателями.

В июле 1942 г. Указом Президиума Верховного Совета СССР были учреждены ордена А.Невского, А.Суворова, М.Кутузова. Тогда же в Беларуси создаваемым партизанским отрядам и бригадам присваивались имена этих знаменитых полководцев. На оккупированной территории Кринковского, Соколовского, Белостокского, Кнышинского, Граевского районов Белостокской области в октябре 1942 г. была создана бригада им. Кастуся Калиновского. Обращение к патриотическим традициям, к истории освободительной борьбы, должно было убедить людей в неизбежности нашей победы над врагом. Герои прошлого, словно воскресая, призывали людей сражаться за независимость своего Отечества. Тема «Родина в опасности» была доминирующей в советской пропаганде вплоть до победы под Сталинградом. В 1943 г. ее сменяет тема «Окончательно разгромим и уничтожим врага».

Стоит отметить, что после освобождения советских территорий от фашистских захватчиков вновь наметился определенный поворот в пропаганде патриотизма. С начала 1944 г. на страницах газет и журналов, в выступлениях партийных лидеров активно стала звучать озабоченность излишним увлечением опытом дореволюционного прошлого, механическим перенесением его на современную почву. Настойчиво напоминалось о революционных традициях и примерах героизма из истории коммунистической партии, жизни вождей, верности народа социалистическим идеалам.

Образу советского патриота и защитника Родины противопоставлялся образ врага. Установка на воспитание ненависти к фашизму в условиях жесточайшей войны была оправдана и необходима. Материалы, рисующие истинный образ солдат противника, появляются в центральных изданиях уже в 1941 г. Так, в «Правде» 7 декабря была опубликована статья «Вот они какие – немецкие грабители и убийцы». Фотографию гитлеровского солдата в дамской сорочке сопровождали рассказы о том, что гитлеровская грабьярмия не гнушается ничем, отбирая у населения даже личные вещи. Материалы о злодеяниях гитлеровских захватчиков на оккупированной территории появляются в белорусских изданиях в начале 1942 г.

Образ врага характеризовали такие эпитеты – «гитлеровские людоеды», «фашистские бандиты», «немецкие звери». Постепенно слово «немец» стало синонимом слова «враг». Советская пропаганда сформировала собирательный образ «немецкого фрица», который лишен человеческих черт. В пословицах и поговорках фашистов сравнивали с животными – псом, волком, шакалом. Знаменитый призыв И.Эренбурга – «Убей немца!» долгое время не сходил со страниц газет и листовок. Позднее позиция И.Эренбурга подверглась критике. После вступления советских войск на территорию Германии вновь по-новому трактовался вопрос об ответственности немецкой нации за развязывание войны. Однако очевидно, что целью данных публикаций в период фашистской оккупации была активизация населения для борьбы с захватчиками. Истребление врага стало священным долгом каждого советского человека, а тема возмездия одной из центральных в агитационных и пропагандистских материалах на протяжении всей войны.

Освещение советской пропагандой хода военных действий в первые месяцы войны осложнялось отсутствием у подпольщиков и партизан информации о положении дел на фронте. Докладные записки, отчеты, рапорты командиров партизанских отрядов и групп этого периода свидетельствуют, что газеты и листовки из советского тыла поступали крайне редко, а в ряде мест их не видели с начала войны.

Успехи Красной Армии в конце 1942 – начале 1943 гг., исправление допущенных ошибок при подготовке агитационных материалов изменили ситуацию в нашу пользу. Как в военном, так и в психологическом плане одним из величайших переломных этапов войны был Сталинград. Тон нашей пропаганды после Сталинградской битвы стал уверенным и наступательным. Названия передовиц советских газет так характеризовали это событие: «Сталинград – сверкающее знамя побе-

ды», «Блестящая победа наших войск под Сталинградом», «Победа, которой еще не знал мир». Большой психологический эффект имело и пленение германского штаба во главе с фельдмаршалом Паулюсом. Это событие нашло отражение во всех агитационных материалах.

Наши пропагандисты использовали победу под Сталинградом для укрепления веры жителей оккупированных территорий в неизбежность освобождения и непобедимости Красной Армии. Интересен тот факт, что на оккупированной территории Беларуси немецкие солдаты узнали о результатах Сталинградского сражения позднее, чем местное население [6, с. 161].

С осени 1943 г. пропагандистская работа советской стороны еще более активизировалась в связи с вступлением Красной Армии в пределы республики и началом ее освобождения от оккупантов. Сообщения наших агитационных материалов о положении на фронте подкреплялись теперь реальными успехами. Пресса, радио широко освещали открытие второго фронта, военные операции британских и американских войск, противопоставляя мощь англо-советско-американской коалиции итало-германскому союзу, а также продвижение на запад линии восточного фронта. 5 июля 1944 г. газета «Правда» вышла с долгожданным лозунгом на белорусском языке «Слава роднай Чырвонай Арміі, вызваліўшай з нямецка-фашысцкай няволі сталіцу Савецкай Беларусі – Мінск!». В передовице «Столица белорусского народа освобождена!» говорилось: «Минск возвращен белорусскому народу. Недалек тот день, когда будет очищена от немцев-захватчиков вся белорусская земля... В новейшую историю белорусского народа входит теперь третья славная дата... 3 июля 1944 г., когда освобождением Минска восстанавливается золотая цепь развития Белоруссии, прерванная на время разбойничьим нападением гитлеровских разбойников» [7, с. 1].

Подводя итог, необходимо отметить, что фашистская пропаганда среди населения оккупированных областей, несмотря на возросшее качество, смещение акцентов и выдвигание новых лозунгов, полностью провалилась. Голод, грабежи и реквизиции, массовые уничтожения мирного населения, отношение к военнопленным служили наглядным доказательством лживости пропагандистских обещаний противника.

Успеху советской пропаганды способствовала, во-первых, деидеологизация агитационных материалов, апелляция к патриотизму, национальным символам и святыням, выдвигание на первый план общечеловеческих ценностей. Идея мировой революции и освобождения «немецких братьев по классу» сменилась ненавистью к врагу, независимо от его классовой принадлежности и решимостью отомстить за поруганную Родину. Во-вторых, заявления советской пропаганды о неизбежности нашей победы подтверждались уже реальными успехами на фронте.

#### Литература

1. Айрапетов, А.Г. Вермахт в войне против СССР (историко-психологический аспект) / А.Г. Айрапетов, С.Н. Молотков // Новая и новейшая история. – 2010. – № 4. – С. 32–46.
2. Гогун, А. Черный PR Адольфа Гитлера / А. Гогун. – Москва: Яуза: Эксмо, 2004. – 414 с.
3. День великого перелома // За Родину [г. Рига]. – 1944. – 22 июня. – С. 1.
4. Истребление белорусов // Новое слово [г. Берлин]. – 1944. – 12 марта. – С. 1.
5. Мазуров, К.Т. Незабываемое / К.Т. Мазуров. – Минск: Беларусь, 1984. – 351 с.
6. Национальный Архив Республики Беларусь. – Фонд 4683. – Оп. 3. – Д. 948.
7. Столица белорусского народа освобождена // Правда [г. Москва]. – 1944. – 5 июля. – С. 1.