

**СПЕЦПРОПАГАНДА В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ:
ЛИСТОВКИ, ПЛАКАТЫ, БРОШЮРЫ
(ПО МАТЕРИАЛАМ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ)**

© 2011 А. Р. Бормотова

*канд. ист. наук,
каф. истории России
e-mail: bormotova_a@mail.ru*

Курский государственный университет

В предлагаемой статье на основе архивного материала и печатных периодических изданий как центрального, так и местного характера, показано значение специального вида печатной пропаганды и агитации на оккупированной территории Курской области. Раскрыты основные особенности и выявлена специфика таких видов печатной пропагандистской продукции, как листовка, брошюра и плакат. Проанализировано их основное агитационное содержание, текстовое и иллюстрационное наполнение.

Ключевые слова: печатная пропаганда, агитация, Курская область, листовка, брошюра, плакат.

В настоящее время исследователи подчеркивают, что война – это не просто вооружённое столкновение, а борьба идеологий. Такая борьба особенно остро развернулась в период Великой Отечественной войны. Большую роль в этом противостоянии играли печатные средства пропаганды, среди которых особо необходимо выделить листовки, плакаты и брошюры.

Широкомасштабная пропагандистская борьба имела место на оккупированных врагом территориях, к числу которых относится и Курская область. В немецкой пропаганде использовались различные методы и приёмы, значимая роль отводилась печатному слову. Особый интерес в связи с этим представляют немецкие пропагандистские плакаты, брошюры и листовки. Подобные издания, в отличие от газет, характеризовались большей красочностью, образностью, обилием иллюстраций. Помимо этого, к специфике плакатов и брошюр можно отнести меньшую привязку к условиям конкретного региона, именно в этих видах печатной пропаганды преобладали отпечатанные до начала войны с Советским Союзом на территории Германии заготовки. Все эти факторы накладывали определённое влияние на специфику листовок, брошюр и плакатов, в силу чего представляется необходимым остановиться подробнее на рассмотрении их как самостоятельного вида спецпропаганды.

На протяжении Великой Отечественной войны листовка сохраняла главное отличие от других печатных изданий – содержала максимально конкретную и сжатую информацию, из которой вырастал призыв к действию. Листовки расклеивали на заборах, распространялись они бесплатно. Естественно, что пропаганда, предназначенная для населения оккупированных территорий, принципиально отличалась как по содержанию, так и по методам подачи материала. В этом контексте можно говорить о «спецпропаганде». Её задача – подорвать боевой дух советских граждан, сломить волю к сопротивлению, обеспечить благоприятные условия для победы немецкой армии. Спецпропаганда превратилась в особый театр военных действий. Листовки являлись оптимальным средством пропаганды. Это объяснялось

рядом факторов, прежде всего, низкой себестоимостью и оперативностью их изготовления, легкостью доставки.

В нацистской Германии существовала мощная пропагандистская машина, которая с началом войны была направлена по новому курсу. И хотя в обеих странах идеология являлась стержнем политического режима, этим сходство и ограничивалось. Характер войны и её цели предопределили принципиальное отличие в содержательных аспектах спецпропаганды по обе стороны линии фронта. Оправдание агрессии столкнулось с разоблачением её преступного характера, тезис о превосходстве германской военной машины – со ставкой на патриотизм защитников своей земли.

Успех пропаганды в листовках во многом определялся знанием адресата, учётом особенностей его менталитета, морального настроя и психического состояния. При подготовке агитационных материалов листовок использовались данные разведки, трофейные письма и боевые документы, протоколы допросов пленных. В задачи спецпропаганды входила работа с гражданским населением страны-противника на оккупированной территории. В этом случае отпадала проблема доставки материалов, наряду с листовками использовались плакаты и брошюры. Основная цель немецкой пропаганды состояла в нейтрализации враждебных настроений со стороны местного населения для того, чтобы свести к минимуму акты саботажа и диверсий, а также для вербовки коллаборационистов. В таком же ключе строилась и пропагандистская деятельность в лагерях для военных.

Зрительные образы в печатной пропаганде прежде всего должны были привлечь внимание к листовке. Решающее значение имело красочное исполнение рисунков, хотя многоцветную печать невозможно было наладить в полевых условиях. Не меньшую роль играли и узнаваемые, привычные для читателя изображения. Поэтому весьма распространенным приёмом спецпропаганды было копирование обложек газет и популярных книг, подача текста с иллюстрациями. Нередко листовки маскировались под денежные знаки, продуктовые карточки, почтовые открытки.

Первое место среди зрительных образов, обращенных к войскам и населению противника, занимали фотографии разбитой техники, руин советских городов или, наоборот, свежих дивизий и колонн новых танков, идущих на подмогу вражеской стороне. Это усиливало эффект правдоподобности информации. Фотографии пленных подтверждали основные лозунги спецпропаганды о якобы лучшей жизни в немецком плену. Еще одним приемом немецкой агитации в листовках стали материалы, освещавшие сотрудничество с немцами бывших руководящих советских работников или родственников членов правительства. В качестве примера могут послужить многочисленные материалы о якобы добровольно сдавшихся немцам сыне И. В. Сталина Якове Джугашвили и сыне В. М. Молотова Георгии Скрыбине¹. Цели этих материалов – показать, что даже дети известных людей осознают непобедимость немецкой армии и сдаются в плен, из чего должен был следовать вывод о бесполезности любого сопротивления.

Значительное место в зрительном ряде спецпропаганды занимали фоторепортажи из лагерей для военнопленных. Радостные, сытые лица солдат, отдохнувших от военных невзгод, должны были убедить их товарищей на передовой сложить оружие и сдаться в плен.

Зачастую в печатных изданиях спецпропаганды для убеждения противника в достоверности излагаемых сведений использовалось факсимильное воспроизведение трофейных документов, писем погибших или сдавшихся в плен солдат, карты, изображавшие линию фронта или контуры окружения, которые, однако, приукрашивали реальное положение дел в целях агитации.

Рисунки, шаржи и карикатуры также весьма часто использовались в листовках, плакатах и агитационных брошюрах. Подобные изображения высмеивали советских политических лидеров и руководителей государств-союзников. Пропагандистские материалы, обращенные к солдату противника, декларировали стремление помочь ему, дать шанс избежать гибели и увечий войны. При этом использовалось психологическое воздействие на основные эмоции человека, попавшего в экстремальные условия, – страх за свою жизнь и жизнь близких. Сообщения о лишениях родных в тылу, о бездарности командиров, о дефиците продовольствия или тёплой одежды подавались сочувственным тоном, причём их внешняя правдоподобность была важнее их соответствия действительности. Завоевав внимание, а затем и доверие солдата при помощи средств пропаганды, можно было сломить его волю к победе, побудить к сдаче в плен. В немецких агитационных материалах с целью привлечения внимания постоянно использовались новые темы и приёмы подачи материалов.

Наиболее яркие зрительные образы находим в таком виде печатной пропагандистской продукции, как плакат. Особенно активно его использовали немецкие пропагандисты на оккупированных территориях Советского Союза. Главной отличительной чертой плакатов была яркость и красочность, как следствие, он привлекал внимание населения. Наличие цветных фотографий (что для советских людей в то время было редкостью), изображавших сытую жизнь в Германии, карикатуры – всё это служило одной цели – сломить волю к сопротивлению врагу. Однако полиграфически хорошо выполненные цветные плакатные иллюстрации с успокаивающими надписями не могли до конца убедить русского человека и заставить его поверить в миролюбие и благие намерения оккупантов.

Условно оккупационные плакаты можно разделить на несколько тематических направлений:

- 1) использование образа немецкого солдата, информация о военной мощи Германии;
- 2) борьба с диверсантами и бандитами (под бандитами немецкая пропаганда подразумевала партизан);
- 3) пропаганда труда и работы в Германии;
- 4) возвращение русским религии и свободы вероисповедания;
- 5) карикатуры на партийных лидеров советского государства и первых лиц стран-союзников;
- 6) пропаганда добровольной сдачи в плен, сотрудничества с оккупантами;
- 7) плакаты «Иллюстрированная Европа»;
- 8) плакаты о «еврейском вопросе»².

К первой тематической группе можно отнести плакаты: «Почему побеждает Европа?», «Наша победа – наша свобода», «Германская армия – ваш защитник и друг», «Почему Германия побеждает?», «Веник не сломаешь...», «Мощь Германии растёт с каждым днём», «Германия – передовой борец за новую Европу». Для этой группы характерно изображение немецкого солдата, иногда в сопровождении картинок из военного быта. Как правило, на подобных плакатах объяснялось, почему Германия должна победить, в чём её превосходство и в чём заключается слабость Советского Союза.

Ко второй группе относятся такие плакаты, как «Диверсанты разрушили фабрики и заводы», «Ловите бандитов...». Значительная часть плакатов изображала партизан бандитами, стремилась дискредитировать партизанское движение в глазах населения, запретить местному населению оказывать им помощь.

Третья группа посвящена труду в Германии. В годы войны с Советским Союзом Германия начала испытывать острую нехватку людских ресурсов, следовательно,

дефицит рабочей силы планировалось ликвидировать за счёт «восточных рабочих». Плакаты всячески пропагандировали комфортные условия труда в Германии, призывали приходить на биржи труда: «Шлём привет из Германии», «Кто работает в Германии, тот приближает конец войны», «Еду завтра! Кто со мной?»³.

Одним из важнейших рычагов общественного сознания и формирования мировоззрения в России всегда была православная религия. Безусловно, чтобы расположить население к себе, оккупанты использовали и этот рычаг воздействия на мнения людей, обещая возвращение религии в плакатах: «Конец сталинскому безбожию!», «Только германский меч служит надёжной защитой нашей веры и нашего светлого будущего!».

Ещё одним видом немецкого оккупационного плаката явились фотоплакаты «Иллюстрированная Европа». Это фотографии, представлявшие события того времени во всех областях военной, мирной или политической жизни, также сопровождавшиеся подписями: «Германские солдаты освободили вас от большевистского террора», «Ваше участие в восстановлении Родины – это лучшая благодарность за дело освобождения» или «Пусть каждый исполнит свой долг», «Дружной работой все трудности будут преодолены, и дорога к счастливой жизни будет открыта»⁴.

Теме борьбы с еврейством также посвящен достаточно большой массив оккупационной плакатной продукции, в частности, такие плакаты, как «Жиды – наши вечные враги!», «Вон из Европы!».

Наряду с листовками, газетами и плакатами, среди населения оккупированных территорий широко распространялись политические брошюры как средство активного психологического воздействия.

Брошюры как вид печатной пропаганды в период Великой Отечественной войны можно условно разделить на два типа: изобразительные и текстовые.

В изобразительных брошюрах немецкие пропагандисты всю площадь издания отводили под различные иллюстрации и фотоматериалы с подписями. Такой вариант брошюр был адресован малограмотным слоям населения. В них представлены картины комфортной жизни в Германии, приукрашенный быт пленных красноармейцев, картины труда местного населения на благо оккупационных властей: «И мы помогаем строить новую жизнь!», «Что будет после», «За работу! Мы поможем тебе!», «Как живёт немецкий рабочий (пленный красноармеец рассказывает)», «К строительству новой жизни», «День Марины», «Труд в Германии», «Всем женщинам и девушкам», «Маска сорвана», «Современная Германия». Отдельно можно выделить брошюры панегирического характера о Гитлере – «Гитлер – освободитель», «Адольф Гитлер и дети», «Адольф Гитлер и трудящиеся»⁵. Главная цель таких изданий – показать величие Германии, её успехи в экономическом и культурном плане.

Ряд брошюр («Современная Германия», «Что мы видели в Германии. Пленные красноармейцы рассказывают»)⁶ посвящен вопросу русских «остарбайтеров», их труду, отдыху, досугу, взаимоотношениям с хозяевами или руководителями. Примечательно, что все эти брошюры оставляли за рамками своих сюжетов войну, рисуя вполне мирные картины жизни, обходя вопрос тяжелого и бесправного положения «восточных рабочих», населения оккупированных территорий.

Второй вид брошюр имел по большей части текстовое наполнение. Содержание материалов сводилось к критике Советского Союза, описанию тяжелых условий жизни русских людей в довоенное время, подчеркивалась преступность советского социализма, которому противопоставлялся германский национал-социализм как более прогрессивная форма идеологического и государственного устройства. Подобные брошюры были ориентированы на грамотного, думающего читателя, преимущественно на интеллигенцию. Как главный аргумент активно использовались примеры довоенных

репрессий, подразумевалось, что, сопоставив факты, читатель должен сделать выбор в пользу сотрудничества с Германией. Отметим, что брошюры, издававшиеся в одном из оккупированных регионов Советского Союза, могли попадать в другие, по каналам немецких оккупационных властей организовывалась их доставка. В силу того что содержание брошюр имело более общий характер и, в отличие от листовок, в меньшей степени отражало местную специфику, такие доставки были оправданы. Перечислим некоторые брошюры, относящиеся ко второму виду:

- «Что такое национал-социализм»⁷;
- «Совершенно секретно. Дело №18. Спецсообщения и докладные записки»;
- «Евреи и большевизм»⁸;
- «Под знаменем славы, 1941 год»;
- «Социализм – как Германия его осуществляет»;
- «Строительство новой жизни»;
- «По новому пути»;
- «Ко всем! Открытые письма германского и русского рабочих, обращённые ко всем трудящимся Европы»;
- «Как сталинская шайка угнетала народ»;
- «К новой жизни»;
- «Правда о положении трудящихся в СССР»;
- «Эта английская “социальная” политика»;
- «В чем состоит германское превосходство»;
- «Почему побеждает Европа»;
- «Война и новый порядок»;
- «Каторжный социализм»;
- «Новый порядок землепользования».

Многие из этих брошюр были напечатаны и заготовлены в Германии, другие печатались уже на оккупированных территориях Советского Союза. Вся тяжесть советского довоенного быта, трудности индустриализации, репрессии – все эти факты немецкие пропагандисты активно использовали в брошюрах в свою пользу. На оккупированных территориях распространялись брошюры о Великой Отечественной войне, разъясняющие характер войны с точки зрения вермахта. Приведем цитату из брошюры «Борьба против большевиков – долг каждого патриота»: «За 25 лет своего владычества большевики превратили богатейшую страну в царство голода, нищеты, рабского труда и бесправия. Территория СССР покрылась тюрьмами и концентрационными лагерями... Большевики нигде не скупались на обещания. В 1917 году они захватили власть, обманув народ России... Рабочим они обещали, что они станут полноправными хозяевами в стране, что им будут принадлежать фабрики и заводы, что... они заживут много лучше, чем рабочие другой любой страны. <...> Большевики вырвали русский и другие народы СССР из Европы, отгородив их колючей проволокой от европейских соседей. <...> Борьба против большевизма – дело чести. Борьба против большевизма – долг каждого патриота»⁹.

Наибольшее распространение на территории Курской области имели следующие брошюры: «Кто такой Гитлер?»¹⁰ (краткая биография Адольфа Гитлера), «Для них уже кончилась война»¹¹ (с призывами к воинам Красной армии сдаваться в плен). Отметим, что подобные брошюры, отдельные экземпляры которых сохранились в архиве УФСБ РФ по Курской области, были изданы в хорошем качестве, в них использовались фотографии и цветные иллюстрации.

При издании брошюр, как и листовок, фашисты также активно пользовались подлогом. Они издавали специальные брошюры под видом серии Воениздата

«Библиотечка красноармейца». Разумеется, содержание таких брошюр также несло в себе пропаганду фашистского мировоззрения.

Военно-политическая работа оккупантов была направлена на дезориентацию мирного населения, ему внушалась мысль о неизбежности победы фашистской Германии, бесполезности любого сопротивления нацистам. Немецкие пропагандисты утверждали в своих выступлениях, что война ведется не против русского народа, а с коммунистическим режимом. Советская сторона, разоблачая фашистскую пропаганду, стремилась постоянно информировать население о всех событиях, происходящих на фронтах Великой Отечественной войны, в советском тылу, в тылу вражеских войск и на международной арене.

Фашистские власти заботились о качестве своей печатной продукции, оформление и полиграфическое качество оккупационных плакатов и брошюр находились на достаточно высоком для военного времени уровне.

Язык оккупационных листовок и брошюр несколько отличался от языка советских изданий. Одна категория публикаций была более литературна, лишена политизированности – такие материалы были рассчитаны на интеллигенцию, которую не во всем устраивала советская власть. Другая категория газетных материалов и особенно листовок была полна острых высказываний, ничем не подкрепленных громких заявлений – читателями таких текстов по расчету немецкой пропаганды должны были стать более широкие слои населения.

Если в первые дни Великой Отечественной войны пропаганда вермахта использовала в своих целях доверие советских людей к печатному слову и ситуацию отсутствия у них альтернативных источников информации, то в середине войны красочные плакаты и брошюры о прелестях жизни в Германии сколь активно на оккупированных территориях не распространялись: они не могли вызвать доверия у населения, желания сотрудничать с фашистами, так как реалии «нового порядка» говорили о совершенно противоположном.

Подводя итог, отметим, что оккупационные брошюры, листовки и плакаты обладали рядом характерных особенностей, которые были обусловлены ключевыми направлениями немецкой пропаганды на захваченных территориях. Особенностью антисоветской пропаганды в этих изданиях была агитация против большевиков и стремление внушить населению мысль о непримиримых противоречиях между СССР и союзниками, о скором разрыве антигитлеровской коалиции. Исходя из проведенного анализа печати, можно сделать вывод, что германское командование видело приоритет пропагандистских функций листовок и брошюр над информационными. Немецкие издания, предназначенные для жителей оккупированной Курской области, содержали такую интерпретацию событий прошлого и настоящего, которая позволяла подчеркивать идеи фашистской идеологии и военное превосходство войск вермахта над Красной армией. Широкомасштабное применение немецко-фашистскими захватчиками таких средств печатной пропаганды, как листовки, плакаты и брошюры, практически явилось своеобразной информационной интервенцией, которой нацисты хотели закрепить интервенцию военную. Однако германские оккупационные службы, столкнувшись с активным противодействием советского Сопротивления, в конечном счете не смогли до конца реализовать ни одну свою акцию.

¹ Государственный архив общественно-политической истории Курской области (ГАОПИКО). Ф. П-2. Оп. 1. Д. 499. Л. 53.

² Борисов (Ильин) И. В. Оккупационный плакат. М., 2006. С. 12.

³ Архив Управления ФСБ РФ по Курской области (АУФСБ РФ КО). Ф. 4-го отдела УНКВД. Д. 229. Т. 2. Л. 30.

⁴Там же. Л. 40–50.

⁵Там же. Л. 1–17.

⁶ Там же. Т. 1. Л. 15–38.

⁷ *Гессе Роберт*. Что такое национал-социализм // Газета «Речь». 1942; Гессе Р. Что такое национал-социализм. Симферополь: изд-во «Крым», 1943.

⁸ *Октан М.* Евреи и большевизм. Орёл, 1942.

⁹ Цит. по: Борисов (Ильин) И. В. Оккупационная брошюра. М., 2006. С. 6.

¹⁰ АУФСБ РФ КО. Ф. 4-го отдела УНКВД. Д. 229.Т. 2. Л. 18–25.

¹¹Там же. Л. 15–17.