Пропаганда на войска и население противника в первые месяцы войны
Цена иллюзий.

Составной частью войны является борьба в сфере распространения информации – пропаганда на войска и население противника. В начале XX века в армиях ряда европейских государств создаются подразделения, предназначенные для пропагандистского воздействия на личный состав вражеских войск.

В Красной Армии штатные органы «для разложения рядов противника» – агентурные отделения численностью в 7 человек были созданы 13 декабря 1919 года в штабах Западного фронта и армий, входящих в его состав. В сентябре следующего года эти отделения преобразуются в отделы, насчитывавшие 19 сотрудников. При сокращении РККА в начале 1921 года аппарат пропаганды на войска противника ликвидируется, а кадры и опыт работы полностью утрачиваются.

Спустя 20 лет, 15 марта 1939 года, приказом НКО СССР в пяти приграничных военных округах и двух отдельных армиях на Дальнем Востоке вводятся штаты 17 редакций газет на иностранных языках, личный состав которых по директиве № 169 от 6 апреля 1939 года призывается на сборы с 1 июля 1939 года.

В июле этого же года в штабах армейских групп вводится штат, предусматривавший создание на военное время редакции газеты на иностранном языке и отделения по работе среди войск противника. В июле 1940 года новый штат мирного времени стал предусматривать создание в политуправлениях пяти военных округов отделов по работе среди войск противника численностью в 7 человек, в армиях - отделений по 6 сотрудников, а в дивизиях появилась должность старшего инструктора по работе среди войск противника. Тогда же в Главном управлении политической пропаганды Красной Армии (ГУППКА) был создан отдел по работе среди войск противника (7-й отдел), состоящий из 10 офицеров.

Анализ архивных документов показал, что в июле 1940 года офицеры 7-го отдела ГУППКА не делали каких-либо прогнозов о возможности войны СССР с Германией. В тот период политическое руководство полагало, что наиболее вероятными противниками в будущей войне станут государства, граничащие с СССР на юге, и поэтому после того, как 16 февраля 1940 года по директиве 1/1/176264 был увеличен штат редакций газет САВО на языках фарси, афганском, урду и английском и создана редакция на языке пенджаби, началась подготовка к ведению пропаганды на войска и население стран Южного ТВД.

В апреле 1940 года в штат отделения по руководству печатью на иностранных языках ПУРККА был назначен работавший до этого редактором газеты «Коммунист Таджикистана» И. С. Брагинский, знавший таджикский язык и язык фарси. Осенью того же года он и еще два сотрудника 7-го отдела были вызваны на доклад к наркому обороны СССР, которого особенно интересовало положение в странах Востока «по ту сторону наших границ». О военно-политической обстановке в Афганистане наркому доложил И. С. Брагинский, а заместитель начальника отдела по работе среди войск противника А. А. Самойлов сообщил о положении в Иране. В связи с особым интересом руководства НКО СССР к положению в государствах, расположенных на Южном ТВД, начальник ГУППКА дал указание офицерам И. С. Брагинскому и И. П. Байкову ежемесячно выступать перед руководящим составом ГУППКА, в штабах и управлениях родов войск с информацией о военно-политическом положении на Среднем Востоке и в Индии[1].

12 октября 1940 года вышла директива ГУППКА № 267 по ведению пропаганды среди войск противника в боевых условиях, одно из положений которой ставило задачу «раскрывать истинную роль империалистических агентов в колониальных и зависимых странах (советников, военных инструкторов, миссионеров, банковских чиновников и т.д.)». Понятно, что подобная задача не могла ставиться в предположении войн на Западном ТВД.

Для подготовки к работе среди населения государств, расположенных вблизи границ СССР, в Москве велось изучение их географического положения, дорожной сети, населенных пунктов. По состоянию на 13 февраля 1941 года в число 59 географических карт 7-го отдела ГУППКА входили лишь 3 карты Германии, 2 – Польши, в то время как карт Ирана было 9, Афганистана – 12, а Индии – 13, Турции – 14.

В феврале 1941 года старший инструктор отдела И. П. Байков выезжал в Ташкент для участия в «оперативно-военной игре» САВО «Армейская наступательная операция», в ходе которой отрабатывались вопросы ввода войск в Афганистан и Иран. По условиям игры 21 февраля 1941 года выполнялся приказ «перейти границу Афганистана и Ирана, помочь трудящимся Ирана, Афганистана и Индии свергнуть гнет английских империалистов и афганской и иранской военщины». Работники редакций газет на иностранных языках подготовили макеты газет и нескольких плакатов, изображавших радостную встречу бедняками

южных стран бойцов РККА. Закономерным результатом глубокого интереса руководства ГУППКА к странам Востока явилось то, что после нападения Германии на СССР начальником отделения по работе среди войск Германии в 7-м отделе стал специалист по Афганистану И. С. Брагинский.

Повышенное внимание руководства ГУППКА к странам Среднего Востока отражалось и на сборе информации о вероятных противниках: добывание сведений о социально-политических процессах в Германии не имело первенствующего значения. Из плана работы 7-го отдела, утвержденного в ноябре 1940 года и предусматривавшего подготовку к 15 декабря 1940 года обзоров о положении в нескольких странах, обзор о военно-политической обстановке в Германии был вычеркнут[2]. В начале 1941 года отдел располагал обширным справочным материалом по Ирану, Афганистану, Маньчжурии и совсем не имел справочной информации о Германии.

По названной выше причине центр не придавал должного значения и подписке на немецкие периодические издания, в которых можно было почерпнуть сведения о социально-политической обстановке в стране. В 1940 году отдел по работе среди войск противника ГУППКА выписывал только газету «Фёлькишер беобахтер», отдельные экземпляры которой с июля 1940 года посылались для ознакомления и перевода в КОВО, ЗапОВО и во вновь созданный ПрибОВО. В КОВО на 1940 год была выписана лишь одна немецкая газета «Ангриф» и венгерская «Пештер ллойд», выходившая на немецком языке. Несколько лучше обстояло дело в ЗапОВО, где в 1940 году получали «Фёлькишер беобахтер», военную «Солдатен блат» и журнал «Дойче вер».

При такой скудной укомплектованности периодическими изданиями было трудно получить достаточно сведений о социально-политических процессах в Германии. К тому же руководство в Москве сдерживало изучение третьего рейха, запрещая переводить статьи с критическими высказываниями в адрес СССР. Так, 2 апреля 1941 года руководство 7-го отдела запретило работникам редакции газеты на немецком языке ПрибОВО переводить антисоветскую статью «Между вчера и сегодня», напечатанную в «Фёлькишер беобахтер» 14 февраля 1941 года.

Поскольку третий рейх не рассматривался в Москве как вероятный противник, никакого внимания не уделялось и изучению морально-политического состояния вермахта. Единственным материалом в делах 7-го отдела ГУППКА о немецкой армии было октябрьское донесение 1940 года «Политпропаганда в вермахте» (15 с). Кроме того, информация о немецкой армии содержалась в сводке 1940 года разведуправления ПрибОВО о положении в захваченном Германией у Литвы г. Мемеле, составленной на основе опросов литовских беженцев.

В такой обстановке призванный 3 мая 1941 года на военную службу в 7-й отдел ГУППКА Н. Н. Берников по заданию командования начал составлять первый обзор политико-морального состояния немецкой армии. В конце мая этот обзор объемом 140 страниц рукописного текста был отредактирован и сильно сокращен вначале начальником 7-го отдела, а затем и руководством ГУППКА, внесшим поправки, значительно исказившие первоначальный текст. Отпечатанный на машинке, он составил 35 страниц. В основу его был положен отчет разведуправления ПрибОВО, при подготовке которого использовались сведения, полученные от литовских беженцев из Мемеля. В документе говорилось о «падении дисциплины, антивоенных высказываниях и аморальных поступках солдат и офицеров» вермахта, один из разделов полностью был посвящен антивоенным настроениям, в конце делался вывод о том, что «в немецкой армии начались процессы разложения и упадка духа», что не соответствовало реальному положению дел.

В начале июня 1941 года обзор был представлен руководству РККА, а 9 июня поступило указание выпустить его незначительным тиражом для ознакомления с ним высшего командного состава РККА вплоть до заместителей командиров дивизий. Начало войны помешало выполнить это распоряжение в июне. Дорабатывая обзор, начальник отделения по работе среди войск Германии И. С. Брагинский добавил в текст два раздела: «Революционные настроения» и «Режим террора в армии», полностью исказившие первоначальный замысел Н. Н. Берникова. 2 июля документ был отправлен на тиражирование. Таким образом, факты показывают, что накануне войны с Германией сотрудники аппарата по работе среди войск противника крайне неудовлетворительно изучали третий рейх и вермахт, имели искаженное представление о боевом духе и морально-психологическом состоянии личного состава немецкой армии, что в дальнейшем снизило возможность пропагандистского воздействия на неприятельские войска.

Изучению вероятного противника помимо прочего мешали и недостатки в структуре размещения специалистов по ведению пропаганды. Так, из офицеров, изучавших социально-политическую обстановку в странах наших вероятных противников, большая часть (84 проц.) находилась на Южном и Дальневосточном ТВД. В декабре 1940 года в РККА было 27 редакций газет на иностранных языках, в том числе три – на немецком, в которых работало лишь 15 специалистов (из них 9 офицеров)[3]. В марте 1940 года была ликвидирована редакция газеты на немецком языке Ленинградского военного округа. Из трех редакций газет на немецком языке лишь одна в ЗапОВО имела свою типографию.

Ограничивал возможности сбора информации о вероятном противнике и невысокий профессионализм офицеров аппарата по работе среди войск противника, слабое знание ими немецкого языка. На 15 мая 1941 года большинство офицеров аппарата по работе среди войск противника знали лишь разговорный немецкий язык на уровне 4-5 класса школы. Низкий уровень знания языка объяснялся тем, что на должности в политорганах назначались лишь члены ВКП(б). Накануне войны изучению социально-политической обстановки в Германии мешала недостаточно продуманная система комплектования штатов подразделений пропаганды в мирное время.

Аппарат по работе среди войск противника Западного направления (по состоянию на 15 мая 1941 г.)

Офицеры	ЛВО	ПрибОВО	ЗапОВО	КОВО	ОдВО	ГУППКА	Всего
Всего	17	13	18	22	19	15	104
В редакциях газет на иностранных языках	9	3	9	6	9	-	36
В штабах:							
военных округов	5	4	6	5	5	-	25
армий	3	6	3	5	3	-	20
кавалерийской группы	-	-	-	6	-	-	6
соединений	-	-	-	-	2	-	2
Знающие иностранный язык:							
немецкий	-	3/1*	6/1*	4	1	3/2*	17/4*
румынский	-	-	2	2	3	1	8
финский	4	-	-	-	-	-	4
* Хорошо знали иностранный язык.							

В результате того, что в политорганы военных округов, армий и дивизий по приказу НКО № 162 от 26 июля 1940 года были введены в расчете на мирное время штатные должности офицеров со знанием иностранных языков, ценные кадры рассредоточились по многочисленным мелким подразделениям, выполнявшим преимущественно управленческие, контрольные и организаторские функции. Одновременно продолжали существовать параллельные структуры – крошечные редакции газет на иностранных языках (3 офицера и 2 рядовых), которые должны были накапливать, обобщать и анализировать информацию о вероятном противнике и готовить пропагандистские материалы. Крайне нерациональное использование специалистов приводило к дублированию работы, снижало готовность к ведению пропаганды в боевых условиях.

Таким образом, накануне Великой Отечественной войны по уровню профессионализма и материально-техническому обеспечению возможности аппарата по ведению пропаганды на войска противника были невелики. Однако, несмотря на это, уже с первых дней войны за счет высоких тиражей изданных в Москве пропагандистских материалов на противника они более чем в 1,5 раза превышали тиражи листовок и газет, изданных вермахтом. Если за первые два месяца войны вермахт и РККА издали соответственно более 200 млн. и более 300 млн. экземпляров пропагандистских материалов, то на 1 января 1942 года вермахт издал и распространил более 436 млн. экземпляров, а мы – более 617 млн. экземпляров листовок, в том числе ПУРККА – 499,5 млн. экземпляров, Ленинградский фронт – более 15 млн. экземпляров, Западный фронт – 24,115 млн. экземпляров, Северный фронт – более 15 млн. экземпляров, Карельский фронт – 5,181 млн. экземпляров, Закавказский фронт – более 10 млн. экземпляров, Юго-Западный фронт – более 53,048 млн. экземпляров, САВО – 0,57 млн. экземпляров (для Ирана), армии – более 2,3 млн. экземпляров.

В условиях крупнейшей военной катастрофы для нашей страны, когда вермахт вышел на подступы к Москве, эвакуация 7-го отдела ПУРККА в Куйбышев 16 октября 1941 года полностью нарушила систему организации пропаганды на противника, привела к ее глубокому кризису, в результате чего в сентябре - ноябре 1941 года тиражи листовок, брошюр и газет резко сократились (см. таблицу).

Издание пропагандистских материалов 7-го отдела ПУРККА (1941 г.)

Месяцы	Тираж (млн. экз.)	Количество наименований	
		общее	изданных повторно
Июнь	29,8	36	4
Июль	67,8	65	17
Август	184,65	141	17
Сентябрь	86,154	122	24
Октябрь	23,092	55	И
Ноябрь	48,26	91	34
Декабрь	79,393	136	1
Итого	519,149	646	108

Из общего количества агитматериалов почти 92 проц. составляли тексты на немецком языке. Кроме того, было издано 45,68 млн. экземпляров листовок на 13 иностранных языках: в том числе 15,3 млн. экземпляров на румынском, 6,3 млн. - на финском, 4,199 млн. - на венгерском, 3,4 млн. - на итальянском языке. С середины октября и в ноябре 1941 года издание листовок на личный состав немецкой армии осуществлялось в типографиях г. Куйбышева и г. Энгельса, что привело к хроническому отставанию содержания пропагандистских материалов от обстановки, так как в несколько раз возрастало время доставки листовок по железной дороге на фронты. В тот период произошел разрыв в цепочке «тиражирование – доставка – распространение. Так, на Юго-Западный фронт в октябре-ноябре пропагандистский материал ПУРККА вообще не поступал, а в начале декабря 1941 года прибыл целый вагон листовок устаревшего содержания.

Еще больше устаревали тексты газет. Причиной этого было то, что при создании редакций газет на иностранных языках исходили из наступательной военной доктрины того времени. Считалось, что редакции станут издавать газеты для населения на территории зарубежных государств, типографии и редакции будут размещаться в занятых городах постоянно, перемещения их не предусматривались. В связи с этим транспортных машин и автомобилей для перевозки личного состава не полагалось. Кроме того, маленький штат редакции (22 человека, в том числе 7 офицеров) был рассчитан на привлечение к работе граждан зарубежных государств. Понятно, что в условиях отступления по своей территории фронтовым редакциям газет на иностранных языках хронически не хватало транспорта и работников со знанием иностранного языка, результатом чего было постоянное отставание от графика подготовки текста, набора и издания газеты. Для выпуска одного номера требовалось 2-3 недели, поэтому содержание материалов полностью устаревало. Недостаток квалифицированных кадров приводил к появлению в текстах значительного числа опечаток и грамматических ошибок. Так, например, из-за огромного количества ошибок ПУРККА пришлось запретить Западному фронту издавать два номера (№ 1 и 2) газеты «Вархайт». Издание газет на иностранных языках себя не оправдало, и поэтому в октябре 1942 года все 18 газет были расформированы.

Эффективность воздействия нашей пропаганды на войска противника зависела от грамотности текстов, оперативности информирования и особенно от содержания пропагандистских материалов. В начальный период Великой Отечественной войны офицеры 7-го отдела ПУРККА при составлении текстов агитационных материалов руководствовались директивой № 267 от 12 октября 1940 года.

Эта директива была рассчитана на ведение победоносной войны на территории слабого развивающегося государства, уступающего СССР в экономическом, политическом, культурном и военном отношении, имеющего глубокие национальные противоречия, испытывающего вызванные войной серьезные экономические затруднения. Пропаганда должна была вестись на деморализованную армию, в которой солдаты противника отказываются подчиняться офицерам. Концепция пропаганды 1940 года была рассчитана на наступательную военную доктрину, военные успехи и не принимала в расчет ведение обороны, возможные неудачи в войне с сильным, превосходящим нас в экономическом, военном и культурном отношении противником, каким в 1941 году была Германия. Поэтому в первые месяцы войны многие задачи выполнены не были, поскольку пропагандистскую работу приходилось вести в условиях постоянного наступления вермахта.

Более того, в советской пропаганде одной из основных целей являлась попытка рево-

люционизировать солдат противника. Уже в первых десяти лозунгах к немецким солдатам, утвержденных 24 июня 1941 года бюро военно-политической пропаганды, возглавляемым Л. З. Мехлисом, был выдвинут призыв к революционному выступлению против руководства Германии: «Запомните, уничтожение кровавого господства Гитлера и его приспешников - единственный путь к миру». С июля 1941 года листовки имели лозунг «Долой (свергай) Гитлера!». Особенно часто этот лозунг употреблялся с 12 декабря 1941 года по 5 апреля 1942 года, когда по личному указанию Л. З. Мехлиса призыв «Прощай Москва, долой Гитлера» помещался в любой листовке ПУРККА или фронта (а их было более нескольких сотен наименований).

Тех, кто не разделял взглядов Л. З. Мехлиса о том, что немецких солдат можно побудить к революционному выступлению против своего руководства, преследовали. Так, был наказан и переведен на Северо-Кавказский фронт начальник отдела по работе среди войск противника Ленинградского фронта С. И. Тюльпанов, который «осуждал общий тон наших листовок в первый период войны». В документе, подвергшем резкой критике выводы декабрьского обзора 6-го отдела политуправления Ленинградского фронта, начальник отделения 7-го отдела ПУРККА К. Л. Селезнев в апреле 1942 года указал подчиненным фронтового звена, что «наша пропаганда призывает к свержению Гитлера и носит строго революционный, а не какой-то реформистский характер»[4].

Кого же мы хотели революционизировать в первый период войны? Что представляли собой тогда солдаты немецкой армии и каковы были их политические взгляды? Если взять за основу политические характеристики более чем 1700 военнопленных лагеря № 95 в Елабуге, то, по состоянию на 15 ноября 1941 года, убежденные нацисты составляли среди них более 11 проц., умеренные нацисты - примерно 52 проц., нейтрально настроенные (аполитичные) военнопленные - до 35 проц. Вести пропаганду на таких людей было неимоверно трудно, поскольку они не воспринимали никакую информацию из советских источников, считая ее откровенной ложью.

В первые месяцы войны подавляющее большинство немецких солдат было уверено в скорой победе над СССР и возвращении домой уже к Рождеству. А для них в 1941 году предназначались листовки «Пропуск в плен для немецких солдат» тиражом 20 млн. экземпляров (от 3 августа). Неадекватность такой пропаганды видна уже хотя бы потому, что на 10 августа 1941 года в нашем плену находилось только 974 военнослужащих вермахта, значительную часть которых составляли сбитые над нашей территорией летчики, а также солдаты - десантники, захваченные в тылу.

Анализ 63 листовок 1941 года показал, что из 138 призывов по частоте повторения на первом месте был призыв «Сдавайтесь (переходите) в плен» (24 раза), на втором месте - «Долой (свергай) Гитлера!» (19 раз), а на третьем - «Кончай войну!» (17 раз). Изучение текстов 58 листовок 1941 года свидетельствует о том, что в начальный период войны солдат вермахта устрашали гибелью и страданиями от русских морозов (17 тем), смертью - (17 тем), огромными потерями в личном составе (14 тем), пытались создать благоприятное представление о советском плене (7 тем), побуждали последовать примеру сдавшихся в плен (4 темы).

С декабря 1941 года содержание листовок изменилось. Если в первые дни войны его идейной основой было обращение к классовой солидарности (например, листовка Д. З. Мануильского и Ф. Рубинер «Стой, здесь страна рабочих и крестьян»), то в последний месяц 1941 года основным тезисом пропаганды стало военное поражение немцев под Москвой. Показателем возросшей эффективности влияния наших листовок явился изданный в декабре приказ германского командования «Десять заповедей против вражеской пропаганды»[5].

Чтобы понять особенности нашей пропаганды на военнослужащих вермахта в 1941 году, попытаемся прежде всего проанализировать ее социально-политические аспекты. Опросы участников войны показали, что определяющее влияние на содержание пропагандистских материалов 7-го отдела ПУРККА оказывал один человек - начальник ПУРККА Л. З. Мехлис, который навязывал свои взгляды работникам этого отдела, подавлял всякие попытки оригинального решения задач пропаганды на противника. Л. З. Мехлис даже заседания бюро военно-политической пропаганды сводил к распределению заданий по написанию листовок. Что же касается мнения немецких солдат, их реакции на наши пропагандистские материалы, то эти проблемы в 1941 году работников 7-го отдела не особенно интересовали. Создается впечатление, что листовки писались лишь для того, чтобы их оценило руководство ПУРККА.

В начальный период войны наша пропаганда не учитывала специфики фронтов. С 13 июля ПУРККА всюду рассылало тексты одинаковых листовок для обязательного тиражирования. Кроме того, в июле 1941 года 60-70 проц. материалов фронтовых газет составляли тексты листовок 7-го отдела ПУРККА. А уже 8 ноября 1941 года Л. З. Мехлис запретил всем фронтам, кроме Ленинградского и Юго-Западного, издавать свои собственные общеполитические листовки[6]. Таким образом, советская пропаганда на фронтах

в тот период практически выполняла роль ретранслятора информации, получаемой из Москвы, тиражировала ошибки, допущенные при подготовке текстов в центре.

Одной из таких ошибок, подорвавшей авторитет нашей пропаганды, было издание серии листовок, эксплуатировавших семейно-бытовую тему. Их издание началось в августе 1941 года по указанию Л.З.Мехлиса. Такие листовки, как «Случные пункты для арийцев» (№ 108 от 4 августа), «Как нацистские чиновники обманывают солдатских жен» (№ 130 от 12 августа), и четыре порнографические листовки серии «Гитлеровская банда превращает Германию в публичный дом» (№ 133 от 14 августа) были изданы ПУРККА общим тиражом 9,5 млн. экземпляров и переизданы всеми фронтами. Этот факт дал в руки фашистской пропаганде повод называть наши листовки «классово-порнографической пропагандой», а у военнослужащих вермахта вызвал крайне негативную реакцию. Так, при анкетировании 40 лояльно настроенных военнопленных 22 ноября 1941 года листовка «Случные пункты для арийцев» по количеству отрицательных отзывов оказалась на втором месте и была оценена как «явная глупость и бред».

Другой ошибкой, сводившей на нет все усилия по воздействию на противника, было упоминание в советских листовках огромных цифр потерь немецкой армии. Так, 21 июля в листовке «Как мы шли в бой» говорилось, что за первую неделю войны было убито 0,3 млн. фашистских солдат, за две недели - 0,7 млн., за три недели - 1 млн. А ПУРовская газета «Фронт иллюстрирте» (№ 3, август 1941 г.) писала, что за два месяца войны Германия потеряла убитыми 1,5 млн. человек. В изданных 18 декабря 27 лозунгах и в газете «Фронт иллюстрирте» № 11 упоминалось о 6 млн. убитых на Восточном фронте.

Реальные цифры потерь были гораздо ниже, о чем военнослужащие вермахта, конечно, знали, поскольку, выступая 11 декабря 1941 года в Спортпаласте, Гитлер заявил, что на начало декабря Германия потеряла 162 314 человек убитыми, 571767 - ранеными и 33 334 - пропавшими без вести. (Эти цифры лишь на четверть занижали реальное количество безвозвратных потерь - 241,7 тыс. убитыми и 16,2 тыс. пропавшими без вести.)

Наша пропаганда завышала данные о потерях противника по двум причинам. Во-первых, это было выгодно политическому руководству страны. Так, по подсчетам Главного военно-санитарного управления РККА, перенесшего статистику потерь первой мировой войны на период 1941 года, получалось, что на 22 сентября потери вермахта должны были составить 4,9-5 млн. человек. Во-вторых, наша пропаганда вообще была основана на преувеличениях и показе мнимых военных успехов РККА. В результате такими «статистическими данными» мы убеждали и обманывали только самих себя.

Серьезной ошибкой пропаганды начального периода войны было и стремление унизить противника, представить его в смешном и беспомощном виде. Так, в листовках серии «Международная информация» 3 августа говорилось: «При виде советского истребителя германские летчики улетают в паническом страхе». Листовка от 6 августа утверждала: «У немецкой армии нет резервов, нет провианта». Очень часто наша пропаганда выдавала желаемое за действительное. Так, Ленинградский фронт 9 декабря 1941 года издал листовку «Близкий конец захватнической войны Финляндии»[7]. 22 декабря в листовке ПУРККА утверждалось: «Румыния как союзник Германии потеряна». 31 декабря одна из листовок утверждала: «1942 год - год великой катастрофы гитлеровской Германии».

Не меньшей ошибкой нашей пропаганды того времени были персональные нападки на высших руководителей Германии с целью их дискредитации. Особенно много оскорблений выпадало на долю Гитлера, пользовавшегося в 1941 году непререкаемым авторитетом у немецких солдат. В листовках писали: «чудовище Гитлер» (№ 79 от 27 июня), «горилла Адольф» (№ 140 от 29 августа), «глупый, ничтожный политик» (№ 619 от 28 декабря), «прохвост, истеричка, евнух, жалкий импотент, наглый пустозвон» (№ 1414 от 17 мая 1942 г.).

Безусловным нашим достижением считалась изданная 25 августа листовка «Хайль байль» («Да здравствует топор»), изображавшая Гитлера в виде топора рядом с плахой. Однако анкетный опрос 40 военнопленных в ноябре 1941 года показал, что эта листовка набрала наивысшее количество отрицательных отзывов. Пленные говорили о том, что оскорбление Гитлера и карикатуры на него солдаты вермахта воспринимали как личное оскорбление.

Листовки, адресованные немцам, были малоэффективны, но материалы на румын имели успех. Если сравнить пропаганду Западного и Южного фронтов в 1941 году, мы увидим, что в вермахте солдатам сначала не запрещалось читать советские листовки, но румынскому солдату уже в июле за это грозила каторга. Тогда же в румынской армии был издан приказ о «чрезвычайной вредности большевистской пропаганды». Аналогичные приказы имелись и в соединениях. Так, в 14 пд румынских войск 12 июля появился приказ № 24209 «О необходимости проводить широкую контркампанию против советской пропаганды».

Эффективность пропаганды на румын определялась объективными условиями, в числе которых была успешная оборона нашими войсками Одессы, где, по признанию вражеского командования,

румынская армия потеряла 71 535 солдат. Серьезность обстановки заставляла солдат-румын с вниманием относиться к листовкам с предложением сдаваться в плен. За первый год войны на тысячу немецких солдат на фронте в плену было 2 человека, а румынских - 17,88. Более высокая эффективность воздействия наших листовок на румынскую армию являлась следствием того, что в 1941 году она была наименее боеспособным союзником немецкой армии.

Итак, общее состояние нашей пропаганды на войска стран гитлеровской коалиции в начале войны можно оценить как кризисное. Объяснялось это прежде всего тем, что аппарат пропаганды не был готов к работе в военное время. Ошибочное решение о создании в 1940 году параллельно с редакциями газет отделов и отделений по работе среди войск противника привело к распылению специалистов, вынужденных дублировать работу друг друга. Еще одной причиной кризиса был неверный выбор главного объекта пропагандистского воздействия. Основные усилия направлялись не на имевших низкий боевой дух союзников третьего рейха румын, венгров, словаков и др., а на обладавших стойким иммунитетом к коммунистической пропаганде солдат вермахта. Не способствовало успеху и то, что наша пропаганда оказалась как бы «служанкой политорга-нов», и ее материалы готовились с оглядкой на мнение высшего руководства ПУРККА, а не исходя из информационных потребностей военнослужащих противника.

Неэффективность нашей пропаганды в первые месяцы войны объясняется и ее чрезвычайно высокой централизацией, подавлением инициативы на местах, преобладанием классовой пропаганды, общеполитических, академических рассуждений над конкретными актуальными фактами.

С. И. Репко, кандидат исторических наук.

Примечания:

[1] Оружием слова. - М.: Наука, 1985. - С.34-35.

[2] РГВА, ф.9, оп.36, д.3859, л.130.

[3] РГВА, ф.9, оп.36, д.4005, л.250; д.4294, л.25.

[4] ЦАМО РФ, ф.32, оп.11306, д.52, л.154.

[5] Там же, д.202, л.313.

[6] Там же, д.93, л. 18.

[7] Там же, д.31, л.404.

[8] Там же, д.89, л.39.