

Мараєв В.Р.

Науково-дослідний центр гуманітарних проблем Збройних Сил України

ПРОТИДІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОМУ ВПЛИВУ ПРОТИВНИКА У ЧЕРВОНІЙ АРМІЇ ПІД ЧАС НІМЕЦЬКО-РАДЯНСЬКОЇ ВІЙНИ 1941–1945 РР.

У статті проаналізовано досвід протидії негативному інформаційно-психологічному впливові противника на особовий склад на прикладі Червоної Армії у період німецько-радянської війни червня 1941 – травня 1945 рр. Висвітлено еволюцію радянської пропаганди під час війни, що було пов'язано з поступовим зростанням ступеня впливу на військовослужбовців і низькою ефективністю радянської пропаганди на початковому етапі 1941–1942 рр. На зміну провальній за своїми результатами пропаганді «інтернаціональної єдності та світової комуністичної революції» прийшла «пропаганда ненависті», яка найбільше культивувалася у 1942–1943 рр. Встановлено, що це було пов'язано із критичним становищем на фронті, відступом, численними поразками та втратами Червоної Армії, внаслідок чого радянське військове командування та політичне керівництво спробували діяти на випередження та прищеплювати військовослужбовцям «імунітет» проти ворожої пропаганди, щоб водночас максимально дегуманізувати противника. Наголошено, що пропаганда у цей період намагалася позбавити німців і їхніх союзників будь-яких людських якостей, демонізувати та максимально очорнити, аби спонукати військовослужбовців Червоної Армії до безжального знищення ворожих солдат і офіцерів. З'ясовано, що протягом усього періоду війни застосовувалися й інші методи протидії – насамперед, ізолювання військовослужбовців від потенційних впливів ворожої пропаганди та застосування карально-репресивних заходів включно зі смертною карою. Враховуючи те, що основним засобом пропаганди тоді залишалася друкована листівка, наказами командування передбачалося негайно збирати й утилізувати такі матеріали, перешкоджати розповсюдженню їх серед бійців. Акцентовано увагу на тому, що у разі покарання винних у поширенні ворожих агітаційно-пропагандистських матеріалів ставка робилася насамперед на психологічний ефект – поширення серед радянських військовослужбовців страху можливого покарання, який утримував би їх від читання та розповсюдження подібних матеріалів.

Ключові слова: Червона Армія, німецько-радянська війна, пропаганда, агітація, листівки.

Постановка проблеми. Друга світова війна, складовою частиною якої стала німецько-радянська війна, характеризувалася небувалим масштабом протистояння на інформаційному фронті. Для здобуття загальної перемоги сторони застосовували будь-які заходи й методи. Всі учасники цього конфлікту приділяли колосальну увагу інформаційно-пропагандистському забезпеченню своїх збройних сил, але не менш актуальним завданням стала і так звана «спецпропаганда», або психологічна війна – тобто заходи психологічного впливу на військовослужбовців противника з метою їх деморалізації та примушення до припинення опору. Відповідно, для всіх учасників нагальним питанням було вироблення ефективних методів протидії негативному інформаційно-психологічному впливові противника з метою недопущення зниження боєздатності військ і продовження виконання військовослужбовцями поставлених завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх трьох десятиліть, коли відкрилася можливість вільного доступу до раніше закритих історичних документів, історики неодноразово зверталися до тематики інформаційного протистояння у роки Другої світової війни. Зокрема, приділяли вони увагу і вивченню досвіду протидії інформаційно-психологічному впливові. Найбільше ця тема виявилася у працях В. Македонської [6], Л. Леонтьєвої [5], О. Куцьки [4], С. Зверева [3], І. Мощанського [7]. Проте більшість із них присвячена загальній тематиці інформаційного протистояння та пропагандистського забезпечення збройних сил. Більш вузька і специфічна тематика – вироблення тактики та стратегії протидії негативному інформаційно-психологічному впливові ворога – досі не стала предметом окремого дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз і вивчення досвіду ефективної протидії негативному інформаційно-психологічному впливові противника на особовий склад на прикладі Червоної Армії у період німецько-радянської війни червня 1941 – травня 1945 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розгляд досвіду СРСР у цій сфері слід почати з того, що радянська пропаганда під час війни пройшла помітну еволюцію, пов'язану з поступовим зростанням ступеня впливу на військовослужбовців. На початковому етапі війни радянська пропаганда була низькоєфективною, що стало дуже несподіваним і неприємним відкриттям для військово-політичного керівництва СРСР. Причин цього було багато, ій основна з них – тяжкі поразки Червоної Армії, стрімкий відступ, оточення, розгроми радянських військ. Ці події яскраво демонстрували перевагу нацистської Німеччини та її союзників у військовій міці, стимулювали антирадянські настрої у соціумі (й у лавах Червоної Армії зокрема), з погляду значної частини суспільства – свідчили про швидкий і неминучий крах тоталітарного сталінського режиму, із чим багато хто пов'язував звільнення від колгоспного рабства, припинення масових репресій, відновлення релігійного життя, свободи громадсько-політичних організацій, преси тощо. У таких умовах радянська пропаганда не могла бути ефективною априорі.

Однак іншою важливою причиною було те, що радянська пропаганда намагалася діяти застарілими методами й апелювала до ідеї «світової комуністичної революції». Німецьких солдатів оголосили «братями по класу», яких обдурили та змусили воювати за інтереси капіталістів та експлуататорів [6, с. 145]. Така пропаганда зовсім не діяла на німецьких військовослужбовців, котрі мали до неї сильний імунітет, оскільки їх виховували у дусі фанатичного патріотизму, відданості своєї країні та фюреру Адольфу Гітлеру. Слабкий вплив вона мала і на особовий склад Червоної Армії, адже радянські військовослужбовці під впливом численних поразок вже не вірили у можливість здійснення світової революції. Дедалі більше з них вважали такі гасла оманливими та безпідставними, відверто неактуальними тоді, коли йшлося про саме виживання радянської державності.

Зрозумівши, що старі гасла у нових умовах «не працюють», радянське командування було змушене вживати заходів. 11 грудня 1941 р. головне політичне управління Червоної Армії видало

директиву № 278 [7, с. 142]. У ній вимагалось прибрати гасло «Пролетарі всіх країн, єднайтеся!» з усіх інформаційно-пропагандистських видань. Натомість воно мало бути замінене на гасло «Смерть німецьким окупантам!». Його потрібно було друкувати великим жирним шрифтом зі знаком оклику в кінці.

Таким чином, вже із грудня 1941 р. органи інформаційно-пропагандистського забезпечення Червоної Армії взяли за найбільш дієвий метод протидії інформаційно-психологічному впливові противника – «виховання ненависті», насадження негативно орієнтованих цінностей, ідеї помсти за злочини нацистських загарбників. Паралельно почали працювати комісії зі встановлення документальних фактів цих злочинів на окупованих територіях. Не маючи змоги протягом усього 1941 р. підняти населення СРСР на всенародну боротьбу із загарбниками, радянське керівництво сподівалося зробити це шляхом прищеплення почуттів ненависті та помсти [3, с. 24].

Продовженням і апофеозом цієї тенденції стала публікація у липні 1942 р. в газеті «Червона зірка» вірша Костянтина Симонова «Вбий його!». Через кілька днів вийшла публіцистична стаття Іллі Еренбурга під назвою «Вбий!». Як бачимо, заклик містився вже у назві цієї роботи. У численних радянських газетах створювалися рубрики під назвою «Чи вбив ти сьогодні німця?», де публікувалися листи бійців Червоної Армії з описами вбивств ворогів. У 1943 р. вийшла друком «Пам'ятка агітатора», де стверджувалося: «Неможливо перемогти ворога, якщо не навчитися ненавидіти його всіма силами душі. Ненависть – це святе почуття, яке веде нас у бій проти ворога. Завдання агітаторів полягає у тому, щоб зміцнювати у кожній радянській людині почуття жагучої ненависті до гітлерівських катів, невтомно виховувати прагнення до перемоги над жорстоким ворогом, пристрасну жагу помсти німецьким покидькам за всі їхні злочини» [8, с. 29]. В СРСР мільйонними накладами друкувалися плакати, з яких із закликом до бійців «убити німця» зверталися літні батьки, дружини, дівчата і навіть діти.

Оскільки одним із головних завдань ворожої пропаганди було поширення серед радянських військовослужбовців зневіри у власні сили, невпевненості у спроможності Радянського Союзу вистояти у війні проти Німеччини та її союзників, радянська пропаганда була змушена вживати енергійних контрзаходів. Масовими накладами друкувалися агітаційно-пропагандистські матеріали, покликані довести думку про

те, що навіть історичні діячі Німеччини ніколи не вірили у можливість військової перемоги над Московією чи Російською імперією. Відповідно, Гітлер є просто божевільним політиком, котрий відправляє своїх вояків на неминучу загибель і веде свою країну до тотального краху. Наприклад, наводилася цитата Фрідріха II Великого – прусського короля XVIII ст.: «Будь-яка ворожа армія, яка би наважилася вдертися до Росії та піти далі за Смоленськ, безумовно, зустріла би там, у степах, свою могилу». Поширювалася фотолистівка, на якій «залізний канцлер» Отто фон Бісмарк, вказуючи пальцем на Адольфа Гітлера, заявляв: «Ця людина веде Німеччину до катастрофи». На звороті були наведені слова політика про неприпустимість війни проти Російської імперії, про неможливість завоювання цієї країни через її величезну площу та витривалість і непокірність населення [1, с. 384]. Також у радянських пропагандистських матеріалах періоду німецько-радянської війни був присутній повторюваний мотив звернення до історичного минулого, до перемог над німцями у попередні епохи. Наприклад, постійно згадувалися битва на Чудському озері 1242 р. та події Семилітньої війни 1756–1763 рр., коли російські війська у союзі з австрійськими на дуже нетривалий час змогли захопити Берлін.

Але найбільше зверталися до нещодавнього досвіду – подій 1918 р., які у радянській пропаганді отримали назву «розгром німецьких окупантів». Будь-якій людині, бодай трохи обізнаній в історії, було добре відомо, що ніякого «розгрому» німецьких окупантів на теренах колишньої Російської імперії у 1918 р. не сталося. Ба більше: в Україні, наприклад, вони взагалі не були окупантами, адже прийшли сюди на запрошення українського уряду – як війська союзницької держави. Німецькі й австро-угорські війська у 1918 р. відповідно до умов двох Брест-Литовських договорів (із Українською Народною Республікою та з Радянською Росією) взяли під контроль значні території, однак були змушені піти з них після Комп'єнського перемир'я у листопаді того ж року. Тобто залишення цих теренів стало наслідком військової поразки німців саме на Західному фронті – у Франції та Бельгії, але аж ніяк не на території колишньої Російської імперії, проте радянська пропаганда витлумачувала вимушений німецький відступ як наслідок «всенародної боротьби проти імперіалістичних окупантів» і записувала його в актив більшовицькій партії, яка, буцімто, керувала цією уявною «всенародною боротьбою». З усього вищенаведеного робився чіткий пропа-

гандистський меседж: будь-які потуги ворожої пропаганди, спроби розладнати нашу єдність і вселити зневіру у власних силах даремні; ми перемагали їх в усі попередні епохи – обов'язково перемажемо і тепер.

Важливим засобом протидії негативному інформаційно-психологічному впливу противника стала радянська військова преса. Під час Другої світової війни відбулося стрімке зростання мережі військових газет. Для порівняння: якщо на середину 1941 р. їх видавали 485, то вже за рік – 725, а в 1943 р. – 762. Фронтіві газети видавалися різними мовами (хоча звісно, переважали російськомовні). Вони були розраховані на рядових бійців, сержантів, молодших офіцерів. Одним із чільних завдань такої преси було спростування тез ворожої пропаганди, проведення роз'яснювально-інформаційної роботи, формування серед особового складу стійкого переконання у неминучості загальної перемоги над ворогом.

Одним із провідних засобів протидії інформаційно-психологічному впливу противника тоді вважалося кіно. У радянських пропагандистських фільмах періоду Другої світової війни противник здебільшого зображувався гротескно – як жорстокий, але водночас досить примітивний, майже цілком позбавлений людських якостей вояки. Від початку 1942 р. наголос робився на злочинах і звірствах нацистів на окупованій території СРСР. Наприклад, ще у час битви під Москвою було знято документальний фільм «Розгром німецьких військ під Москвою», у який увійшли справжні кадри із трупами закатованих німцями цивільних мешканців, зруйнованими та спаленими будинками, сплюндрованими пам'ятками архітектури [9, с. 31]. Це, за задумом радянського керівництва, мало виховати справжнє почуття ненависті до ворога та прищепити бійцям Червоної Армії нездоланий імунітет до його пропаганди. Фільм «Розгром німецьких військ під Москвою» вийшов у кінопрокат США й у 1943 р. отримав премію «Оскар» у категорії «Найкращий документальний фільм» – першим із усіх радянських фільмів. Зрозуміло, що це був зумовлений конкретними історичними обставинами «реверанс» Сполучених Штатів на адресу свого стратегічного союзника.

Водночас у Червоній Армії була розроблена система репресивно-каральних заходів щодо тих військовослужбовців, котрі підпадали під вплив ворожої пропаганди або навіть лише підозрювалися у цьому. Відповідно до наказів командування всі ворожі листівки, виявлені радянськими солдатами, мали бути зібрані та знищені (здебільшого

шляхом спалення), проте серед частини військовослужбовців листівки знаходили позитивний відгук. Зокрема, найбільше поширилися три типи нацистських листівок:

1) листівки – «перепустки у полон». На них містився текст про безнадійне становище Червоної Армії, марність будь-якого опору «непереможним» німецьким військам і необхідність порятунку свого життя шляхом здачі у полон. Тим радянським військовослужбовцям, які добровільно складуть зброю, обіцяли хороше ставлення у полоні, регулярне і якісне харчування, лікування, відсутність тяжкої примусової праці тощо. Передбачалося, що з такою листівкою бійці могли як поодиночі, так і цілими групами чи навіть військовими частинами здаватися у полон, не ставлячи під загрозу власне життя;

2) листівки про Якова Джугашвілі – сина Сталіна, котрий потрапив у німецький полон на початку німецько-радянської війни. У них стверджувалося, що Яків перейшов на бік німців добровільно та «прекрасно почуватися», а сам Сталін із політичним керівництвом СРСР уже втік із Москви до Самари. Відповідно, радянським бійцям немає жодного сенсу воювати далі за своє політичне керівництво;

3) листівки антисемітського змісту (найвідоміша із них під гаслом «Бей жида-политрука – морда просит кирпича!»). Вони мали на меті розпалювання антисемітських настроїв серед червоноармійців, провокування невиконання наказів командирів і політичних працівників. Пропонувалося вбивати своїх командирів єврейського походження та переходити на бік німецьких військ, користуючись вищенаведеним гаслом або листівкою як перепусткою в полон [6, с. 144].

Для того, аби заохотити радянських бійців зберігати у себе листівки, німці йшли на хитрощі. Наприклад, друкували листівки на цигарковому папері. Розрахунок полягав у тому, що солдат буде використовувати її для виготовлення «самокруток» і так чи інакше, але ознайомиться зі змістом, а потім, можливо, розповість ще й іншим бійцям.

Проте якщо радянські командири виявляли такі листівки у своїх підлеглих, їм загрожував Військовий трибунал Діючої армії – звинувачення у «зраді Батьківщини», намірі перейти на бік ворога, поширенні ворожої пропаганди тощо. Наявність листівки вважалася обтяжуючою обставиною. Зазвичай покаранням була смертна кара через розстріл. Дуже часто жертвами сталінської карально-репресивної машини ставали солдати й офіцери, котрі зовсім не збиралися «зраджувати Батьківщину»,

а просто зберігали в себе німецькі листівки для виробництва «самокруток» в умовах жорсткого дефіциту цигаркового паперу. По радіо регулярно зачитували списки засуджених і розстріляних за переховування ворожих листівок. У рідкісних випадках людину не розстрілювали, але оголошували психічно хворою – так сталося, наприклад, із художником Василем Ситниковим, що у 1941 р. був мобілізований на будівництво оборонних споруд у Підмосков'ї та збирав німецькі листівки, які розкидали з літаків [2, с. 327]. Вони були потрібні йому для того, аби малювати на них – проте таке захоплення в атмосфері тогочасної шпигуноманії привело художника до примусового лікування у психіатричній лікарні.

Більший ефект, ніж власне нацистська пропаганда, на радянських військовослужбовців справляла пропаганда російських колабораціоністських формувань – насамперед Російської визвольної армії генерала Андрія Власова, адже російська антирадянська пропаганда послуговувалася дуже зрозумілими для радянського бійця тезами: необхідністю знищення колгоспів, скасування примусової праці та «штурмівщини», запровадження економічного стимулювання праці, відновлення свободи підприємництва, друку, слова, повалення більшовицької диктатури [10, с. 396]. Іноді у пропаганді використовувалися церковні мотиви: стверджувалося, що після повалення сталінського ладу та відновлення Російської національної держави настане повна свобода совісті, можливість безперешкодно відвідувати церкви, відзначати християнські свята, виконувати обряди тощо. Дієвість власівської пропаганди була такою, що навіть навесні 1945 р. під час бойових дій на території Німеччини та Чехії деякі радянські бійці переходили на їхній бік, хоча неминучість поразки власівців разом із гітлерівською Німеччиною, здавалося б, уже була для всіх зрозумілою.

Висновки. Таким чином, протидія негативному інформаційно-психологічному впливу противника посідала помітне місце у пропагандистській роботі у лавах Червоної Армії у період німецько-радянської війни 1941–1945 рр. Найпершим і найпростішим методом протидії було ізолювання військовослужбовців від потенційних впливів ворожої пропаганди. Оскільки тоді основним засобом пропаганди була друківана листівка (їх масово поширювали, розкидаючи з літаків або вистрілюючи агітснарядями й агітмінами), наказами командування передбачалося негайно збирати й утилізувати ці матеріали, перешкоджаючи розповсюдженню серед бійців. З метою

запобігання розповсюдженню також застосовувалися карально-репресивні заходи аж до смертної кари. Ставка робилася не тільки на покарання винних, але й на психологічний ефект – страх можливого покарання, який утримував би військовослужбовців від читання та поширення ворожих агітаційних матеріалів.

Водночас із цим радянське військово командування та політичне керівництво намагалися діяти на випередження та прищеплювати військовослужбовцям «імунітет» проти ворожої пропаганди. Одним зі способів була «пропаганда ненависті». Зазвичай це робилося у критичні моменти, коли

становище на фронті було скрутним, доводилося оборонятися й відступати. У Радянському Союзі «пропаганда ненависті» культивувалася найбільше у 1942–1943 рр., прийшовши на зміну провальній за своїми результатами «пропаганді інтернаціональної єдності та світової комуністичної революції». Ворога позбавляли будь-яких людських якостей, демонізували та максимально очорнювали. Головним завданням бійців, як стверджувала пропаганда, було безжальне вбивство якомога більшої кількості ворогів, а не виявлення милосердя до противника чи бодай якоїсь уваги до його інформаційно-пропагандистських акцій.

Список літератури:

1. Волковский Н.Л. История информационных войн : в 2 ч. Ч. 2. Санкт-Петербург : Издательство «Полигон», 2003. 736 с.
2. Воробьев В. Враг народа. Воспоминания художника. Москва : Новое литературное обозрение, 2005. 816 с.
3. Зверев С.Э., Сторожев Н.Б. Воспитание ненависти к врагу в советской воинской культуре 30–40-х гг. XX в. *Вестник СПбГУКИ*. 2014. № 3 (20). С. 21–28.
4. Куцька О.М. Пропагандистське забезпечення вступу та перебування Червоної Армії на території країн Європи (1944–1945 роки) : монографія. Львів : Нац. акад. сухопут. військ, 2017. 398 с.
5. Леонтьева Л.Є. Історія проведення психологічних операцій на радянсько-німецькому фронті (1941–1945 рр.). Львів, 1996. 44 с.
6. Македонская В.А., Швец Т.Д. Информационно-психологическое противоборство СССР и Германии в годы Великой Отечественной войны. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2013. № 3. С. 144–149.
7. Мощанский И.Б. Информационная война. Органы спецпропаганды Красной армии. Москва : Вече, 2010. 384 с.
8. Памятка агитатора о том, как проводить беседу. Москва : Госполитиздат, 1943. 68 с.
9. «Разгром немецких войск под Москвой». Триумф по обе стороны океана. Москва : ВГИК, 2017. 48 с.
10. Романько О.В. Крым под пятой Гитлера. Немецкая оккупационная политика в Крыму (1941–1944). Москва : Вече, 2011. 432 с.

Maraiev V.R. COUNTERACTION TO THE INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL INFLUENCE OF THE ENEMY IN THE RED ARMY DURING THE GERMAN-SOVIET WAR OF 1941–1945

The article analyzes the experience of counteracting the negative information and psychological influence of the enemy on the personnel of the Red Army during the German-Soviet war (June 1941 – May 1945). Highlights the evolution of Soviet propaganda during the war, which was associated with gradual growth the degree of influence on the military personnel and the low effectiveness of Soviet propaganda at the initial stage of 1941–1942. The failed propaganda of “international unity and the world communist revolution” was replaced by the “propaganda of hatred”, which was most cultivated in 1942–1943. This was due to the critical situation at the front, the retreat, the numerous defeats and losses of the Red Army, as a result of which the Soviet military command and political leadership tried to instill among the military personnel “immunity” against enemy propaganda to dehumanize the enemy. It was emphasized that the propaganda during this period tried to deprive the Germans and their allies of any human qualities, to demonize and denigrate as much as possible, in order to encourage the Red Army soldiers to ruthlessly destroy enemy soldiers and officers. We analyze that other methods of counteraction were used throughout the war, primarily the isolation of servicemen from the potential effects of hostile propaganda and the use of punitive and repressive measures, including the death penalty. Given that the main means of propaganda at that time was a printed leaflet, the orders of the command provided for the immediate collection and disposal of such materials, to prevent their distribution among the military personnel. The article considers that in the punishment of those guilty of spreading hostile propaganda materials, the focus was primarily on the psychological effect – the spread among Soviet soldiers and officers of fear of possible punishment that would deter them from reading and disseminating such materials.

Key words: Red Army, German-Soviet war, propaganda, agitation, leaflets.