

*Д.М. КАЧАХІДЗЕ*, аспірант НТУ «ХПІ»

## **ПРОПАГАНДА ЯК ЗБРОЯ У ВІЙНІ**

В статті аналізуються деякі види пропагандистської діяльності. Відображається її вплив на свідомість людей, як цивільних, так і військових. Особливу увагу приділено ролі пропаганди і її вплив на хід бойових дій. Також відображено яку користь, або навпаки, яку шкоду може принести пропаганда під час війни.

В статье анализируются некоторые виды пропагандистской деятельности. Отображается ее влияние на сознание людей, как гражданских, так и военных. Особое внимание уделено роли пропаганды и ее влияние на ход боевых действий. Также в статье описано, какую пользу или наоборот, какой вред может принести пропаганда в ходе войны.

Some types of propagandist activity are analysed in the article. The influence on consciousness of people, both civil and soldiery is represented. The special attention of propaganda roles and its influence on motion of battle actions is spared. The benefit or vice versa, what harm can bring propaganda during war is also described in the article.

До початку другої світової війни публіцисти і пропагандисти всіх країн сходилися до однієї думки: пропаганда буде грати в майбутньому протистоянні вирішальну роль. Чимале значення мав і досвід ідеологічного керівництва великими масами, накопичений між двома війнами. До початку другої світової війни угруповання супротивників були майже такими ж, як і перед першою світовою війною, але тепер супротивники вже знали, що пропаганда є потужною зброєю. Не було майже ніякого сумніву в тому, що в разі війни весь накопичений багаторічний досвід буде використаний повною мірою.

Засоби ведення сучасної війни обмежуються цілою низкою міжнародних угод і правил, яких має дотримуватися кожна цивілізована держава. Ці правила ставлять межу застосування певних тактичних прийомів і видів зброї. Проте до цих пір жодне положення міжнародного права не стосувалося пропаганди під час війни. Не з'явилося навіть ніяких умовних обмежень, хоча про дію пропаганди стало відомо ще під час війни 1914-1918 років. Таким чином пропаганда стала тепер засобом ведення війни, застосування якого ніяк не регулюється нормами міжнародного права. Навіть сама безсоромна пропаганда не обумовлена ні в одному параграфі міжнародних конвенцій.

Історія пропаганди в першій світовій війні є перш за все історією пропаганди жахів. Саме з цього часу пропаганда стає чимось на зразок ганебного клейма, що накладається на супротивника, вона завойовує собі в широких колах вельми погану славу, яка до певної міри і пояснює її успіхи і неуспіхи під час другої світової війни. Двох десятиліть, що минули з дня закінчення першої світової війни, виявилось недостатньо, щоб забути про пропаганду жахів і цим звільнити пропаганду військового часу від її основного зла – брехні. Багато противників міністра пропаганди Геббельса визнавали за ним певний пропагандистський талант, але немає ніякого сумніву, що при існуючому в ту пору стані речей і при наявності багатого досвіду пропаганди, витягнутого з першої світової війни, зробити німецький народ несприйнятливим до пропаганди супротивника могла і набагато менш талановита особа. Варто було тільки нагадати німцям про небезпеку

пропаганди жахів, про лорда Норткліффе і про його методи. До того ж з пам'яті багатьох німців, які пережили першу світову війну, всі ці «жахи» ще далеко не згладилися. У Німеччині не було ні одних курсів для пропагандистів і агітаторів, на яких брехня пропаганди супротивника не викривалась б на підставі застарілих вже прийомів боротьби з пропагандою жахів. Викриття ворожої пропаганди ставало предметом політичних занять в школах, а редакції газет і журналів були буквально завалені подібними матеріалами[1.117].

По суті справи, пропаганда жахів не була вже справжньою пропагандою. Величезну переконливу силу мала і легенда про «розп'яття канадця», і розрахована на католиків неправда про насильства над черницями, і так звані «свідчення свідків» про муки католицьких священників, яких нібито підвішували до дзвонів. Однак жодне з цих звинувачень, які були пред'явлені Німеччині і поширених пропагандою супротивника по всьому світу, згодом не було доведено.

Самою брудної і одночасно найдієвішою брехнею виявилось повідомлення про те, що німці переробляють трупи солдат своїх і чужих на стеарин і на корм для свиней. Це повідомлення викликало у всьому світі бурю обурення і послужило приводом для вступу Китаю у війну на боці Антанти. Тільки в 1925 році цю брехню було нарешті викрито у статті, що з'явилася в американській газеті «Times Dispatch», яка писала з цього приводу: «З усіх жахливих знарядь сучасної війни чи не перше місце займає пропаганда, яка є важливою складовою частиною військової машини будь-якої нації. Знаменита історія з трупами, яка під час війни довела ненависть народів до Німеччини до межі, оголошена зараз англійською палатою громад брехнею. Кілька місяців тому світ дізнався про те, що ця брехня була сфабрикована і поширена одним з спритних офіцерів англійської розвідки [2.57].

Про значення брехні у військовій пропаганді багато сказано і багато написано. Дехто виправдовує подібні засоби обробки мирного населення, дехто категорично не сприймає. «Коли починається війна, першою жертвою стає правда», – свідчить поширена приказка, і як би підтверджуючи це, автор вищезгаданої статті говорить наступне: «Брехня – це визнана всіма і надзвичайно корисна зброя війни, кожна країна свідомо використовує її тільки заради того, щоб ввести в оману власний народ, завоювати на свій бік нейтральні країни і обдурити противника»[5.124].

І дійсно, брехня завжди була найстрашнішою зброєю. Вона наносила супротивникам серйозні рани і істотно впливала на хід військових подій. Але не можна забувати, що пропагандистська брехня є не простою зброєю, що вона має ще одну властивість, завдяки якій ця зброя стає виключно небезпечною. Справа в тому, що дія пропаганди продовжується і після закінчення бойових дій, і зупинити її так, як, скажімо, зупиняють вогонь гармат або скидання бомб з літаків, неможливо. Пропаганда подібна снаряду, обладнаному безліччю дистанційних підричників, які змушують його вибухати через багато років, іноді навіть десятиліть і розкидати навколо себе

сприятливе середовище для незліченних докорів і образ, що заважають нормалізації міжнародних відносин. Тому можна сказати, що успіхи, яких пропаганда досягла шляхом брехні, ніколи не вигідні навіть для тих, кому вона спочатку принесла користь. Це пояснюється тим, що брехня зводить нанівець значення пропаганди як зброї. Якщо пропаганда - зброя, то брехня - не що інше як пісок в її механізмі, і в цьому довелося переконатися кожній державі, яка використовувала цю зброєю.

Багатьом це може здатися дивним, проте вже в останній світовій війні обидві протидіючі сторони все частіше відмовлялися від «абсолютної брехні» і по можливості уникали її. Якщо, наприклад, німецька служба інформації повідомляла про потоплення того чи іншого корабля противника, а пізніше з'ясовувалося, що це не відповідає дійсності, то тут можна говорити не про задалегідь підготовлену брехню, а просто про непорозуміння, що сталося в результаті помилок спостереження і т. п. Досвідчена служба інформації ніколи не зробить такої заяви, яку противник може перевірити найпростішими засобами і тут же, використовуючи радіо, викрити перед всім світом як брехню[13.47]. Дещо по-іншому сприймається повідомлення про свої успіхи, коли перебільшуються втрати противника в танках, літаках і т. п., тому що ці цифри не завжди можуть бути перевірені. У всякому разі, там, де штаби пропаганди на тій і на іншій стороні працюють активно і до того ж мають однакові технічні засоби, брехня стає вельми важкою і проблематичною справою. Замість брехні у другій світовій війні з'явилося і стало сутністю всієї пропаганди якесь еквілібристське перекручення понять і відкрита лайка.

Пропаганда в стилі першої світової війни згодом ніколи більше не повторювалася. Навіть самі переконані її прихильники визнали, що шкоди, яка була заподіяної нею було незрівняно більше, ніж усі короточасні успіхи, отримані завдяки їй.

Питання про те, наскільки успішною була німецька пропаганда, щонайменше, недоречні, тому що думки, які склалися у німецьких солдатів і цивільного населення на різних етапах війни, ні в якому разі не відображали дій німецької пропаганди. Тому, якщо відомий радіокоментатор Бі-Бі-Сі Ліндлі Фрейзер говорить про «повну перемогу пропагандистів над німецьким народом»[14.119], то це вірно лише з великими застереженнями. Німецька пропаганда апелювала головним чином до почуттів, зачіпала серце і душу народу, тобто до німецького націоналізму, до готовності народу до самопожертви, до його віри у своїх керівників і відданості своїй владі, так само як і до його солдатських чеснот. Саме ці почуття виявлялися майже у всіх сферах суспільного та приватного життя німецьких людей. Про те, що ці ідеали і почуття стали засобами обману, велика частина німців дізналася запізно. Внаслідок цього виникло глибоке розчарування і породило ще більшу недовіру до пропаганди.

Але слід зазначити, що жертвою зловживання ідеями став не тільки німецький народ. Так, наприклад, одна з тез німецької пропаганди про створення Великої німецької імперії була підхоплена молоддю інших

європейських країн, про що свідчать судові процеси, які проходили там після війни. Прагнення молоді позбутися європейської роз'єднаності народів було використано німецькою пропагандою в своєкорисливих політичних цілях.

Найтяжчий злочин німецької пропаганди перед своїм народом полягав в тому, що в кінцевій фазі війни вона не тільки неправдиво повідомляла про становище на фронтах, а й робила це з великим зволиванням. Багато тисяч людей, що жили в східній частині Німеччини, могли б своєчасно врятуватися і не були б захоплені противником зненацька, якби офіційні інформаційні повідомлення були правдивими[7.211]. Такий образ дій у військовому відношенні не має ніякого сенсу. Постійно наступаючим вперед військам союзників, подібні німецькі повідомлення не могли принести ні користі, ні шкоди, тим більше, що німецькі частини і з'єднання, які не втратили ще зв'язок один з одним, були цілком обізнані про становище на фронті. У тому ж випадку, коли війська опинялися в оточенні, вони діяли на власний страх і ризик. З приводу становища тих днів Геббельс, виступаючи на прес-конференціях, говорив, що пропаганда повинна докласти максимум зусиль, щоб пережити всього лише кілька найближчих важких тижнів, поки нова зброя істотно не змінить обстановки. «Те, що зараз залишається в тилу у ворога, – говорив він, – буде звільнено пізніше, а поки воно може і там приносити користь німецької армії.» (У зв'язку з цим слід згадати про його заклики до партизанської війни.) Але хаос, створений панікою, не можна усунути ніякими заходами, тому все, що тоді говорилося, нагадувало швидше азартну карточну гру, ніж пропаганду, а народу, який внутрішніми і зовнішніми подіями був доведений до свого роду фанатичної несамовитості, вже не могли допомогти ні віра, ні зневіра[12.165].

Для успіху пропаганди чимале значення має і поведінка супротивника. У критичні моменти війни аж до самих останніх днів вона іноді відігравала вирішальну роль. Бомбардування німецьких міст, вимога беззастережної капітуляції (яку пропаганда союзників всіляко замовчувала, а німецька пропаганда навпаки зробила своїм основним аргументом), план Моргентау, а також далеко не двозначні натяки на долю, яка чекає німецький народ після війни, і не в останню чергу дружні відносини між західними державами і Радянським Союзом – все це було козирем в руках німецької пропаганди, яким вона користувалася досить гнучко. Не допусти союзники деяких психологічних помилок, німецька пропаганда не змогла б надихнути народ на такі досягнення[.

Вирішальний вплив на волю німецького народу до опору надали події на Східному фронті. Події, пов'язані з просуванням Червоної Армії по території Німеччини, мали настільки закінчений характер, що абсолютно не потребували якої небудь оцінки з боку німецької пропаганди. І хоча вона всіма своїми засобами намагалася реагувати на трагічні події останніх місяців, поведінка військ і цивільного населення визначалася безпосередньо самим ходом подій, а ніяк не пропагандою.

3. *Горяева Т.М.* Фонодокументы как источник по истории Великой Отечественной войны / Т.М.Горяева // История СССР. – 1985. – № 3. – С. 142–154. 4. *Демосфенова Г.Л.* Советские плакатисты – фронту / Г.Л.Демосфенова. – М., 1985. – 187 с. 5. *Клаузевиц К.* О войне / К.Клаузевиц. – Том I, изд. 5-е. – Воениздат, М., 1941. – 356 с. 6. *Клаузевиц К.* О войне / К.Клаузевиц. – Том II, изд. 3-е. – М. : Воениздат, 1941. – 345 с. 7. *Крысько В.Г.* Секреты психологической войны: цели, задачи, методы, формы, опыт / В.Г.Крысько. – Мн., 1999. – 267 с. 8. *Поляков Ю.* Почему мы победили. О массовом сознании в годы войны / Ю.Поляков. – Свободная мысль, 1994. – № 11. – С. 98–105. 9. *Пономаренко А.* Партизанское движение в Великой Отечественной войне / А. Пономаренко. – Большевик, № 13, 1943 г. 10. *Руденко Н.Н.* Слово правды в борьбе с фашизмом. Пропагандистская деятельность политорганов Красной Армии среди войск противника на территории СССР. 1941–1944/ Н.Н.Руденко. – Киев, 1980. – 351 с. 11. *Филитов А.М.* «Холодная война». Историографические дискуссии на западе / А.М.Филитов. – М., 1991. – 228 с. 12. *Фуллер Дж. Ф. Ч.* Вторая мировая война / Дж. Ф.Ч. Фуллер. – Издательство, М., 1956. – 292 с. 13. *Шандра В.А.* Газета, пропаганда, жизнь: вопросы теории и методики / В.А.Шандра. – М., 1982. – 96 с. 14. *Greiner H.* Die Oberste Wehrmachtsführung 1939 bis 1943. / H. Greiner Wiesbaden, 1951. – 326 s. 15. *Manstein D.* Seine Feldzuge und sein Prozess / D. Manstein. – 1951. – 187 s. 16. *Harris A.* Bomber-Offensive, Collins, London / A. Harris. – 1947. – 244 s. 17. *Vafts A.* Hitler's Second Army, Infantry Journal, Washington / A. Vafts 1943. – 354 s. 18. *Lerner I.* Propaganda in War and Crisis / I. Lerner. – 1951. – 298 s.

Поступила в редколлегию 06.04. 12