

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ: ЛЮДИ, СОБЫТИЯ, ФАКТЫ

DOI: 10.47026/2712-9454-2024-5-1-51-60

УДК 947.085
ББК 63.3(2)622

О.С. МАКАРОВА

ОБРАЗ ВРАГА В СОВЕТСКОЙ ПРОПАГАНДЕ В ПЕРИОД ПЕРЕЛОМА БОРЬБЫ С ФАШИЗМОМ (июнь 1942 – август 1943 года)

Ключевые слова: советская пропаганда, Великая Отечественная война, образ врага, психологическая война, агитация.

В статье рассмотрена проблематика эволюции образа врага в период перелома борьбы советского народа против фашизма. Изучены наиболее важные аспекты идеологической борьбы между Германией и Советским Союзом в июне 1942 – августе 1943 г. Обоснованы причины трансформации образа противника на основе анализа имевших место событий военного времени. Актуальность данной проблематики определяется в первую очередь важностью сохранения памяти о Великой Отечественной войне, в которой решающую роль играло знание о враге. Этот победоносный опыт может помочь противодействовать возрождению идей нацизма в современном мире. Благодаря глубокому и всестороннему изучению механизма военной патриотической пропаганды и внедрению в нее новых технологий решаются задачи по сохранению идентичности и развитию общества. В настоящее время эти исторические процессы помогут расширить кругозор и развить нравственно-патриотические ценности у современной молодежи.

Целью статьи является рассмотрение трансформации образа врага в период коренного перелома в Великой Отечественной войне в июне 1942 – августе 1943 г. для выявления наиболее характерных особенностей его отображения в различных материалах советской патриотической пропаганды.

Материалы и методы. Методологической основой данного исследования выступают как общенаучные, так и специальные исторические принципы и методы познания, включая принципы историзма, объективности и системности, а также совокупность методов, позволивших провести всесторонний анализ архивных и иных источников исследования, в их числе историко-генетический, историко-типологический, историко-системный и др. Работа основывается на архивных документах и материалах периодической печати.

Результаты исследования. Отмечаются важнейшие обстоятельства данного периода, сыгравшие определяющую роль в формировании образа врага в советской пропаганде. В статье представлены наиболее характерные черты образа противника, создаваемые советской пропагандой. Исследованы изменения проводившейся среди населения оккупированных территорий германской пропаганды. Дан сравнительный анализ деятельности пропагандистов фашистской Германии и СССР. Приведены примеры создания образа врага на основании изучения документальных источников, воплощенные в произведениях литературы и художественного искусства. Выявлен метафорический образ врага, отраженный в советской пропаганде, на основе изучения архивных материалов и периодической печати. При этом оценена важность натуралистического описания преступлений, совершенных фашистами по отношению к мирному населению оккупированных территорий с целью представить истинное лицо захватчиков и мобилизовать общество на борьбу с врагом. Рассмотрены вопросы легитимности власти противоборствующих сторон.

Выводы. В переломный период Великой Отечественной войны происходит трансформация образа врага. Изначальный образ бесчеловечного звероподобного противника, порабоцававшего все новые и новые народы, после поражений, которые

потерпела германская армия, трансформируется в карикатурный облик поверженного трусливого врага. Враг по-прежнему силен, жесток и коварен, но доминирующим в произведениях советской пропаганды и общественном сознании становится образ именно поверженного врага. Неизбежность победы выступает доминирующим лейтмотивом в советской пропаганде, и враг в образах, созданных пропагандой, должен вызывать чувство отвращения. Важным фактором становится натурализация подачи информации о преступлениях, совершенных фашистами и их пособниками. Речь идет о развитии системы контрпропаганды, убеждающей людей, что бесчеловечному врагу, убивающему женщин и детей, нельзя верить. Образы, созданные в советских пропагандистских произведениях, достигли своей цели и прочно укоренились в общественном сознании.

Введение. Одним из самых значимых событий в российской истории XX в. является Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Происходила битва за выживание советского многонационального народа. Длительное противостояние за свободу против фашистской агрессии привело к кровопролитию за право жить на родной земле. Память о героях и испытаниях, которые прошли советские люди, позволяет нам осознавать масштабы этого противоборства.

Актуальность изучения данной проблематики определяется необходимостью подробного исследования идеологической борьбы советского народа против нацизма в переломный период Великой Отечественной войны, в июне 1942 – августе 1943 г. В современной исторической науке вопросы формирования образа врага именно как центрального элемента советской патриотической пропаганды являются малоизученными. Каковы были причины этой эволюции? Какие именно аспекты идеологической борьбы между Германией и Советским Союзом являлись решающими? Какую роль играло знание о противнике? Ответы на эти вопросы, изучение исторических процессов развития механизма патриотической пропаганды непременно расширят задачи по сохранению идентичности и развитию нашего общества в будущем.

Целью статьи является рассмотрение трансформации образа врага в период коренного перелома в Великой Отечественной войне в июне 1942 – августе 1943 г. для выявления наиболее характерных особенностей его отображения в различных материалах советской патриотической пропаганды.

Материалы и методы. В статье используются документы из Центрального архива Министерства обороны Российской Федерации и периодические издания: газеты «Правда», «Красная звезда», «Большевистская правда», «Советский воин», «Пропагандист». Все использованные материалы датируются переломным периодом в Великой Отечественной войне. В документах содержатся натуралистические описания преступлений, совершенных фашистами в военные годы. Для проведения исследования применяются различные научные методы, включая историко-генетический, историко-типологический, историко-системный и другие.

Результаты исследования. Автором отмечается специфика трансформации образа врага в советской пропаганде, в том числе во взаимосвязи с пропагандистской работой, проводимой фашистской Германией на оккупированных территориях СССР. Натуралистическое описание в образах пропаганды злодеяний фашистов во многом является ответом на призывы сотрудничать с врагом с обещанием возможности мирной жизни в условиях оккупации. Многие образы советской пропаганды отражали истинную информацию о реальном положении дел на оккупированных территориях и являлись, по сути, именно контрпропагандой в отношении противника, который в условиях ухудшения

своего положения на фронтах пытался мобилизовать социальные ресурсы захваченных территорий.

Спустя год с начала Великой Отечественной войны советским пропагандистам становится понятно, что осуществление дискредитации руководителей фашистской Германии в глазах солдат противника не дала ожидаемых результатов. В свою очередь, противник не терял времени и тщательно анализировал сложившуюся для него непростую обстановку. «Блицкриг» не удался, и развернулась война на истощение сил противоборствующих сторон.

В этой связи германское руководство стало проводить более продуманную политику, направленную на обеспечение возможности использования ресурсов оккупированных территорий для своих нужд. Террор, массовое уничтожение местного населения, угон на принудительную работу в Германию продолжались. Одновременно с этим предпринимались попытки действовать с помощью политики «кнута и пряника». Для местного населения создавалась методами пропагандистской работы иллюзия мирной и безопасной жизни под властью оккупантов.

Кроме того, необходимо напомнить и о попытках наладить сельскохозяйственное и промышленное производство в интересах Германии, осуществлять набор коллаборантов в военные подразделения, способствовать развитию сети агентуры и др. Важной задачей была и антисоветская пропаганда, а также сеяние межнациональной розни. Цель подобной политики заключалась в том, чтобы снизить нагрузку на боеспособные подразделения, которые не должны отвлекаться с фронта, а также в осваивании захваченных территорий, используя в первую очередь именно местное население. Истощение материальных и человеческих ресурсов Германии и ее союзников стало причиной проведения подобной политики.

Подобное положение дел было известно советскому командованию. Маршал Г.К. Жуков писал в своих мемуарах: «Фашистская пропаганда развернула кампанию за “более тщательную и своевременную подготовку ко второй русской зиме”» [4. С. 290]. На оккупированных территориях был установлен нацистский порядок, который имел целью обеспечивать контроль над нефтяными источниками, производственными базами, промышленными предприятиями, рудниками в интересах фашистской Германии.

Фашистские пропагандисты организовывали выставки, поездки в Германию, в ряде местностей пытались решать проблемы с социальным обеспечением. В том числе издавали газеты: «Речь», «Северный Кавказ», «Пятигорское эхо» и др. Они также распространяли слухи, применяли наглядную агитацию – плакаты. Руководство обязало немецких солдат обращаться с населением оккупированных территорий «корректно, не как с врагами». Мощная нацистская пропаганда велась в церквях, сельских собраниях, по радио, где сообщалось об успехах немцев в боях против СССР – большевиков. Министерства Геббельса и Розенберга издавали календари, например, в 1943 г. издан православный календарь. В него были внесены дни рождения Гитлера, Геринга и др. Основной информационно-психологической формой у пропагандистов фашистской Германии была печать листовок. В связи с этим нацистское руководство разработало документ с названием «Предложения к составлению листовок для войск противника». При необходимости в нем допускалось даже «обливание грязью фюрера» [3. С. 355–359].

Советское руководство обратило внимание на то, какое воздействие на население стало оказывать содержание вражеских листовок. Нацистскую

печатную продукцию стали внимательно анализировать и создавать ответные материалы, такие как: «Везде фашистским палачам!» в газете «Правда»: «... фашистские бандиты с звериной злобой разрушают все на своем пути... Мы ничего не простим ненавистному врагу... К возмездию, советские люди! Смерть немецким оккупантам!» [12]. Суть ответа была проста. Нельзя верить оккупантам, совершавшим зверства по отношению к советским гражданам. Любкой идущий на сотрудничество с ними теряет человеческий облик. Важно помнить о преступлениях, которые они совершали и совершают сейчас. Оккупанты заслуживают только смерти за свои преступления.

Необходимо отметить и единичные случаи засылки пленных гитлеровцев в тыл от имени советского командования. В ходе боев под Великими Луками 25 ноября 1942 г. по 20 января 1943 г. отмечались случаи возвращения пленных солдат Германии в свои части. В результате оказываемого пропагандистского воздействия они агитировали сдаваться в плен своих сослуживцев. Решающую роль сыграли так называемая «усталость от войны», общая деморализация частей противника, находившего в окружении. Подобные случаи были и на других участках фронта. В том числе и в ходе наступательной операции под Кёнигсбергом в 1945 г. [16. Л. 1]. Но у вражеских солдат благодаря большому количеству одержанных побед сохранялся боевой дух. Следовательно, можно утверждать, что пропагандистское воздействие не приносило ожидаемых результатов.

В советских партийных документах звучало требование в максимальном количестве публиковать материалы о насильственных действиях по отношению к женщинам, детям и старикам, издевательствах над пленными и т.п. Руководство СССР стало стремительно описывать страшные эпизоды этой кровавой войны и трансформировать образ врага различными средствами. Вот пример из текста статьи Г. Григорьева «О роли морального фактора в борьбе за разгром врага» в журнале «Пропагандист», которая появилась в период кульминации Сталинградской битвы: «Пылает изба, подожженная немцами. В ней осталась годовалая девочка. Ее братец двенадцати лет бросается в горящую избу и выносит оттуда уцелевшего ребенка. Тогда немецкий офицер обращается к мальчику и говорит ему: “Ты есть молодец... Покажи!” А когда мальчик доверчиво протянул ему сверток, офицер высоко поднял девочку, шагнул вперед к избе и швырнул ее прямо в огонь... Он мог совершить этот страшный акт жестокости только потому, что он немец...» [14. С. 35]. Другая статья в газете «Правда» под заголовком «Убийства и истязания советских граждан»: «... Бессмысленному издевательствам и зверствам подвергся В.И. Мурашевский 74-х лет... Немецкий солдат, проживавший с ним по соседству, позвал его к себе в дом и там зверски убил его. При осмотре трупа Мурашевского установлено, что правая щека у него разрезана и вывернута к правому уху, правое ухо оторвано, левый глаз выколот, веко вырезано треугольником, верхняя губа отрезана, на виске вырезан треугольник, кожа на затылке срезана бритвой...» [12]. Таким образом, представления советских граждан, находившихся на оккупированных территориях, о высококультурном немецком народе вступили в противоречие со зверствами немецких солдат.

Образ врага впитывал все эти настроения, и враг стал изображаться как захватчик – жестокий «зверь» и «фашист», который не знает пощады. Приведем в качестве примера несколько заголовков из газет: «Документы о зверствах немцев», «Фашистские варвары», «Бандиты и насильники» и т.д. Поворотным годом в формировании ненависти к немцам стал именно 1942 г., зазвучали

призывы на плакатах: «Воин Красной Армии, спаси!», «Отомсти!», «Защити!» и т.п. Литераторы в доступной форме отражали эту ненависть, например, накануне Сталинградской битвы в «Красной звезде» в июле 1942 г. публикуется стихотворение-лозунг К.М. Симонова «Убей его!» [7]. Этот нагнетающий призыв демонстрирует силу агрессии советского гражданина против врага. В советской пропаганде окончательно стерлась грань между понятиями «немцы» и «фашисты».

Наиболее ярко образ противника представлен в ранних статьях И. Эренбурга: «Гитлеровская орда» [5], «Бешеные волки» [6] и др. В тексте «Гитлеровская орда» кочевой народ, именуемый ордой, сравнивается с фашистской бандой под управлением хана – Гитлера. Сразу образ «орды» ассоциируется с жестокими набегами и желанием властвовать на захваченной земле. Борьба против монгольского нашествия является проекцией нападения Германии на СССР 22 июня 1941 г. Образ врага раскрывается в определениях – звери, породистые дегенераты, грабители и т.п. В «Бешенных волках» звериной сущностью наделяются политические и военные деятели Германии. Например, И.Г. Эренбург Гитлеру дает образ бешеной собаки, а маршала Геринга называет спесивым индюком и палачом, который любит ритуальные казни, Геббельса – отвратительной обезьяной и придворным шутком Гитлера и т.д.

Итак, складывается метафорический образ врага-зверя, который не желает подчиняться гуманным нормам поведения. Вот еще один прозаический пример из газеты «Большевистская правда»: «...если гитлеровцы дальше будут находиться на нашей земле, они отберут у вас весь урожай и увезут его в Германию. Фашистские бандиты – это волки в овечьей шкуре» [1].

В сентябре 1942 г. Ярославский публикует свою заметку с названием «Орда» в газете «Правда». В ней он цитирует трофейное письмо немецкого летчика Х. Кремера своей фразе Фани Хейденхейм в Вюртемберг с советско-германского фронта. Автор статьи называет немца «фашистским куроедом», «саранчей», «грабителем», «палаческой ордой». Представляет часть этого письма: «...Яйца, молоко и сметану всегда можно найти. Как-то раз я нашел 21 яйцо, ½ литра хорошей густой сметаны и ¾ фунта самодельного масла. Затем вылавливаются куры, им отрываются головы. Коровы и телята связываются, после этого деревня поджигается, а мы с добычей отправляемся домой. Когда в округе все “обмолочено”, передвигаемся на несколько километров дальше». Далее Ярославский дает установку, что необходимо делать с такими недочеловеками: «...Это вполне дорисованный портрет грабителя, одного из представителей фашистской саранчи, которая опустошает, сжигает, “обмолочивает” вокруг себя все, что можно сожрать... Эту бесчестную палаческую орду надо истребить, чтобы могло жить человечество» [10].

Во всех видах искусства для укрепления веры в победу РККА враг стал изображаться либо в образе бесчеловечного изверга, либо жалким гротесковым персонажем. Советская власть указывала, что при пропагандистском изображении следует избегать крайностей: враг не должен быть слишком силен или слишком слаб. Также не должны были упоминаться какие-либо успехи противника.

К началу лета 1942 г. слово «немец» становится тождественно определению «враг». Окончательное слияние этих двух понятий «немец как равнозначно враг» воспроизводит И.Г. Эренбург в статье «Убей!», опубликованной в «Красной звезде» 24 июля 1942 г.: «...Мы поняли: немцы не люди. Отныне слово “немец” для нас самое страшное проклятье» [8].

С августа 1942 г. на первых полосах газет все чаще стали печататься призывы: «Боец Красной армии! Немец несет тебе, твоей семье, друзьям позорную и страшную неволю, мучения и гибель. Не дай в обиду семью, Родину. Бей немецкого гада насмерть!» [9]. Такие воззвания в советской пропаганде и агитации лишали злостного агрессора от генерала до солдата права на снисхождение, но исключали геноцид по отношению к немецкому народу.

2 февраля 1943 г. гитлеровская армия была разгромлена под Сталинградом. Это стало крупнейшим поражением фашистской Германии во Второй мировой войне, которое уничтожило веру в непобедимость армии вермахта. Гитлер высказался о Паулюсе так: «Этот человек должен был застрелиться... Его доставят в Москву. Там он подпишет все, что угодно... Стольким людям приходится умирать, а потом один человек, вроде этого, в последнюю минуту очерняет множество других...» [2. С. 429]. Руководство СС на следующий день попыталось объяснить своему народу причины этого провала в нацистской газете «Völkischer Beobachter». На низкосортной бумаге был напечатан тезис: «Они умерли, чтобы жила Германия», в центре – изображение немецких солдат с опущенными головами, приказ о награждении Ф. Паулюса Железным крестом, справа в нижнем углу фигурировала его миниатюрная фотография [19].

Ф. Паулюс, по сути, должен был покончить с собой из страха перед советским пленом и судом. Но он избежал суда, несмотря на совершенные военные преступления, потому что пошел на сотрудничество с советским руководством и этим, возможно, сохранил себе жизнь и свободу. Речь идет о подрыве легитимности власти нацистских лидеров. Если генерал-фельдмаршалы ценят свою жизнь выше приказов, то как они могут отправлять на смерть своих подчиненных? Почему рядовые и офицеры германской армии должны рисковать своей жизнью, если их собственное командование так ценит свою собственную жизнь? На эти вопросы германская пропаганда не смогла дать ответа.

В противовес этой информации германской пропаганды о причинах гибели 6-й армии К.Г. Жуков подчеркнул, что был учтен опыт первого года войны: «Работая в войсках, мы детально изучали сведения о противнике...» [4. С. 298].

Теперь для германских войск начался оборонительный период, что вызывало раздражение у немецкого народа: «Наш фюрер, спасибо тебе!.. Погибшие под Сталинградом зывают к нам» [2. С. 435]. Донесения Гитлеру об общественных настроениях были регулярными. В них появились отчаяние, уныние и усталость от этой масштабной войны. Чтобы избежать «кризиса руководителя», который навис над фюрером, он выдвинул тезис: «...Если немецкий народ не выстоит, значит, он не заслуживает того, чтобы мы сражались за его будущее» [2. С. 435].

В советской пропаганде сразу же после Сталинградской битвы произошла трансформация образа врага в карикатурном искусстве. Если А. Гитлер еще до конца 1942 г. изображался как главарь бандитской шайки, то в начале 1943 г. он уже представлен художниками в образе побитого пса. Солдаты противника на плакатах представлялись в виде «живых трупов», армия СС – могильными крестами, т.е. это ассоциация того, что солдаты вермахта принимают смерть, а не несут ее для бойцов Красной армии. При формировании у народа СССР образа врага советские карикатуристы в своих произведениях опирались на юмор, сарказм и злободневность военных дней.

8 февраля 1943 г. был освобожден г. Курск. На следующий день Я. Цветов в газете «Правда» написал: «... Курск... Немцы превратили его в огромное кладбище... Только что утих бой на площади около Медицинского института...

Жители Курска помнят, как на эту площадь немцы вывели 19 мирных советских граждан и расстреляли. Здесь же, в этом здании, немецкие изверги-врачи привили яд 400 детям, а возмущенному населению, объяснили: «В городе не хватает хлеба, и дети, мучаясь, будут умирать от голода. Мы облегчили им переход в лучший мир»... Сегодня наступит час возмездия. Бойцы идут по городу... Они снова возвращают его тем, кто его создавал, и кто снова возродит его из пепла и развалин» [11].

Весной 1943 г. германским командованием была спланирована крупномасштабная пропагандистская акция «Серебряная полоса». Расчет делался на то, что советские солдаты начнут многочисленно сдаваться в плен. Огромное количество листовок (более 32 млн экземпляров) сбрасывалось на участки фронта в районе Курска, в них фигурировал слоган: «Русские перебегают к русским». Упор делался на Российскую освободительную армию (РОА) под руководством генерала А.А. Власова [18. Р. 327–328]. Итогом данной провокации стал разгром советскими войсками немецко-фашистских войск в Курской битве.

Подобный пропагандистский ход не сыграл своей роли. Уже в это время имя А.А. Власова стало нарицательным и одиозным. В обыденной речи перешедших на сторону фашистов солдат и офицеров вне зависимости от тех военных подразделений, где они служили гитлеровцам, как правило, называли именно «власовцами». Кроме того, важно выделить, что подобные подразделения отметились главным образом карательными действиями в борьбе с партизанами и уничтожением местного населения, а не подвигами на фронте. Упор фашистской пропаганды на факт формирования воинских формирований из предателей и тот факт, что «русские воюют с русскими», в целом был ошибочным.

29 августа в советской прессе появляется маленький фельетон Я. Викторова «Геббельс воет на луну»: «Унылый, протяжный, противный вой несется из фашистской подворотни. То воет Геббельс, шелудивый фашистский пес... Было время. Был у пса хвост крючком. Брехал он залиvisto и шумно, вещая “молниеносные победы” разбойной фашистской банды... давно уже зажат хвост меж задних ног у гитлеровского пса. Сменился шумный брех унылым воем...» [13].

Формирование образа врага в советской пропаганде в данный военный период строилось на «жажде мести». Велись записи в тетрадях, где фиксировались короткие рассказы военнослужащих. Они напоминали обвинительный акт (Дела мести фашистам) [17, Л. 304–305]. Советская власть пресекала подобные состязания «кто больше уничтожил фашистов», обосновывая это тем, что советскому солдату не должен соответствовать такой аморальный облик и дурное поведение [15].

Выводы. В результате необходимо отметить ряд особенностей формирования образа врага в советской пропаганде в июне 1942 – августе 1943 г. Натуралистичность описания преступлений, совершенных фашистами, была направлена на обесчеловечивание врага. Гитлеровцы не должны вызывать ни малейшей жалости как убийцы женщин и детей, маньяки, отметившиеся зверствами по отношению к мирному населению. При этом речь идет не о воплощении определенного творческого замысла, а о предоставлении населению истинной информации о совершаемых врагом преступлениях без прикрас, в самом реалистическом виде. Народ должен был знать правду о войне. Конкретные лозунги содержали оценку действий противника, в них звучала одна простая мысль, если ты не убьешь немца, если ничего не сделаешь для победы, то враг придет в твой дом как он уже это сделал во многих тысячах малых и больших населенных пунктов.

При этом нельзя забывать и том, что и противник, учитывая сложную обстановку на фронтах, стал больше внимания уделять решению проблемы легитимации своей власти на оккупированных территориях. Стала создаваться иллюзия возможности обычной мирной жизни под игом оккупантов.

Данный период отличается и определенным переломом в формировании образа врага. Тяжелые поражения, выход гитлеровцев на Кавказ и к Волге поставили страну на край гибели. Но страна выстояла, враг был отброшен на сотни километров и понес невосполнимые потери. Самое важное, у гитлеровцев исчезла уверенность в неизбежности своей победы. Воспряло духом и советское общество. В художественном воплощении образа врага доминирующим становится его карикатуризация. Работники пропаганды высмеивали примитивность фашистской идеологии, трусость командования, внешнее уродство лидеров Германии. Победа над ними начинает восприниматься как неизбежность, и враг больше не внушает ужас. Была выиграна битва, которую стороны вели на истощение, потеряв безвозвратно миллионы человеческих жизней.

Литература и источники

1. Большеви́стская правда. 1942. 4 нояб.
2. Булло́к А. Гитлер и Сталин: жизнь и власть. Смоленск: Русич, 1994. Т. 2. 672 с.
3. Дробя́зко С.И. Под знаменами врага. Антисоветские формирования в составе германских вооруженных сил 1941–1945 гг. М.: Эксмо, 2004. 608 с.
4. Жуко́в Г.К. Воспоминания и размышления. М.: Агентство печати Новости, 1983. Т. 2. 327 с.
5. Красная звезда. 1941. 26 июня.
6. Красная звезда. 1941. 6 июля.
7. Красная звезда. 1942. 18 июля.
8. Красная звезда. 1942. 24 июля.
9. Красная звезда. 1942. 16 авг.
10. Правда. 1942. 6 сент.
11. Правда. 1943. 9 февр.
12. Правда. 1943. 7 апр.
13. Правда. 1943. 29 авг.
14. Пропагандист. 1942. № 13/14.
15. Советский воин. 1943. 14 апр.
16. Центральный архив Министерства обороны Российской Федерации (далее – ЦАМО РФ). Ф. 235. Оп. 2086. Д. 412.
17. ЦАМО РФ. 372. Оп. 6570. Д. 76.
18. Steinert M.J. Hitlers Krieg und die Deutschen. Düsseldorf – Wien, 1970, 646 p.
19. Völkischer Beobachter, 1943, 3 Feb.

МАКАРОВА ОЛЕСЯ СЕРГЕЕВНА – аспирантка кафедры новейшей истории России, Санкт-Петербургский государственный университет, Россия, Санкт-Петербург (M9843711@yandex.ru; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8515-3345>).

Olesya S. MAKAROVA

THE IMAGE OF THE ENEMY IN SOVIET PROPAGANDA DURING THE TURNING POINT OF THE STRUGGLE AGAINST FASCISM (June 1942 – August 1943)

Key words: *the Soviet propaganda, the Great Patriotic War, the image of the enemy, psychological warfare, agitation.*

The article examines the problems of the enemy image evolution during the turning point of the struggle of the Soviet people against fascism. The most important aspects of the ideological struggle between Germany and the Soviet Union in June 1942 – August 1943 are studied.

The reasons for the transformation of the enemy's image are substantiated based on the analysis of the wartime events that took place. The relevance of this issue is determined primarily by the importance of preserving the memory of the Great Patriotic War, in which knowledge about the enemy played a decisive role. This victorious experience can help to counteract the resurgence of the Nazi ideas in the modern world. Thanks to deep and comprehensive studying the mechanism of military patriotic propaganda and the introducing new technologies into it, the tasks of preserving identity and developing our society were solved. Currently, these historical processes will help to broaden the horizons and develop moral and patriotic values in modern youth.

The purpose of the article is to consider the transformation of the enemy image during the radical turning point in the Great Patriotic War in June 1942 – August 1943 in order to identify the most characteristic features of its depiction in various materials of Soviet patriotic propaganda.

Materials and methods. The methodological basis of this research is both general scientific and special historical principles and methods of cognition, including the principles of historicism, objectivity and consistency, as well as a set of methods that made it possible to conduct a comprehensive analysis of archival and other research sources, including historical-genetic, historical-typological, historical-systemic and others. The work is based on archival documents and periodical materials.

Study results. The most important circumstances of this period are noted, which played a decisive role in the development of the enemy image in the Soviet propaganda. The article presents the most characteristic features of the enemy's image created by the Soviet propaganda. The article examines the changes in German propaganda among the population of the occupied territories. A comparative analysis of the activities performed by propagandists of the Nazi Germany and the USSR is carried out. The author provides examples of creating the enemy image based on the study of documentary sources, embodied in works of literature and art. The metaphorical image of the enemy reflected in the Soviet propaganda is revealed based on the study of archival materials and periodicals. At this, the importance of naturalistic description of the crimes committed by the fascists against the civilian population of the occupied territories is assessed in order to present the true face of the invaders and mobilize the society to fight the enemy. The issues of the legitimacy of the power of the warring parties are revealed.

Conclusions. During this crucial period of the Great Patriotic War, significant changes are taking place in the image of the enemy. The original image of an inhuman, bestial enemy enslaving more and more lands, after the defeats suffered by the German army, is transformed into a caricature of a defeated cowardly enemy. The enemy is still strong, cruel and insidious, but the image of the defeated enemy is becoming dominant in the works of the Soviet propaganda and in public mind. The inevitability of victory becomes the dominant leitmotif in the Soviet propaganda and the enemy in the images created by propaganda should cause a feeling of disgust. Naturalization of the submitting the information about crimes committed by fascists and their accomplices becomes an important factor. It is referred to the development of a counter-propaganda system that convinces people that an inhuman enemy who kills women and children cannot be trusted. The images created in Soviet propaganda works achieved their goal and were firmly rooted in the public consciousness.

References

1. *Bol'shevistskaya pravda*, 1942, Nov. 4.
2. Bullok A. *Hitler i Stalin: zhizn' i vlast'*. [Hitler and Stalin: life and power]. Smolensk, Rusich Publ., 1994, vol. 2, 672 p.
3. Drobnyazko S.I. *Pod znamenami vraga. Antisovetskie formirovaniya v sostave germanskikh voozruzhennykh sil 1941–1945 gg.* [Under the banners of the enemy. Anti-Soviet formations in the German armed forces 1941–1945 gg.]. Moscow, Ehksmo Publ., 2004, 608 p.
4. Zhukov G.K. *Vospominaniya i razmyshleniya*. [Memoirs and reflections]. Moscow, 1983, vol. 2, 327 p.
5. *Krasnaya zvezda*, 1941, Juny 26.
6. *Krasnaya zvezda*, 1941, July 6.
7. *Krasnaya zvezda*, 1942, July 18.
8. *Krasnaya zvezda*, 1942, July 24.
9. *Krasnaya zvezda*, 1942, Aug. 16.
10. *Pravda*, 1942, Sept. 6.
11. *Pravda*, 1943, Feb. 9.

12. *Pravda*, 1943, Apr. 7.
13. *Pravda*, 1943, Aug. 29.
14. *Propagandist*, 1942, no. 13/14.
15. *Sovetskii vojn*, 1943, Apr. 14.
16. *Tsentral'nyi arkhiv Ministerstva oborony Rossiiskoi Federatsii*. F. 235. Op. 2086. D. 412. [Central Archives of the Ministry of Defense of the Russian Federation. Archive 235. Anagraph 2086. Document 412].
17. *Tsentral'nyi arkhiv Ministerstva oborony Rossiiskoi Federatsii*. F. 372. Op. 6570. D. 76. [Central Archives of the Ministry of Defense of the Russian Federation. Archive 372. Anagraph 6570. Document 76].
18. Steinert M.J. *Hitlers Krieg und die Deutschen*. Düsseldorf – Wien, 1970, 646 p.
19. *Völkischer Beobachter*, 1943, Feb. 3.

OLESYA S. MAKAROVA – Post-Graduate Student, Department of Contemporary History of Russia, St. Petersburg State University, Russia, St. Petersburg (M9843711@yandex.ru; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8515-3345>).

Формат цитирования: Макарова О.С. Образ врага в советской пропаганде в период перелома борьбы с фашизмом (июнь 1942 – август 1943 года) // Исторический поиск / Historical Search. – 2024. – Т. 5, № 1. – С. 51–60. DOI: 10.47026/2712-9454-2024-5-1-51-60.