



УДН 94 (47 + 57)

СОВЕТСКАЯ ПРОПАГАНДА НА ТЕРРИТОРИИ ВОСТОЧНОЙ ГЕРМАНИИ В 1945–1948 ГГ.: ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

С. Н. МУДРОВ*Ярославский государственный
университет им. П.Г. Демидова*

e-mail: swag.07@mail.ru

Статья посвящена оценке эффективности советской пропаганды на территории Восточной Германии в период с 1945–1947 гг. Автор рассматривает условия, в которых вело свою работу Управление информации (пропаганды) на территории Восточной Германии, а также указывает причины низкой эффективности советской пропаганды.

Ключевые слова: Советская военная администрация Германии (СВАГ), советская зона оккупации (СЗО), Управление пропаганды (информации), средства массовой информации, советская пропаганда.

После окончания Второй мировой войны территория Германии была поделена между союзниками. На международных конференциях, где решалась судьба Германии, было принято решение о том, что каждая из стран управляет самостоятельно своей зоной оккупации. Вопросы, касающиеся всей территории Германии, решались объединенным Контрольным советом.

Для того, чтобы управлять оккупационной зоной, Советскому правительству пришлось в кратчайшие сроки создавать для этой цели Советскую военную администрацию Германии (СВАГ). Для проведения идеологической работы и пропаганды в ее структуру было включено Управление пропаганды (информации), которое возглавил полковник С.И. Тюльпанов.

Современные исследователи считают, что пропаганда в советской зоне оккупации (СЗО) терпела неудачи, особенно в первые месяцы и годы после войны, по причине страха немцев перед Красной Армией и советской расправой. Фашистская пропаганда сделала все, чтобы внушить гражданскому населению мысль о том, что красные уничтожат всех, кого застанут на захваченной территории¹.

Немцы, даже если и не знали о зверствах солдат Вермахта, догадывались, что их ждет месть со стороны русских. Эта мысль поддерживалась в головах населения в последние дни войны фашистской пропагандой².

Существует множество свидетельств о том, как прятались или в панике бежали немцы на Запад, спасаясь от наступавшей Красной Армии³. Первые месяцы присутствия советских солдат на территории Германии в определенной степени подтвердили опасения немцев. Солдаты врываются в дома и крушат все, что как им казалось, было нажито за счет угнанных на работу соотечественников и грабежа их Родины⁴. «Буржуазные» партии долгое время использовали эти факты, проводя антисоветскую пропаганду⁵.

Подобному поведению советских солдат есть логическое объяснение, оно отчасти приведено в исследованиях и статьях по данной проблеме. Советские воины, дошедшие до страны, которая вызывала лишь жгучую ненависть, знавшие о том, что творилось в оккупированных областях и концентрационных лагерях, в большинстве

¹ Naimark N.M. Die Russen in Deutschland. Die Sowjetische Besatzungzone 1945 bis 1949. 1999. S. 87.

² Государственный архив Российской Федерации (ГА РФ) Ф. Р. 7317 сч. Оп 7. Д. 124. Л. 2.

³ См.: Юнгер Э. Годы оккупации (апрель 1945 - декабрь 1948). СПб., 2007.

⁴ Шерстяной Э. Германия и немцы в письмах красноармейцев весной 1945 г. // Новая и новейшая история. 2002. № 2. С. 137–151.

⁵ СВАГ. Управление пропаганды (информации) и С.И. Тюльпанов. 1945–1949. М., 1994. С. 34.



случаев, ставили перед собой главную цель – отомстить за все. С другой стороны чувство полного превосходства как физического, так и морального только подстегивало стремление добить врага, если не физически то психологически.

Вскоре были приняты меры по установлению порядка, и военный контингент был отправлен в казармы, случаи разбоя и грабежа стали носить не такой острый характер, да и осуществлялись они зачастую не красноармейцами, а бандитами, переодетыми в военную советскую форму.

Западные исследователи полагают, что именно из-за плохой репутации военных Советская администрация была выделена как самостоятельный, не милитаризированный орган управления, с целью снять негативный характер пребывания советских войск на территории Германии⁶.

Например, А.А. Галкин считает, что это не совсем так. Для создания Советской администрации необходимы были кадры, которые пришли из той же самой Красной Армии, т.е. фактически те же самые военные. Чаще всего это были боевые офицеры, из 7-го Управления⁷.

В создаваемую администрацию подбирали людей профессиональных, адекватных и грамотных, разбирающихся в том или ином виде работы, знающих иностранный язык. Таковыми в Красной Армии были не все, и поэтому организовать внутри воинской структуры подобную организацию представлялось довольно сложным делом. Не было базы, на которой ее можно было бы создать. Функции, предписанные военной администрации и военным, находившимся на территории Германии, были совершенно разные. Милитаризованная структура могла еще больше оттолкнуть население, или подчинить гражданскую службу своим нуждам, чем сильно мешала бы выполнению задач поставленных Москвой.

Говорить о дурной репутации Советской администрации не приходится, скорее наоборот, кадровый состав СВАГ был тщательно подобран. Именно сотрудники СВАГ проводили работу с немецким гражданским населением. Им в наследство достался весь негатив от присутствия Красной Армии среди гражданского населения, который администрация старалась всячески преодолеть.

Работа, проводимая Советской администрацией, в частности, Управлением пропаганды, была нацелена и подчинена выполнению поставленных перед ней задач⁸. В целом их можно обозначить как стремление завоевать доверие немецкого населения для того, чтобы привести к тому образу жизни, к нормам и порядку, по которому жили в Советском Союзе.

Достижение этой цели было жизненно важно для Москвы, при благоприятных условиях она получала почти неограниченные возможности для работы в самом центре Европы. Необходимо было при помощи пропаганды показать и доказать, что образ жизни Запада хуже советского. Показать, что именно капиталистический, буржуазный уклад привел Германию к повторной катастрофе в течение последних 30 лет. На эту аксиому делался особый упор, т.к. новое государство должно быть построено по совершенно иным принципам, оно должно стать демократическим. Только свободная, народная демократия может спасти Германию и от прошлого позора и от будущих катастроф⁹.

Для выполнения этой задачи были брошены все силы. Период с 1945 – 1947/48 гг. являлся периодом напряженной работы Советской администрации, работы направленной на то, чтобы убедить, чтобы привлечь, создать широкую прослойку людей, верных идее народной демократии. Для достижения данной цели использовались все средства.

⁶ СВАГ. Управление пропаганды (информации) и С.И. Тюльпанов. 1945-1949. М., 1994. С. 7.

⁷ Запись беседы с А.А. Галкиным, июль 2007 г. Личный архив автора.

⁸ ГА РФ. Ф. 7317. Оп. 19. Д. 1. Л. 216.

⁹ Там же. Л. 219.



В первую очередь пропаганда велась через СМИ и политические партии. Приказ № 2 маршала Жукова о восстановлении антифашистских партий говорит о стремлении СССР в кратчайший срок восстановить общественно-политическую жизнь в СЗО⁴⁰. Следом за восстановлением партий появились и партийные газеты, программы на радио и прочее.

Партийная пресса не охватывала ста процентов обывателей. Ее распространению препятствовали объективные и субъективные факторы. Например, транспортные проблемы не позволяли вовремя и в полном объеме доставить прессу в провинцию, а, значит, качественно и в срок оказать влияние на формирующееся общественное мнение.

В условиях отторжения политики вообще и недоверия к политическим силам, особенно к коммунистам, данная задача была трудновыполнимой. В связи с этим в декабре 1945 г. была создана новая газета «Нахт экспресс». Организация этой вечерней газеты была вызвана необходимостью пропагандистского проникновения в широкие круги немецкого населения, обывателей, отторгающих партийную и вообще серьезную печать.

«Нахт экспресс» использовал некоторые приемы т.н. легкой, бульварной печати, приемы сенсации, введение в газету развлекательного материала и т.д.⁴¹. Новая газета быстро завоевала успех у берлинского читателя, и долгое время оставалась одной из самых популярных берлинских газет⁴².

Управление пропаганды понимало, что только при помощи СМИ она не сможет охватить всего населения СЗО. Поэтому продолжается и усиливается работа по распространению советского влияния в тех сферах, которые могли бы оказать воздействия на широкие круги общественности.

Одним из источников информации, в том числе и о новых друзьях Германии, об их истории, традициях и обычаях, должны были стать библиотеки. По этой причине необходимо было сначала очистить, а потом укомплектовать их так, чтобы сформировать у немцев нужный образ Советского Союза.

Помимо учебников русского языка и различной литературы, касающейся достижений СССР в самых разных сферах, библиотеки были укомплектованы большим количеством трудов классиков марксизма-ленинизма⁴³.

Однако, по наблюдениям работников СВА, немецкое население испытывало значительно больший интерес к классической русской литературе, нежели к политическим или политэкономическим трудам. Факт этот, к сожалению, не учитывался.

Подобная ситуация сложилась не только с библиотеками, но и в других сферах, например в СМИ или искусстве. Немцев больше привлекало искусство ради искусства. Это выражалось в огромном интересе к постановкам немецких и русских классиков на сцене немецких театров, к немецкой и русской классической музыке, к русской классической литературе.

Еще одним приоритетным направлением было кино. Изначально кино, несущее в себе больше развлекательный, нежели познавательный компонент постепенно превратилось в инструмент пропаганды. Охватывая огромную аудиторию, кинопоказ способен был довести до среднего гражданина нужную информацию, тем самым, сформировать определенный образ или мировоззрение.

Передвижные кинотеатры должны были охватить максимум территории и населения. Перед каждым кинопоказом выступал пропагандист, которые должен был подготовить зрителя к просмотру советского фильма.

⁴⁰ СССР и германский вопрос. Документы из Архива внешней политики Российской Федерации. Т. 2: 9 мая 1945 г.-3 октября 1946 г. М., 2000. С. 25.

⁴¹ Запись беседы с А.А. Галкиным, июль 2007 г. Личный архив автора.

⁴² ГА РФ. Ф. 7317. Оп. 19. Д. 1. Л. 227.

⁴³ ГА РФ. Ф. Р-5283. Оп. 22 Д. 51. Л. 18.



Проводились тематические, коллективные показы, которые завершались обратной связью, т.е. обсуждением со зрителями. Работа пропаганды советского кино, велась в нескольких направлениях. Реклама через печать, где каждый показ освещался положительной рецензией в прессе. (Зачастую буржуазные газеты либо игнорировали тот или иной фильм, либо давали на него слабую рецензию)¹⁴. Организация кинофестивалей, выступление советских офицеров сопровождалось рассказом о советском кино, жизни и конкретно о каком либо фильме и т.д.

Форм и способов внедрения советского кино в кинопрокат было великое множество, деятельность вокруг кино велась активная, однако в первоначальный период она не всегда давала нужные результаты.

Необходимо отметить, что работа, проводимая СВА, была огромна, но малоэффективна. В чем же причина?

Отчасти из-за подозрительного отношения к СВАГ, отчасти из-за того, что ужасы советского вторжения еще были свежи в памяти, отчасти из-за умело проводившейся антисоветской пропаганды – все играло свою значительную роль. Но главная причина в том, что советский образ жизни, советская идеология, были чужды немецкому народу. Причина неудач была не столько в приемах и методах проведения советской идеологии в жизнь, сколько в самой идеологии.

Разногласия, споры и непонимание политики СВА возникали даже у немецких коммунистов, большинство которых верили в идеи коммунистической партии, прошли партийные школы в СССР

Иной менталитет, иная политическая традиция, иные взгляды на жизнь – вот главные причины неудач в пропаганде. Германия, верующая страна, это страна практического ума, это страна производства и капитала, она буржуазна по своей сути и истории. Ни одно столетие шло формирование взглядов и мировоззрения этого государства и его граждан. Изменить его в течение нескольких месяцев или лет – задача невыполнимая.

Проблема заключалась в том, что немцы не хотели больше заниматься политикой, по крайней мере, в ближайшее время, до тех пор, пока не восстановят свою нормальную жизнь. Но интересы немецкого населения в расчет не брались, перед СВАГ стояла цель, вызванная сложившейся ситуацией.

Мероприятия СВАГ носили спонтанный, политизированный характер, это касалось всех сфер, будь то СМИ, кино, театры, библиотеки, музеи и т.д.¹⁵ Подобный напор политических акций вызывал лишь негодование и непонимание. Политические темы отторгались, а способы ведения политической борьбы и выдвижения лозунгов вызывали недоумение. Попытки протолкнуть вперед одну единственную партию, сделав ее главной и в дальнейшем единственной в стране, встретили негодование и отпор со стороны населения.

Навязывание совершенно непонятной и противоречивой с точки зрения немцев политической линии вызывало ожесточение. Ухудшало ситуацию то, что на территории Германии существовали «буржуазные» партии, идеология которых была ближе немцам. Западные союзники получали в свой лагерь всех, кого раздражала политика насаждения советской идеологии, тем самым своей слишком активной деятельностью коммунисты сами фактически подталкивали немцев к «буржуазным» партиям.

Немало важную роль сыграло и проведение пропаганды в жизнь. По воспоминаниям А.А. Галкина, в редакции Бюро информации было очень мало сотрудников-немцев¹⁶. Немецкие журналисты смотрели и писали обо всем происходящем с

¹⁴ ГА РФ. Ф. Р. 7212. Оп. 1 Д. 235. Л. 44-50.

¹⁵ См.: Советская военная администрация в Германии 1945-1949 гг. Политика СВАГ в области культуры, науки и образования: цели, методы, результаты / Отв. ред. Х. Мёллер и А.О. Чубарьян. М., 2006.

¹⁶ Запись беседы с А.А. Галкиным, июль 2007 г. Личный архив автора.



точки зрения немцев и преподносили факты исходя из особенностей менталитета и традиции. Подобная интерпретация не устраивала СВАГ.

Советские журналисты писали свои статьи (или просто переводили статьи, пришедшие из СССР), так как они привыкли это делать в Советском Союзе, они писали для советского читателя, совершенно не зная и не принимая во внимание немецкого менталитета и традиций¹⁷. Материалы готовились, издавались, но не производили должного эффекта, не воспринимались немцами, потому что были непонятны.

«Это были преимущественно книги и брошюры, написанные русскими авторами для советского читателя. Они не учитывали ни степени политической зрелости немецкого читателя, ни его действительных представлений о Советском Союзе. Рядовой немец часто, читая эти книги, или совсем не понимал их, или понимал превратно. То же самое можно сказать о статьях в прессе, которые до середины 1947 г. были, главным образом, переводами статей из советских журналов и газет»¹⁸. Подобных проблем у западной прессы не было.

Чужую культуру можно воспринять, можно восхищаться отдельными ее проявлениями, но кардинально изменить сознание 20 миллионов человек, которое складывалось веками, в течение нескольких месяцев – невозможно. В условиях кризиса, краха и полнейшего разочарования, трудно привлечь идеями, которые непонятны.

Западную печать и пропаганду восточные немцы воспринимали, потому что она была близка и по духу и по образу мысли. Они видели подтверждение фактов, приводимых западными СМИ. Им была понятна логика рассуждений, потому что совсем недавно они были единой страной с общими взглядами на жизнь, политику, экономику, у них была общая история. Теперь они были поделены между двумя совершенно разными политическими системами, с разным мировоззрением, одно из которых было ясно и логично, а другое запутано и непонятно.

Вплоть до 1948 г. СВАГ старалась изменить мышление восточных немцев, хотя и не всегда получалось. В конце 1947 г. на место грамотных, образованных людей, старавшихся адаптировать приказы Москвы под ситуацию и менталитет, придут те, кто привык четко и точно выполнять приказы. Политическая ситуация изменится, наступит время первого кризиса как внешнего так и внутреннего, который положит начало целой веренице проблем, с которые будет решать уже правительство ГДР.

THE SOVIET PROPAGANDA OF 1945–1948 IN EAST GERMANY. ANALYSIS OF ITS EFFICIENCY

S. N. MUDROV

*Yaroslavl State University
n.a. P.G. Demidov*

e-mail: swag.07@mail.ru

The article is devoted to the analysis of efficiency of the Soviet propaganda of 1945-1948 in East Germany. The author considers the working conditions of the propaganda administration in East Germany and points out reasons for its low efficiency.

Key words: Soviet military administration in Germany, Soviet occupation zone, propaganda (information) administration, mass media, Soviet propaganda.

¹⁷ ГА РФ. Ф. 7317. Оп. 19. Д. 1. Л. 219.

¹⁸ Там же. Л. 220.