

Fazekas Judit¹ 

A propaganda mint fegyver – a propagandagránátok alkalmazása a világháborúkban

Propaganda as a Weapon – Deploying the Propaganda Shells of the World Wars

A háborúk során a fegyveres harc mellett mindig is kiemelt szerepet játszott az információs hadviselés. A II. világháború idején a propaganda² nem csupán a médián keresztül, hanem egészen rendhagyó eszközökkel is célba jutott: ilyenek voltak a propaganda céljából bevetett robbanótestek, amelyek a fizikai támadás és a pszichológiai befolyásolás határmezsgyéjén működtek. A tanulmány célkitűzése annak vizsgálata, hogy milyen politikai, társadalmi és katonai célokat szolgáltak ezek a propagandaeszközök, valamint milyen hatással voltak a háborús pszichológiára, a közvélemény formálására és az ellenséges erők moráljára. Különös figyelmet fordítok azokra az esetekre, amikor a propaganda közvetlenül robbanóeszközökhöz kapcsolódott, például a 122 mm-es orosz propagandagránátokhoz. A kutatás nemcsak történelmi szempontból jelentős, hanem napjaink információs hadviselésének megértéséhez is hozzájárulhat. A II. világháború propagandájának elemzése révén rávilágíthatunk arra, hogyan alakult ki az információ fegyverként való használata, és milyen formákban van jelen a modern konfliktusokban. Témaválasztásom oka az, hogy megállításom szerint a hagyományos fegyverekkel vívott harc mellett aránytalanul kisebb hangsúlyt kapnak a lélektani hadviselés változatos eszközei, amelyek a kézzelfogható statisztikai adatokkal, például halálozási rátákkal szemben kevésbé markánsan kimutathatók. A rendelkezésemre álló hely korlátozott, így a teljesség igénye nélkül érintek néhány, a II. világháborúban részt vevő országot háborús propaganda vonatkozásában.

Kulcsszavak: propaganda, világháború, gránát

¹ Tűzszerész, e-mail: jucfazekas@gmail.com

² A propaganda kifejezés a latin *propagare* 'terjeszteni' jelentésű igéből ered, és annak a kongregációnak a feladatául vált hangsúlyossá, amelyet XV. Gergely pápa 1622. június 22-én alapított a katolikus hit terjesztésére. VIRÁNYI 2019: 4.

Throughout wars, alongside armed combat, information warfare has always played a prominent role. During World War II, propaganda reached its targets not only through the media but also via rather unconventional means: among them were explosive devices used specifically for propaganda purposes, which operated on the borderline between physical attack and psychological influence. The aim of this study is to examine the political, social, and military objectives these propaganda tools served, as well as their impact on wartime psychology, public opinion, and the morale of enemy forces. Special attention is given to instances where propaganda was directly linked to explosive devices, such as the 122 mm Soviet propaganda shells. This research is significant not only from a historical perspective but may also contribute to our understanding of contemporary information warfare. By analysing World War II propaganda, we can shed light on how information came to be used as a weapon and the forms it takes in modern conflicts. My choice of topic stems from the belief that, alongside conventional armed combat, the diverse tools of psychological warfare receive disproportionately less attention, primarily because their effects are less tangible and harder to quantify than, for example, casualty rates. Due to space constraints, I will only touch upon a few of the countries involved in World War II in relation to wartime propaganda, without aiming for completeness.

Keywords: propaganda, world war, shell

A német minta

A II. világháború során Németország komoly hangsúlyt fektetett a tömegek meggyőzésére. Adolf Hitler azt hangsúlyozta a *Mein Kampf*-ban, hogy „a propagandának mindig a tömegek felé kell irányulnia. Feladata nem a tudományos igényű ismeretátadás, hanem a tömeg figyelmének felhívása bizonyos tényekre, eseményekre. Minden propagandának népszerűnek kell lennie, és szellemi színvonalát a felvilágosítandók legkevésbé képzett rétegének befogadóképességéhez kell szabni.”³ A propaganda nem intellektuális műfaj. „Nem szükséges, hogy a nép tudatosan gondolkodjék, hiszen az emberek felfogóképessége amúgy is meglehetősen korlátozott, intelligenciájuk csekély, viszont igen gyorsan felejtjenek.”⁴ Ezért azon is könnyen túlteszik magukat, amikor a vezetők meglehetősen nagy, néha 180 fokos fordulatokat tesznek. És hogy a náci propaganda működésénél maradjunk, Joseph Goebbels⁵ szerint a propaganda hatékonyságának egyik fő eleme az egyszerűsítés, és ennek meg is adta a receptjét:

- Kerüld az elvont gondolatokat, és az érzelmeket vedd célba!
- Kevés üzenetet küldj, de azokat folyamatosan sulykold!
- Használj felszínes, általánosító véleményeket, sztereotípiákat!
- Az érvelés legyen egyoldalú – soha ne árnyalj!
- Folyamatosan kritizáld az ellenfeledet!
- Keresz egy ellenségképet, és folyamatosan rágalmazd!

³ VIRÁNYI 2019: 13.

⁴ VIRÁNYI 2019: 12.

⁵ Németország propagandaminisztere a II. világháborúban.

Ezek az elemek a történelem során univerzálisnak mutatkoztak – bármit és bárkit be lehet helyettesíteni, logikája a mai napig jól működik. A propagandaminiszter úgy vélte, a legfontosabb szabály, hogy a közönség csak azt fogadja el igazsággént, amit folyamatosan ismételnék neki. Német sajátosság továbbá az is, hogy nemcsak az ellenfél agresszióját emelte ki, hanem civilizációs alacsonyabb értékét is.⁶ Goebbelsről az a hír járta, hogy pontosan tudta, a hallgatóságnak melyik „lemezt kell játszania”. Vagyis a náci és fasiszta típusú propaganda lényegét épp ebben a változatlanban kell látnunk. A jól komponált pszichológiai meggyőzés eszközeiről van szó. Ebben a folyamatban különös jelentőséggel bírnak a szélsőséges érzelmek. Szomorúságból és félelemből indulva a hallgató a felemelő összetartozás és megmenekülés drámáját élheti át. Ezeknek a negatív érzelmeknek mindig retorikai jelentősége van, hiszen a náci párt és a német nép áldozattá válásának történetét kísérik, amelyből Hitler szerint nehéz és fájdalmas, mégis örömteli út vezet a megmeneküléshez.

A propaganda a világháborúkban számos célt szolgált, amelyek közül a legfontosabbak a következők:

- *Morál és egység fenntartása.* A propaganda segített fenntartani a lakosság és a katonák morálját. Pozitív üzenetekkel és hősi történetekkel erősítette a közösségi érzést, és azt az érzetet, hogy a háború igaz ügy.
- *Támogatás megszerzése.* A propaganda eszközként szolgált, hogy meggyőzze a lakosságot a háború szükségességéről, és biztosítsa, hogy a nép támogassa a háborús erőfeszítéseket, beleértve a hadba vonulást, az adománygyűjtést vagy az otthoni munkát.
- *Az ellenség démonizálása.* A propaganda gyakran az ellenség démonizálására törekedett, hogy igazolja a háborút, és növelje a harci kedvet. Ezzel az ellenséget embertelennek és veszélyesnek tüntették fel, megkönnyítve a harcra való mozgósítást.
- *Motiváció és toborzás.* A katonai toborzás egyik fő eszköze volt a propaganda. Hazafias érzelmekre és kötelességtudatra építve ösztönözte a fiatalokat, hogy csatlakozzanak a hadsereghez.
- *Az információ kontrollálása.* A propaganda lehetővé tette az államok számára, hogy kontrollálják az információáramlást, és csak olyan híreket közöljenek, amelyek előnyösek voltak a háborús céljaik szempontjából. Így csökkentették a pánikot, és megakadályozták az ellenség információszerzését.
- *Gazdasági támogatás.* Plakátok és kampányok segítségével ösztönözték az embereket, hogy vásároljanak hadikötvényeket, takarékoskodjanak, és támogassák a háborús gazdaságot.

A kezdetek

Az első világháború során minden fél nagy mennyiségben alkalmazta a légi szórású röplapokat. A brit hadsereg például olyan csomagokat juttatott el a császári hadsereg lövészárkai fölé, amelyek hadifoglyok által írt képeslapokat tartalmaztak.⁷ Ezeken bemutatták az emberséges

⁶ AGORA 2020.

⁷ FRIEDMAN [é. n.].

bánásmódot, megadásra felszólító értesítéseket, valamint propagandát II. Vilmos császár és a német tábornokok ellen.

1918 augusztusában Gabriele D'Annunzio, a híres olasz nacionalista író, költő és vadászpilóta megszervezte a „Bécs fölötti repülést”, amely a háború egyik legismertebb propagandaakciója volt. Kilenc Ansaldo SVA repülőgéppel vezetett egy 1100 kilométeres körutat, amelynek során 50 000 propagandaröplapot dobtak az Osztrák–Magyar Monarchia fővárosára.

A németek válaszként elkezdték lelőni a röplapokat szóró pilótákat, emiatt a britek alternatív megoldást dolgoztak ki. Alexander Fleming 1917-ben találta fel a pilóta nélküli röplapléggömböt, amelyet széles körben alkalmaztak a háború későbbi szakaszában; több mint 48 000 darabot gyártottak belőlük. A hidrogénnel töltött léggömbök átsodródtak a senki földjén, és az ellenséges lövészárkokba érkeztek.

A röplapok közül a katonák legalább minden hetediket nem adtak át feletteseiknek, annak ellenére, hogy a lapok birtoklásáért szigorú büntetés járt. Még Paul von Hindenburg tábornok is elismerte, hogy „nem sejtve, ezek fogyasztották el a mérget”, és hadifoglyok is bevallották, hogy kiábrándultak a német katonák ágyútoléteknek való használatát bemutató propaganda miatt. 1915-ben a britek rendszeresen kezdték ledobni a *Le Courier de l'Air* című röplapújságot a német megszállás alatt álló francia és belga civilek számára.

A szórólapok terjesztésének számos módja van, de az általánosan elfogadott nézet az, hogy a tűzéségi tűz a legpontosabb. Számos II. világháborús eset volt, amikor a németeknek szórt szórólapok Franciaországban vagy Belgiumban landoltak. Egy erős szél több ezer láb magasan egy könnyű papírdarabot nagyon messzire el tud vinni.

A tűzéség előnye, hogy a tűzhelyesbítés eszközével élve pontosítani lehet a találaton. Habár kevesebb szórólapot lehet célba juttatni, mint amennyit egy repülőgép képes, még mindig a legpontosabb terjesztési forma.

Tudatos formában a propagandát először az I. világháborúban alkalmazták, miután felismerték szerepét a konfliktusok kirobbantásában és az emberek mozgósításában.

A francia alakulatok kezdték használni ezt a fajta robbanótestet. A gránát 160 szórólapot tartalmazott. A gyújtószerkezet működése egy lőportöltetet indított el, amely ledobta a gránát orr-részét. Ekkor szabaddá váltak a szórólapok, és a levegőben, a testből kihullva szétszóródtak. A maximális lőtávolság 5000 méter volt.



1. ábra: I. világháborús propagandagránát töltete

Forrás: FRIEDMAN [é. n.]

Az 1. ábrán látható, biztonságos áthaladást biztosító okmány egy, az I. világháborús angol propagandagránát töltete. A mintegy 6,35 cm átmérőjű papírlapon elől és hátul is olvasható a szöveg. A fordításban így hangzik: „A holtak nem térnek haza. De azok, akiket elfognak, életben maradnak, hogy újra láthassák szülőföldjüket.”

Churchill szerint „[a] háborúban nem csupán a fegyverek harcolnak, hanem a gondolatok is. A propaganda fegyvere olyan hatalmas, mint bármelyik ágyú vagy harckocsi, ha jól alkalmazzák.”⁸ A második nagy világégés egyik legnagyobb megtévesztése az *Operation Fortitude* elnevezést kapta. A D-nap (normandiai partraszállás) előtt a szövetségesek komoly erőfeszítéseket tettek annak érdekében, hogy megtéveszték a német hadvezetést a partraszállás helyét illetően. Élethű makettek, „felfújható” repülőgépeket, harckocsikat alkalmaztak (2. ábra), amelyek a levegőből annyira valóság-hűek voltak, hogy megtévesztették a német hírszerzést.



2. ábra: Megtévesztésre használt, a szövetséges erők által alkalmazott „felfújható harckocsi” 1944-ben
Forrás: Britannica [é. n.]

A brit hírszerzés több lépcsőben valósította meg a dezinformációs kampányt.⁹

A hadművelet része volt, hogy a németek elhiggyék, hogy nem Normandia a partraszállásra kiválasztott terület. Kettős ügynököket, napilapokban közölt, előre kitalált történeteket, hamis rádióadásokat, látszattáborhelyeket és más megtévesztő módszereket alkalmaztak annak érdekében, hogy elhitessék a németekkel, a valóságnál kétszer nagyobb szövetséges erő gyülekezik a szigetországban, Pas de Calais térségében. A szövetségesek a németeket meghagyták abban a hitükben is, hogy a fantomegységekből álló FUSAG (First US Army Group) parancsnoka az a George S. Patton altábornagy, akitől a legjobban tartottak. A németek nem tudták elképzelni, hogy a szövetségesek kihagyják őt a partraszállással kapcsolatos terveikből, és meg voltak győződve arról, hogy Patton vezetésével innen indul az invázió. Mint tudjuk, a megtévesztés sikeres volt. A németek jelentős erőforrásokat összpontosítottak Pas de Calais térségébe, miközben a valódi támadás 1944. június 6-án Normandiában zajlott. A sikeres

⁸ CHURCHILL 1989.

⁹ BADSEY 1997: 42–43.

dezinformációs kampány jelentősen hozzájárult a szövetségesek sikeréhez a D-nap során, mivel a németek nem tudták idejében átcsoportosítani erőiket a valódi partraszállás helyszínére. A megtévesztésre használt módszerek egy része még ma is titkos.¹⁰



3. ábra: Amerikai 105 mm-es propagandagránát

Forrás: FRIEDMAN [é. n.]

Az amerikai tüzéregységeknél 1944 júliusában vezették be a 3. ábrán látható, mintegy menedéklevélként funkcionáló, úgynevezett „Passierschein – Safe conduct” elnevezésű szórólapfajtát. A német állások fölé lőtték ezeket a gránátokat ezzel a szöveggel: „A német katona, aki felmutatja ezt a dokumentumot, mintegy jelzi, hogy szándékában áll megadni magát. Őt le kell fegyverezni, megfelelő ellátásban kell részesíteni, ételt és orvosi ellátást kell biztosítani, amennyiben szükséges, és a lehető leghamarabb el kell távolítani a veszélyzónából.”



4. ábra: Safe conduct – Passierschein – Laissez – passer

Forrás: FRIEDMAN [é. n.]

¹⁰ CHURCHILL 1989: 375.

Általánosan elterjedt vélekedés, hogy a német csapatokat olyan mértékben befolyásolta a propaganda, hogy szükségessé vált egy hivatalos dokumentum kiadása, amely megjelenésében egy egyetemi diplomára emlékeztetett (4. ábra). Ezek az igazolványok különböző nemzeti pecsétekkel és a parancsnok aláírásával készültek, hogy hitelesnek tűnjenek. Több száz millió példányt nyomtattak belőlük, amelyek közül néhány francia nyelvű szöveget is tartalmazott. Az igazolványok előlapján az Egyesült Államok és az Egyesült Királyság nagypecsétje is helyet kapott, a francia nyelvű verziókon pedig Franciaország pecsétje szerepelt. Mindegyiken Dwight D. Eisenhower tábornok aláírásának másolata volt látható. A hátoldalon található üzenetek hossza és tartalma változatos volt, azonban a legtöbbjük az alábbi hat pontot hangsúlyozta:

1. Azonnali eltávolítás a veszélyzónából.
2. Méltó, katonához illő bánásmód.
3. Ugyanaz az étel, mint amit az amerikai katonák kapnak.
4. Kórházi ellátás.
5. Postai szolgáltatások igénybevétele.
6. A háború után minél hamarabb történő hazatérés.

A magyarországi vonatkozás különbözik a fent említett némettől. Az I. világháborús propaganda sikerét mi sem bizonyítja jobban, mint a mozgósítás tömeges sorban állásokat eredményező hatékonysága és az a kalaplengető, eufórikus hangulat, amelyet a korabeli fotók megörökítettek.¹¹ A mozgósítás propagandaeszközei a szövetséges uralkodók portréjával ellátott emléklapok, propagandalapok, képeslapok, plakátok, fali díszek – amelyek aztán a háború kitérését követő majdnem fél évtizedben sem koptak ki –, a hangulatot emelő katonadalok, a buzdító rölapok, plakátok, amelyek közös mondanivalója, hogy a magyar mozgósítás egy olyan kollektív hazafias cselekedet, amely egy közös, szövetségi rendszerben még inkább felértékelődik. A leginkább megéljenzett uralkodó a szövetségesek között I. Ferenc József császár, aki már a kortársak mentalitásában is a soknemzetiségű birodalom legfontosabb személyisége volt. Ő az, akinek a portréja emléktárgyakon, háborús használati eszközökön, emléklapokon, képeslapokon a legtöbbször előfordul. A császár iránti hagyományos tiszteletre és lojalításra alapozott ünnepek megannyi lehetőséget biztosítottak a propagandára. Ennek legfontosabb célja, hogy elhitesse az alattvalókkal: az uralkodó kitüntetett figyelmet szentel a háború magyar vonatkozásainak. Ehhez öt és családtagjait a hagyományos politikai szerepkörön túl is szerepeltetni kellett, feltárva a tömegek előtt magánéletét, annak intim pillanatait képes újságokban, hírlapokban, emléklapokon, levelezőlapokon – mindezt a háborús propaganda érdekében.

Plakátok formájában a dicső helytállás, összefogás, elnyomás elleni harc megjelent a II. világháború idején is az országban (5. és 6. ábra).

¹¹ KINCSES 2017.



5. ábra: A hátszágban élők támogatják a harcoló katonákat

Forrás: Fortepan/Lissák Tivadar, 1944, képszám 72884



6. ábra: Népszerű motívum volt szenvedő gyermekek ábrázolása propagandaplakátokon

Forrás: Fortepan/Lissák Tivadar, 1944, képszám 72728

Propagandagránátok Magyarországon

Elméleti síkról a kézzelfogható valóság felé kanyarodva vizsgáljunk meg egy egyedülálló eszközt! Magyarország területén meglehetősen ritka, hogy ép állapotú, rölapokat tartalmazó gránátok kerülnek elő.



7. ábra: Orosz 122 mm-es A-462 propagandagránát szétszerelés után

Forrás: a szerző felvétele

Az utóbbi évek egyik egyedülálló lelete volt a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében, Balkány településen előkerült orosz 122 mm-es propagandagránát (7. ábra).¹² Az eszköz kifogástalan állapotban maradt közel 80 év elteltével is. Gyújtószerkezetet nem tartalmazott. Az előzetes feltételezés szerint egy lehetett azon több ezer robbanótest közül, amelyet a települést 1944 októberében megszálló szovjet 198. gárda tüzérei már nem vittek tovább magukkal Balkányból.¹³ A gránát belsejében körülbelül 600 röplap található. A lapok három darab, két részből összeillesztett vékony fémhengerben helyezkednek el (8. és 9. ábra).



8. ábra: A gránáttest belsejében feltekert röplapok

Forrás: a szerző felvétele

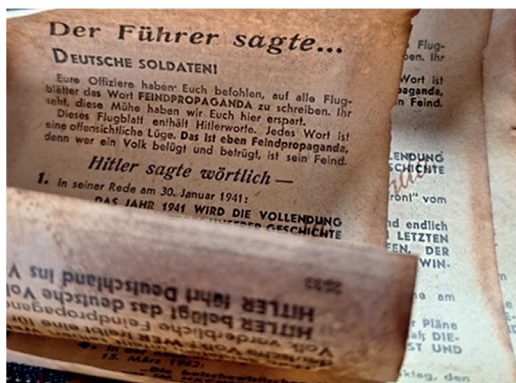
¹² Meg kell említeni, hogy nemcsak gránátokat, hanem bombákat is használtak a II. világháborúban a propagandaröplapok terjesztésére. Bővebben lásd DARUKA 2014: 75.

¹³ Aki bővebben szeretne robbanótestekről olvasni, írott és rajzos formában megtalálhatja. Bővebben lásd HAJDU RÁFIS – PAP 2006.



9. ábra: Henger a röplapokkal

Forrás: a szerző felvétele



10. ábra: Röplap a szöveggel

Forrás: a szerző felvétele

A gránáttestet alulról egy fenéklap zárja le, amely menetesen rögzül a hengeres részhez. Felette helyezkedik el a három darab, papírtekerccsekkel töltött, két részből álló vékony fémhenger. A felső henger tetejét vékony fémlemez takarja. Szétszedett állapotában az eszköz a 11–12. ábrán látható.

A T-7¹⁴ gyújtószerkezet (13. ábra) alatt egy löporerősítő található, ez végzi a gránáttest megnyitását. Kilövés után, a kívánt működésre való beállítástól függően vagy elkezd égni az időzítő elegy, vagy ha becsapódásra van állítva, akkor célközegbe való ütközés után működik a gyújtószerkezet. Vagy a löportárcsák töltetének végigégése után, vagy közvetlenül a csappantyútól a löporerősítő töltetéhez jut el a lángsugár. A gyújtószerkezet alatt elhelyezkedő löportöltet eléégésekor fellépő nyomás hatására leszakad a fenéklap, szabaddá válnak a papírlapokat tartalmazó tekerccsek (10. ábra), és azok a levegőben szétszóródnak.

¹⁴ A gyújtószerkezetről bővebben a Tüfe/107 szabályzatban olvashatunk.



11. ábra: Az üres gránáttest

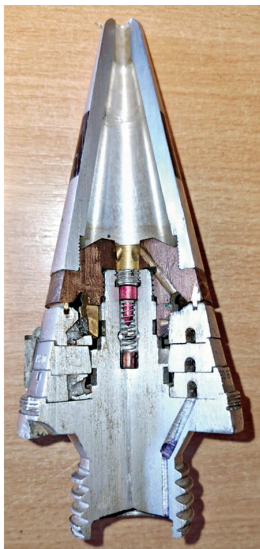
Forrás: a szerző felvétele



12. ábra: 80 év után először napvilágot látnak a röplapok

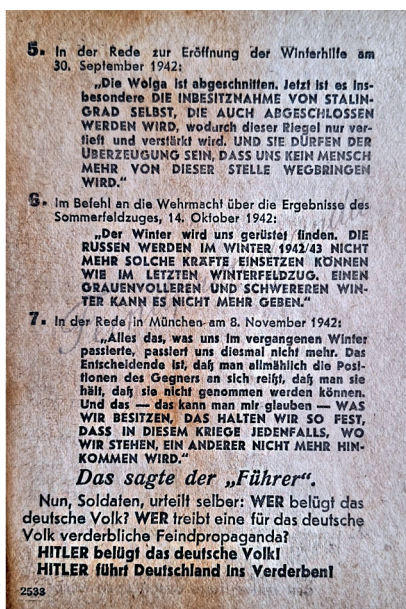
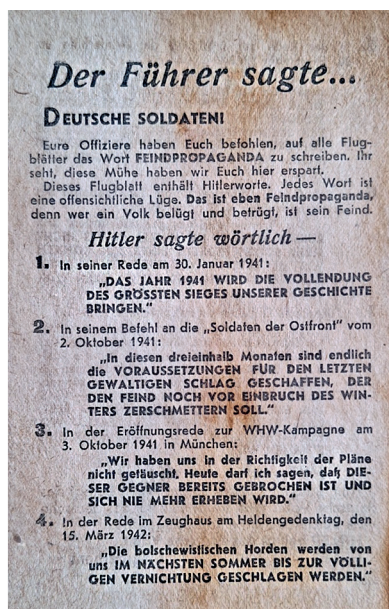
Forrás: a szerző felvétele

A kívánt működést kilövés előtt állították be. Időzítésre állított lövésnél a gyújtóttest bel-sejében levő időzítőkorongokba préselt lőpor égni kezd. Ez az égés a röppályán végbemegy. Az erősítőöltet égési gázai kilöki a sárgaréz tárcsát, és meggyújtják a lövedék indítótölte-tét. Meghibásodás esetén a gyújtószerkezet akadállyal való találkozásakor a tehetetlenségi csapódó szerkezet végzi el a működés kiváltását. Kartácsállásnál a gyújtószerkezet működése a löveg előtt történik meg.



13. ábra: T-7 kettős működésű fejjújtószerkezet metszeti képe

Forrás: a szerző felvétele



14. ábra: A röplap két oldala

Forrás: a szerző felvétele

A gránáttestben mintegy 80 éven át szunnyadó rölapok eredeti szövegének (14. ábra) teljes fordítását közzéteszem. Egy darabka történelem...

„A Führer mondta...

Német katonák!

Tisztjeitek megparancsolták nektek, hogy minden rölapra írjátok rá: „ellenséges propaganda”. Látjátok, ezt a fáradságot itt megspóroltuk nektek. Ez a rölap Hitler szavait tartalmazza. Minden szó nyilvánvaló hazugság. Ez maga az ellenséges propaganda, mert aki egy népet hazugságokkal és csalásokkal félrevezet, az az ellensége annak a népnek.

Hitler szó szerint mondta:

1. Egy beszédében, 1941. január 30-án: »A 1941-es év a történelem legnagyobb győzelmének betetőzését fogja hozni.«
2. A keleti front katonáihoz intézett parancsában, 1941. október 2-án: »Ez a három és fél hónap végre megteremtette a feltételeket az utolsó hatalmas csapáshoz, amely az ellenséget még a tél beállta előtt szét fogja zúzni.«
3. A Téli Segélyakció kampányának megnyitóján, 1941. október 3-án Münchenben: »Nem tévedtünk terveink helyességében. Ma már mondhatom, hogy ez az ellenség már összetört, és soha többé nem fog feléledni.«
4. A mártírok emléknapján, a Zeughausban tartott beszédében, 1942. március 15-én: »A bolsevik hordákat a következő nyár folyamán teljesen meg fogjuk semmisíteni.«
5. A Téli Segélyakció megnyitóján, 1942. szeptember 30-án tartott beszédében: »A Volga el van vágva. Most különösen Sztálingrád elfoglalása van napirendben, amely hamarosan befejeződik, és amely által ez a védővonal csak még erősebbé és áthatolhatatlanná válik. És lehetnek abban a meggyőződésben, hogy innen már senki nem fog minket elűzni.«
6. Az 1942. október 14-én kiadott parancsában, amely a nyári hadjárat eredményeit összegezte: »A télre felkészülten várunk. Az oroszok az 1942/43-as téli hadművelet során már nem lesznek képesek olyan erőket felvonultatni, mint az előző télen. Egy szörnyűbb és keményebb tél, mint az előző, már nem következhet be.«
7. A müncheni beszédében, 1942. november 8-án: »Minden, ami velünk az elmúlt télen történt, most nem fog megismétlődni. A döntő az, hogy fokozatosan elragadjuk az ellenség állásait, hogy azokat megtartsuk, és hogy ne vehessék el tőlünk. És ezt elhihetik nekem – amit birtokolunk, azt olyan szorosan tartjuk, hogy ezen a háborún belül oda, ahol mi állunk, senki már nem jöhet.«

Ezt mondta a Vezér.

Nos, katonák, ítéljetek magatok: Ki hazudik a német népnek? Ki folytat a német nép számára pusztító ellenséges propagandát?

Hitler hazudik a német népnek! Hitler vezeti a pusztulásba Németországot!"

Itt láthatjuk, hogy az orosz propaganda hogyan szólítja meg a lövészárokból harcoló, egyre kilátástalanabb helyzetbe kerülő német katonát. A bevezetést követően a röpirat hét pontban idézi a Führer szavait olyan beszédekből, amelyek a szövegezés szerint 1941. január 30.

és 1942. november 8. között hangoztak el.¹⁵ Eszerint olvasható, hogy Hitler 1941. január 30-i prognózisa alapján a tárgyév a német történelem „legnagyobb győzelmének beteljesülését hozza magával.” Majd idézik az 1941. október 3-i müncheni beszédét, amelyben kijelentette: „ez az ellenség már megtört, és soha többé nem fog felemelkedni.” 1942. március 15-én, a hősök napján tartott megemlékezésen azzal próbálta lelkesíteni a közönséget Zeughausban, hogy a „bolsevik hordát” a német csapatok az előttük álló nyáron „teljesen megsemmisítik”. Ezt követően Sztálingrád elfoglalását és megszállását vizionálta Hitler az 1942. szeptember 30-án tartott beszédében. A hatodik pontban idézik a Führer értekezését az 1942-es nyári hadjárat eredményeiről, amely szerint „az oroszok már nem tudnak olyan erőket bevetni 1942/43 telén, mint az azt megelőző téli hadjáratban”. Zárásként hivatkoznak Hitler 1942. november 8-i, müncheni beszédére, amelyben fogadkozott, hogy nem fog újra megtörténni a német haderővel az, ami megesett az előző télen. Továbbá az ellenség pozícióinak elfoglalását és ezek megtartását tűzi ki célul. Az említett Führer-idézetek kommentár nélkül világítottak rá a kontrasztra Hitler szavai és az 1944-es valós hadihelyzet között, demoralizálóan hatva a célcsoportra, akik ekkor már folyamatosan hátráltak az előrenyomuló szovjet haderővel szemben.

A röplap szerkesztői zárásként felteszik a költői kérdést a német katonáknak: „Ki hazudik a német népnek? Ki terjeszt olyan ellenséges propagandát, amely káros a német nép számára?” A kiadvány természetesen a válaszokkal sem maradt adós: „Hitler hazudik a német népnek! Hitler vezeti Németországot a pusztulásba!”

Összegzés

Írásomban a világháborúk során alkalmazott propaganda hagyományostól eltérő formáit igyekeztem vizsgálni, a teljesség igénye nélkül, különös tekintettel a robbanóeszközökhöz kapcsolódó példákra. Nézőpontom szerint a pszichológiai hadviselés szerepe gyakran alulértékelt a hagyományos fegyveres konfliktusokhoz képest. Az idő és a történelem bebizonyította, hogy a propaganda sokkal erősebb fegyver tud lenni egy hozzáértő kézben, mint akár a legélesebb fegyverek.

Felhasznált irodalom

- AGORA Zsuzsanna (2020): *A náciizmus történeti pszichológiája*. Pécs: Kronosz.
- BADSEY, Stephen (1997): *D-Day. A partraszállás története a normandiai partoktól Franciaország felszabadításáig*. Budapest: Ferenczy.
- Britannica [é. n.]: *Operation Fortitude*. Online: <https://www.britannica.com/event/Operation-Fortitude>
- CHURCHILL, Winston S. (1989): *A második világháború I–II*. Budapest: Európa.
- DARUKA Norbert (2014): Robbanótestek I. – Amit a bombákról tudni érdemes. *Műszaki Katonai Közlöny*, 24(4), 68–82. Online: <https://folyoirat.ludovika.hu/index.php/mkk/article/view/2298/1565>
- FRIEDMAN, Herbert A. [é. n.]: *The Propaganda Shell*. Online: <https://www.psywarrior.com/PropArtilleryShell.html>

¹⁵ GAJDOS 2024: 38–44.

- Fortepan/Lissák Tivadar. Online: <https://fortepan.hu/hu/photos/?q=Liss%C3%A1k%20Tivadar>
- GAJDOS Milán (2024): Bombaüzenet. *Magyar Honvéd Magazin*, 24(12).
- HAJDU RÁFIS János – PAP János szerk. (2006): *Aknászok, tűzszerészek (Hős magyar honvédek a II. világháborúban és a következő években)*. Mezőkövesd: Legatum.
- KINCSES Katalin Mária (2017): Propaganda az I. világháborúban. Az Országos Széchényi Könyvtár kiállítása, 2015. október 16. – 2016. április 9. *Hadtörténelmi Közlemények*, 130(1), 217–222. Online: <http://real.mtak.hu/123996/1/Propaganda%20az%20első%20világháborúban.pdf>
- Tüfe/107 Szabályzat (1969). Honvédelmi Minisztérium.
- VIRÁNYI Péter (2019): A propaganda természete. *Jel-Kép, Kommunikáció, Közvélemény, Média*, (3), 2–16. Online: <https://doi.org/10.20520/JEL-KEP.2019.3.3>