

УДК 947.085(476)

DOI 10.47438/2309-7078_2020_3_133

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ НЕМЕЦКОЙ ПРОПАГАНДЫ НА ОККУПИРОВАННОЙ СОВЕТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ГЕНЕРАЛЬНОГО ОКРУГА БЕЛАРУСЬ)

Елена Анатольевна Пушкаренко¹, Екатерина Александровна Шамрина²*Белгородский государственный национальный исследовательский университет¹**Белгород, Россия**Старооскольский филиал НИУ БелГУ²**Старый Оскол, Россия*

¹Кандидат исторических наук, доцент кафедры российской истории и документоведения, тел.: (4725) 322470, e-mail: pushkarenko-elena@mail.ru

²Кандидат исторических наук, доцент кафедры менеджмента, e-mail: k1301@mail.ru

Аннотация. В статье исследуется гендерный аспект немецкой пропаганды на оккупированной советской территории (на материалах Генерального округа Беларусь) в годы Великой Отечественной войны. Авторы анализируют целый ряд до этого неопубликованных архивных источников, в частности пропагандистские материалы немецкой администрации Генерального округа Беларусь. Исследователи считают, что обращение к женской аудитории немецкими оккупационными властями было направлено на решение ряда практических задач: привлечение белорусских женщин на работу в Германии и выполнение тем самым планов руководства рейха по вербовке оstarбайтеров. При этом немецкие пропагандисты апеллировали к чувствам женщины-матери, женщины-хранительницы семейного очага. Предпринимались попытки дискредитировать социальную политику советских властей, девальвировать в массовом сознании социальные гарантии, которыми обладали советские женщины. Содержание немецкой пропаганды во многом было построено на критике негативных явлений советской действительности 1930-х гг. Немецкая пропаганда акцентировала внимание аудитории на методах коллективизации, использовании женского труда в тяжелой промышленности, колхозном строительстве, политике массовых репрессий. Однако, несмотря на масштабный характер, пропаганда не достигла поставленных целей. Одной из главных причин этого авторы называют крайне жестокую оккупационную политику немецких властей, которая нивелировала все усилия пропагандистов.

Ключевые слова: пропаганда, гендерный аспект, оккупационный режим, Генеральный округ Беларусь, оstarбайтеры, Великая Отечественная война.

Для цитирования: Пушкаренко Е. А., Шамрина Е. А. Гендерный аспект немецкой пропаганды на оккупированной советской территории (на материалах Генерального округа Беларусь) // Известия Воронежского государственного педагогического университета. № 3. С. 133–137. DOI: 10.47438/2309-7078_2020_3_133.

Введение

В последние годы Россия сталкивается с целым рядом вызовов, в том числе идеологического характера. Коллективный Запад пытается фальсифицировать итоги Второй мировой войны, нивелировать роль СССР в Великой Победе над фашизмом. В современных западных СМИ и исторических исследованиях можно встретить типичные пропагандистские штампы и клише времен Второй мировой войны. В этой связи наша работа представляется значимой и актуальной. Новизна исследования заключается в его объекте. До последнего времени гендерный аспект немецкой пропаганды на оккупированной советской территории оставался малоизученным. Основными материалами для написания работы послужили документы Национального архива Республики Беларусь.

Результаты

Пропаганда всегда выступала инструментом реализации конкретных практических задач. Одной из

таких задач на оккупированной советской территории стало использование агитации для повышения эффективности вербовочных кампаний среди женского населения. Поэтому немецкая пропаганда, помимо вопросов военного содержания, активно эксплуатировала гендерную проблематику. Гендерный аспект проявлялся во всем: и в учреждении так называемых «женских» организаций, и в содержании агитационных материалов, и в официальных обращениях к местному населению. Если в Советской стране существовало усредненное обращение и к женщинам, и к мужчинам – «товарищ», то в обращениях немецких пропагандистов аудитория дифференцировалась на «белорусов и белорусок», «работников и работниц», «юношей и девушек».

Содержание материалов, адресованных белорусским женщинам и девушкам, было построено на противопоставлении реалий советского и немецкого образа жизни. Помимо девальвирования достижений советского правительства в области социальных гарантий для женщин в СССР, советских достиже-

ний в области социальных и трудовых прав, немецкая пропаганда была нацелена на выполнение крайне важной для рейха задачи. Ее суть заключалась в максимальном привлечении к работе на предприятиях Германии работников из так называемых освобожденных областей, в том числе и женщин. Стоит отметить, что женщины играли огромную роль в военной экономике, на фронте и в тылу рейха, поэтому с началом войны они стали целевой аудиторией многочисленных и разнообразных пропагандистских акций. На оккупированной советской территории, в частности на территории Генерального округа Беларусь, создавались особые «женские» организации, призванные вызвать у целевой аудитории иллюзии относительно истинных планов немецкой администрации. Среди таковых можно назвать «Объединение белорусских женщин», «Всебелорусский женский комитет» [1, л. 24; 2, л. 1-3]. В целом идеологической работе среди женщин уделялось особое внимание, в частности особое Белорусское управление НСДАП регулярно получало из Берлина инструкции и отправляло в рейх отчеты о работе в области пропаганды, в том числе среди женщин [3, л. 34-35].

В качестве некоего эталона, образца для подражания, пропаганда использовала образ немецкой женщины-матери. Она выполняет свои традиционные функции в семье – рождает и воспитывает детей, ведет домашнее хозяйство, является хранительницей семейного очага. В пропагандистских материалах особо подчеркивалось, что национал-социалистическое правительство Германии постоянно улучшает социально-правовой статус немецкой женщины, позволяя ей оставаться матерью и женой даже в условиях военного времени.

Признавалось, что, хотя труд немецких женщин и используется в военной промышленности рейха, германское правительство не забывает о необходимости решения множества социальных вопросов, улучшающих их жизнь. Немецкие женщины, изображенные на плакатах, являют собой образец молодости, красоты и могучего здоровья. Они готовы исполнить свой долг перед «рейхом» и в семье, и на производстве, и на военной службе.

Немецкая пропаганда проводила сравнительный анализ положения советских и немецких женщин. Наиболее распространенной темой в пропагандистских материалах была «Женщина в Германии и СССР» [4, с. 113]. Немецкая семья и условия жизни и труда в нацистской Германии объявлялись эталоном для гражданского населения оккупированной части Советского Союза. Рекламуемый пропагандой европейский образ жизни должен был привлечь свежие и, что самое главное, бесплатные рабочие кадры с Востока. Семья, дети, домашний очаг – вот основные ценности немецких женщин, составляющие основу их образа жизни, словом, всё то, чего лишила советская власть женщин в СССР. Распространенным пропагандистским ходом было также цитирование выдержек из писем «остарбайтеров», попавших на работу в Германию. Они изобиловали сведениями о прелестях жизни простых тружениц в «Новой Европе», о системе социальных гарантий для работниц, прибывших с Востока [5, л. 100]. В целом вопросам защиты материнства и детства, сохранения семейных ценностей, улучшения правового статуса женщины в материалах немецкой пропаганды уделялось существенное внимание.

Немецкая пропаганда подчеркивала, что в советской стране женщина полностью утратила свой традиционный статус хранительницы семейного очага, свою традиционную роль женщины-матери, главными жизненными задачами которой были ро-

ждение и воспитание детей, обустройство дома, забота о муже и семейном очаге.

Советские женщины стали особым объектом немецкой пропаганды. В своих основных тезисах она исходила из того, что в свое время осуществление индустриализации потребовало привлечения в промышленность и на производство миллионов женщин. Традиции русской патриархальной семьи были намеренно разрушены, а эмансипация обернулась новым «закрепощением» в колхозе или на заводе. Именно эти нюансы активно эксплуатировались в таких разделах немецкой пропаганды, как антисоветизм и вербовка «остарбайтеров» [6, с. 82]. В поисках добровольцев, желающих поехать на работу в Германию, пропагандисты прибегали к различным уловкам. Утверждалось, что именно Германия – страна истинного социализма, что немецкое правительство осуществляет всевозможные меры социального характера, например, оказывая поддержку матерям в содержании и воспитании детей, в том числе матерям-одиночкам. Адресованная молодым советским женщинам пропаганда утверждала, что советская власть отнюдь не уравнила женщин в правах с мужчинами, так как теперь на женских плечах, помимо домашнего хозяйства, лежат производственные обязанности или тяжелый труд в колхозе. Советская женщина лишена радости материнства, поскольку не может полноценно и самостоятельно воспитывать и растить своих детей, – этим занято государство. Объявленное равенство в правах с мужчинами стало для советских женщин кабалой, государство использует их труд в тяжелой промышленности, на производстве с вредными условиями труда, а всё это негативно отражается на женском здоровье. Теперь женщины в СССР даже более не свободны, чем раньше, утверждали немецкие пропагандисты, их грубо использует и обманывает советская власть. «Отсутствие женского вопроса, о чём кричали коммунисты, и борьба за «освобождение» женщин привели к тому, что советская женщина работает наравне с мужчиной и так же, как и он, имеет шанс попасть в лапы НКВД», – вот одно из типичных пропагандистских клише, характерных для немецких печатных и радиоматериалов [7, л. 109].

Немецкие пропагандисты разработали специальную серию плакатов, ориентированную на женскую аудиторию, в которых превозносились преимущества жизни в Германии. Например, была выпущена серия агитационных материалов под общим названием «Белорусские женщины нашли работу в Германии». Красочные картинки сопровождались риторическими вопросами и призывами: «Кто бы не хотел так жить?», «Отбрось сомнения и убедись подруг вместе ехать в Германию!». В агитационных материалах подчеркивалось, что Германия – это действительно социалистическая страна. Простые рабочие люди там «не угнетены и не ограблены жидами, власть которых представляют в Советском Союзе большевики» [6, л. 10]. Тем не менее, несмотря на все старания по привлечению молодых здоровых женщин на работу в Германию, в отчетах вербовочных контор Генеральному Комиссару Беларуси В. Кубе констатировалось, что среди завербованных только 40% добровольцев и все они – мужчины (указанная в источнике цифра, конечно, вызывает сомнения). А среди женщин вообще нет желающих поехать на работу в рейх [8, л. 21-25].

Одной из причин провала пропагандистских акций было разительное расхождение содержания материалов пропаганды с распоряжениями и циркулярами представителей немецкой администрации

на Востоке. К вопросу проведения вербовок среди женщин оккупированных восточных областей и их вывозу на работу в рейх немецкие власти подошли сугубо утилитарно и предельно педантично. Были разработаны целые инструкции, подробно регламентирующие «селекцию» и положение в рейхе восточных работниц. Например, в указании рейхсфюрера СС и шефа полиции об использовании женского рабочего персонала (восточных работниц) в домашнем хозяйстве в Германии от 10.09.1942 года читаем: «После удовлетворения потребности в рабочей силе предприятий вооружения и сельского хозяйства разрешается вербовка и использование восточных работниц в немецких домашних хозяйствах. На этих "восточных домработниц" распространяются изданные до сих пор положения о вербовке и использовании рабочей силы из старых советских областей». Биржи труда должны были вербовать восточных работниц в возрасте от 15 до 35 лет, «которые кажутся им пригодными для работы в городском или сельском домашнем хозяйстве и внешний вид которых в расовом отношении по возможности близок к немецкому народу». При этом существовал запрет на вербовки «фольксдойче», а также беременных женщин и женщин, имеющих детей. Во внутренних инструкциях для вербовочных контор использовались такие понятия, как «расовая селекция на Востоке». К отбору будущих работниц подходили, как к отбору домашнего скота. Отбор должен был выявить, насколько близко завербованные восточные работницы по своему внешнему виду соответствуют типичному внешнему облику немцев. Расовый отбор представлял собой, по сути, грубую селекцию. После проведенной проверки отобранные силы в специальных железнодорожных составах или в специальных вагонах обычных железнодорожных поездов направлялись в рейх. Отбор был возложен на уполномоченного рейхсфюрера СС и рабочие управления в пересыльных лагерях бирж труда. Процедура отбора будущих работниц была мелко регламентирована на всех этапах.

Для эксплуатации восточных работниц в качестве прислуги выбирались только политически надежные немецкие семьи, которые гарантировали, что будут соблюдать положения, предусматривающие использование труда восточных домашних работниц. В выборе потенциальных хозяев решающее слово было у местного руководителя НСДАП. При распределении восточных домработниц предпочтение отдавалось многодетным семьям и семьям строителей, если таковые не обеспечены немецкими работницами. После удовлетворения потребностей этих семей восточная прислуга могла быть направлена и в другие семьи.

Направление восточных домработниц должно было производиться только в те семьи, которые обеспечивают им отдельное помещение для жилья внутри дома. Ни в коем случае восточные домашние работницы не могли жить вместе с немцами. Если оказывалось, что домашнее хозяйство, согласно изданным положениям, не пригодно для использования восточных домработниц, то биржа труда ходатайствовала об отзыве восточной работницы; при наличии причин полицейской безопасности гестапо по согласованию с биржей труда также могло дать указание об удалении работницы из домашнего хозяйства. Особо подчеркивалось, что если в домашнем хозяйстве уже имеются немецкие работницы, то они должны выделяться на фоне «вос-

точных». Им можно и нужно было вести себя с «восточными» подчеркнуто высокомерно. Это должно было стать превентивной мерой от возможного установления дружеских контактов. Немецким семьям предписывалось вести себя с восточной прислугой строго и соблюдать определенную дистанцию. Кроме того, существовал категорический запрет на интимные отношения с восточными работницами, а также указывалось на необходимости «выдворения» за пределы рейха беременных [9].

Такая мелочная регламентация и сугубо утилитарный подход отнюдь не удивительны, если вспомнить политику нацистского рейха, проводившуюся в самой Германии. Нацисты, по сути, сформировали в массовом сознании потребительское отношение к женщине, как к самке. Национал-социалисты, открыто призывавшие своих соотечественниц «не отказывать немецким солдатам, уходящим на фронт», низвели роль немецких женщин до уровня неких «детородных машин». Как известно, в конце 1930-х гг., а особенно с началом Второй мировой войны, нацистское правительство активно работало над решением демографической проблемы. Воюющему рейху нужны были новые и новые солдаты. Тогда-то и были отброшены стереотипы традиционного патриархального общества, и пропаганда стала всячески поощрять рождение детей даже вне брака, от случайных связей. Главное, чтобы родившиеся дети были потомками «истинных арийцев». Министерство пропаганды и народного просвещения Германии усиленно навязывало немецким женщинам два штампа: рожать как можно больше, рожать можно от разных мужчин, главное, убедиться в их арийском происхождении.

Возможно, на территории Германии эти пропагандистские слоганы нашли отклик у целевой аудитории и принесли определенный эффект. Но на Востоке, в так называемых «освобожденных областях», пропаганда, обращенная к гражданскому населению, перемежалась с карательными акциями СС против партизан, геноцидом евреев. Политика «выжженной земли», звериная жестокость устройств «Новой Европы» по отношению к гражданскому населению сводили усилия многочисленных отделов пропаганды к нулю. Например, в одном из донесений белорусских партизан сообщалось следующее: «Я читал письмо девушки Атрахимович Марии, вывезенной в Германию из деревни Антоново Постаевского района. Атрахимович в своем письме иносказательно сообщает родным, что их охраняют и избивают палками. Она сообщала: "Мы кушаем, как Мария Ложейко (старая нищенка, побиравшаяся в деревне), живу, как брат Витя (брат ее был в плену у немцев). Выдают по 200 г хлеба, 1 л воды". А Сергей из деревни Черемушники сообщил из Германии, что с товарищами ему уже больше не увидеться. Он писал: "Если попадете туда, куда я попал, то считайте себя погибшими. Гулять тут не дают и кормят хуже собак". Молодежь деревень перечитывает эти письма и всеми мерами скрывается от мобилизации в Германию. Были случаи, когда за отказ от поездки в Германию немцы расстреливали целиком всю семью» [10, л. 243-247].

В одном из донесений местной биржи труда об итогах вербовочной кампании сообщалось: «Существующая бандитская опасность на подотчетной территории особенно отрицательно сказывается на мобилизации населения. Действенность бандитской пропаганды и последствия недоразумений с использованием восточных рабочих в Германии, ставшие

достоянием населения, привели к тому, что в Койдановском районе во время последней мобилизации из 2981 человека, вызванного для прохождения комиссии и отправки на работы в Германию, только 16 человек явились добровольно, а 12 человек были доставлены полицией. Так что, в конце концов, было мобилизовано 28 человек на работу в Германию. Из них комиссия некоторых забраковала. Таким образом, из 2981 человека, вызванного в Койдановском районе для отправки в Германию, смогли отправить только 17 человек. Аналогичное положение и в Руденском районе. В одном из районов Барановичского округа из 30 вызванных для отправки в Германию юношей не явился ни один. Оказались безуспешными и полицейские меры по розыску этих юношей. Действия организуемых до сих пор некоторыми окружными комиссарами комиссий по медицинскому освидетельствованию трудоспособного населения в возрасте до 35 лет в опасных бандитских районах в основном оказались безуспешными». В том же донесении констатировалось, что «акция по мобилизации домработниц на подотчетной территории также имела малый успех. Для Белоруссии была установлена квота в 30 000 домработниц, а до конца ноября 1942 года смогли мобилизовать около 100 домработниц». Причину такой недоработки исполнители видели в том, что «вражеская пропаганда немедленно использовала в своих целях рассказы и слухи возвратившихся из Германии и тем самым отчасти добилась значительных успехов среди местного населения. В доставке корреспонденции восточных рабочих из Германии на родину, судя по сообщениям из Белоруссии, царит полная неразбериха» [11, л. 204-205].

Тем не менее в условиях нехватки рабочих рук именно женщины с оккупированной советской территории должны были стать основой выполнения экономических задач рейха. Например, в инструкции штаба 3-й танковой армии для воинских частей, участвовавших в проведении карательных операций «Регеншауэр» и «Фрюлингсфест», от февраля 1943 г. читаем: «Работоспособные женщины от 15 до 60 лет, среди них также матери с детьми, если из них, по крайней мере, половина старше 10 лет, под охраной направляются на ближайший

сборный пункт рабочей силы. Приказать взять с собой, по возможности, достаточно одежды на зиму и лето, а также продовольствия на два дня. В данном случае оставить для подобного багажа одну или две крестьянские подводы» [12, л. 6]. При этом непосредственная реализация поставленных задач шла вразрез с пропагандистскими штампами и обращениями к белорускам. Принудительный вывоз женщин и девушек в Германию девальвировал усилия отделов пропаганды. Например, в письме от 30.06.1944 г. «главного руководителя девушек» руководящего штаба Союза белорусской молодежи своему подчиненному в местечке Глубокое говорилось о недопущении угроз высылки в Германию по отношению к членам коллаборантского Союза белорусской молодежи. «Главный руководитель девушек» упрекал местного руководителя в том, что отправка в Германию преподносится им как наказание для «непослушных». При этом он рекомендовал своему подчиненному акцентировать внимание девушек на том, что работа в Германии ни в коем случае не является карой, а только средством выживания в условиях войны, что необходимо зарабатывать авторитет среди подчиненных, а не использовать угрозы [9, с. 165-169].

Выводы

Таким образом, актуализация немецкими оккупационными властями так называемого «женского вопроса» в процессе вербовочных кампаний оказалась малоэффективной. Усилия отделов пропаганды нивелировались крайне жестоким обращением с местным населением, принудительными действиями немецкой администрации по вывозу в рейх рабочей силы с Востока, политикой «выжженной земли». Тем не менее до конца войны немецкая машина пропаганды продолжала работать, создавая идеализированный образ «Новой Европы», построенной на принципах гуманизма и сотрудничества, признании прав и свобод женщин, сохранении института традиционной семьи.

Конфликт интересов

Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Библиографический список

1. Национальный архив Республики Беларусь (далее – НАРБ). Ф. 385. Оп. 1. Д. 25.
2. НАРБ. Ф. 384. Оп. 1. Д. 2.
3. НАРБ. Ф. 390. Оп. 1. Д. 1.
4. Herbert U. Fremdarbeiter. Politik und Praxis des «Ausländereinsatzes» in der Kriegswirtschaft des Dritten Reichs. Berlin, 1985. 265 s.
5. НАРБ. Ф. 370. Оп. 1. Д. 2.
6. Мігунова А.А. Беларускія «остарбайтэры» і прапаганда нямецкай акупацыйнай улады у 1941-1944гг. // Весці Беларускага дзяржаўнага педагагічнага ўніверсітэта. 1998. № 1. С. 82-86.
7. НАРБ. Ф. 370. Оп. 1. Д. 1.
8. НАРБ. Ф. 370. Оп. 1. Д. 1286.
9. Белорусские оstarбайтеры. Угон населения Беларуси на принудительные работы в Германию (1941-1944): Документы и материалы. В 2 кн. Кн.1 (1941-1942) / сост. Г.Д. Кнатько, В.И. Адамушко и др. Мн. : НАРБ, 1996. 304 с.
10. НАРБ. Ф. 4683. Оп. 3. Д. 947.
11. НАРБ. Ф. 3500. Оп. 2. Д. 37.
12. НАРБ. Ф. 385. Оп. 2. Д. 51.

References

1. Nacional'nyj arhiv Respubliki Belarus' (NARB). F. 385. Op. 1. D. 25.
2. NARB. F. 384. Op. 1. D. 2.
3. NARB. F. 390. Op. 1. D. 1.
4. Herbert U. Fremdarbeiter. Politik und Praxis des «Ausländereinsatzes» in der Kriegswirtschaft des Dritten Reichs [Foreign workers. Politics and practice of the "foreigner deployment" in the war economy of the Third Reich]. Berlin, 1985. 265 p.
5. NARB. F. 370. Op. 1. D. 2.
6. Migunova A.A. Belaruskaya «ostarbajtery» i prapaganda nyameckaj akupacyjnaj ulady u 1941-1944gg. [Belarusian "Ostarbeiters" and propaganda of the German occupation authorities in 1941-1944.]. Vesci Belaruskaga dzyarzhaunaga pedagogichnaga universiteta. 1998. no. 1. P. 82–86.
7. NARB. F. 370. Op. 1. D. 1.
8. NARB. F. 370. Op. 1. D. 1286.
9. Knat'ko G.D., Adamushko V.I., e.a. Belorusskie ostarbajtery. Ugon naseleniya Belarusi na prinuditel'nye raboty v Germaniyu (1941-1944): Dokumenty i materialy [Belarusian Ostarbeiters V 2 kn. Kn.1 (1941-1942) [Hijacking of the population of Belarus for forced labor in Germany (1941-1944): Documents and materials.]. Minsk, NARB, 1996. 304 p.
10. NARB. F. 4683. Op. 3. D. 947.
11. NARB. F. 3500. Op. 2. D. 37.
12. NARB. F. 385. Op. 2. D. 51.

Поступила в редакцию 08.06.2020

Подписана в печать 16.09.2020

**GENDER ASPECT OF GERMAN PROPAGANDA IN THE OCCUPIED SOVIET TERRITORY
(BASED ON THE MATERIALS OF THE GENERAL DISTRICT OF BELARUS)**

Elena A. Pushkarenko¹, Ekaterina A. Shamrina²

*Belgorod State National Research University¹
Belgorod, Russia*

*Stary Oskol Branch of Belgorod State National Research University²
Stary Oskol, Russia*

¹*Cand. Histor. Sci., Docent of the Department of Russian History and Documentation,
tel.: (4725) 32-24-70, e-mail: pushkarenko-elena@mail.ru,*

²*Cand. Histor. Sci., Docent of the Department of the Management,
e-mail: k1301@mail.ru*

Abstract. The article examines the gender aspect of German propaganda in the occupied Soviet territory (based on the materials of the General district of Belarus) during the Great Patriotic War. The authors analyze a number of previously unpublished archival sources, in particular propaganda materials of the German administration of the General district of Belarus. Researchers believe that the appeal to the female audience by the German occupation authorities was aimed at solving a number of practical tasks: attracting Belarusian women to work in Germany and thus fulfilling the plans of the Reich leadership to recruit Ostarbeiters. At the same time, German propagandists appealed to the feelings of the woman and the mother, the woman-the guardian of the family hearth. Attempts were made to discredit the social policy of the Soviet authorities, to devalue in the mass consciousness the social guarantees that Soviet women had. The content of German propaganda was largely based on criticism of the negative phenomena of Soviet reality in the 30s of the twentieth century. German propaganda focused the audience's attention on the methods of collectivization, the use of women's labor in heavy industry, collective farm construction, and the policy of mass repression. However, despite its large-scale nature, the propaganda did not achieve its goals. One of the main reasons for this, the authors call the extremely cruel occupation policy of the German authorities, which leveled all the efforts of propagandists.

Key words: propaganda, gender aspect, occupation regime, General district of Belarus, Ostarbeiters, Great Patriotic War.

Cite as: Pushkarenko E. A., Shamrina E. A. Gender aspect of German propaganda in the occupied Soviet territory (based on the materials of the General district of Belarus). *Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Izvestia Voronezh State Pedagogical University], 2020, no. 3, pp. 133–137. (in Russian). DOI: 10.47438/2309-7078_2020_3_133.

Received 08.06.2020

Accepted 16.09.2020