

Eesti ja eestlane Saksa okupatsiooni aegsetel propagandaplakatitel, 1941–1944

KRISTO NURMIS

Artikkel käsitleb Saksa okupatsiooni aegsetel propagandaplakatitel esitatud Eesti ja eestlase kujutamistrateegiatega kaudu natsionaalsotsialistliku võimu visuaalset representatsiooni Eestis ning selle muutumist ajas. Autorit huvitab, kuidas ja mil määral püüdsid plakatid kõnetada kohalikke mentaliteete, müüte ja stereotüüpe ning kuidas suhestus sellega natsionaalsotsialistlik ideoloogiline hegemoonia. Artikkel väidab, et kui sõja esimesel poolel keskendus Saksa plakatipropaganda Eestis peamiselt koloniaalsele enesekehtestamisele, võimaldas režiim sõja lõpupoole eestlastele visuaalses mõttes ulatuslikku rahvuslikku eneseväljendust. Plakatid suhestusid kohalike identiteedikonstruktsioonide ja soovunelmatega käimasolevas sõjas ning kasutasid nende väljendamiseks eestlastele iseseisvusajast, eriti aga autoritaarsest ajajärgust tuttavat ikonograafiat ja stilistikat.

Sissejuhatus

Viimastel aastatel on peamiselt turismikirjanduse ja populaarteaduslike ajalooraamatute publitseerimisega tegelev kirjastus Grenader Grupp OÜ¹ avaldanud arvukalt trükiseid – kalendreid, märkmikke, päevikuid, CD-ümbriseid, mängukaarte, üksikplakateid –, millel on kasutatud Saksa okupatsiooni aegsete propagandaplakate reproduktsioone.² Esimese sellise trükise, 2009. aasta nn Eesti Leegioni kalendri müümine Eesti suuremates raamatukauplustes äratas etteaimatavalt nii kohaliku eesti- ja venekeelse kui ka rahvusvahelise meedia tähelepanu.³ Kirjastuse juht Aimur Kruuse

1 Kirjastuse nimes kasutatud mõiste „grenader” tähendab eliitjalaväeosa sõdurit, aga viitab arvatavasti ka eestlastest koosneva *Waffen-SS* diviisi viimasele ametlikule nimetusele 20. *Waffen-Grenadier-Division der SS (Estonische Nr. 1)*. Omaaegses ajakirjanduses nimetati neid sõdureid grenaderideks.

2 Vt nt Eesti Leegioni kalender 2009. Tallinn: Grenader Grupp OÜ, 2008; Eesti Leegioni kalender 2010. Tallinn: Grenader Grupp OÜ, 2009; Ei iialgi Eestit bolševikele! [kalender, 2012]. Tallinn: Grenader Grupp OÜ, 2011; Eesti Leegioni plakatite kalender 2013. Tallinn: Grenader OÜ, 2012; Eesti Leegioni laulud [heliplaat]. Grenader, 2008.

3 Nt *Призыв вступать в Эстонский легион СС стал ходовым товаром*. – *День за днём* 19. IX 2008; 2009. aasta kalender: „Iga tõsine eestlane Eesti Leegioni!” – *Õhtuleht* 19. IX 2008, <http://www.oh tuleht.ee/296573> (vaadatud 15. VIII 2012); *Russians protest at Estonia SS calendar*. – *The Telegraph* 26. XII 2008, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/estonia/3965268/Russians-protest-at-Estonia-SS-calendar.html> (vaadatud 15. VIII 2012); *Daily Telegraph: venelased protestivad Eesti SS-kalendri vastu*. – *Eesti Päevaleht* 29. XII 2008, <http://www.epl.ee/news/eesti/daily-telegraph-venelased-protestivad-eesti-ss-kalendri-vastu.d?id=51153756> (vaadatud 15. VIII 2012).

õigustas plakatireprode avaldamist vajadusega tunda Eesti ajalugu⁴ ning lisas teisel, et „see materjal on niivõrd keerulise ajastu kajastamisel, mil Eesti inimesed olid sunnitud valima halva ja halvema vahel, huvitav ajaloolisest vaatevinklist”.⁵

Vaatamata kirjastuse pealtnäha õilsatele eesmärkidele (ajaloo populariseerimine, allikate publitseerimine, Eesti lähiajaloo keerdsõlmede kajastamine) polnud reprodutseeritud plakatite näol ometi tegu originaalide puhaste koopiatega. Nagu Kruuse tegelikult ka tunnistas, eemaldas kirjastus soovist inimesi mitte ärritada mõnelt plakatilt SS-i välgunooled.⁶ Tegelikult ei piirdutud aga üksnes sellega. Reprodelt kustutati ka arvukalt Saksa riigi- ja sõjalippe, haakriste ning vähemalt ühel juhul viide antisemitismile.⁷ Veel enamgi, suurel osal juhtudest asendas kirjastus natsionaalsotsialistliku sümboolika Eesti lippude ja Vabadusristi südamikujutisega, mida oli kasutatud 1944. aasta suvel kohaliku SS-diviisi tunnuseks.⁸ Paaril reprod muundus Saksa sõdur seeläbi eestlaseks ning ühel juhul viidi läbi peenemgi vangerdus: originaalplakati Saksa lipp asendati Eesti lipuga ning algne Eesti lipp Läti lipuga, kusjuures viimane originaalil puudub (vt originaali reproduktsiooni ill 6). Võib lisada, et Saksa mundreid ega raudriste kirjastus ei tsenseerinud, samuti säilitati Saksamaa liitlaste ja teiste okupeeritud rahvaste lipud, nii nagu ka kommunistlik sümboolika.

Ei saa väita, nagu võltsinuks Grenader siiski kõiki oma reproduktsioone. Arhiivides leidub tõepoolest okupatsiooniaegseid plakateid (sh SS-värbamisplakateid), mis ei viita üheselt natsionaalsotsialismile ega Saksamaale.⁹ Neid plakateid leiab aga üksnes sõja hilisest perioodist, alates 24. veebruarist 1944. Seega, kas tahtlikult või hoopis ironilisel kombel on kirjastus asunud süvendama Saksamaa viimast, kaasaja poliitilist reaalsust enim moonutanud propagandat, jättes Eesti *Waffen-SS* diviisist mulje justkui mingist autonoomsest Eesti sõjalisest formatsioonist.¹⁰ Pole kahtlust, et see ajaloonägemus, mis soovib tagantjärele puhastada Saksa mundris sõdinud eestlaste pärandi igasugustest seostest natsionaalsotsialistliku

4 Daily Telegraph: venelased protestivad Eesti SS-kalendri vastu.

5 2009. aasta kalender: „Iga tõsine eestlane Eesti Leegioni!”

6 Daily Telegraph: venelased protestivad Eesti SS-kalendri vastu.

7 Saksamaa idasõja algust märkivald plakatilt „22. juuni 1941–1943”, mille originaalil on kujutatud haakristiga tähistatud käepidemega mõök, mis purustab viisnurga, ning Taaveti tähega markeeritud käeraud, on Grenader kustutanud nii Taaveti tähe kui ka haakristi. Viimane on asendatud Vabadusristi südamikuga, mis teeb plakati sõnumi üpris kurioosseks (vt järgmine viide).

8 20. (Eesti) Relvagreneride Diviisi tunnuse näol on tegu teatavasti Eesti Vabadussõja aegse Vabadusristi ordeni südamikuga (soomuses käsi mõõgaga, mille kõveruses on E-täht), nii nagu seda on kujutatud ka Tallinnas 2009. aastal avatud Vabadussõja võidusambal. Kohalik Saksa tsiviilvõim legaliseeris Vabadusristide kandmise Vabadussõja veteranidel 1942. aasta veebruari vabaduspäevaks, millega kindralkomissar Karl-Siegmund Litzmann püüdis demonstreerida Saksamaa tänu eestlastele 1941. aasta suvesõjas osalemise eest ning võita nii elanikkonna laiemat toetust. Propagandas hakati Vabadusristi sümbolit kasutama järk-järgult siiski alles alates 1944. aasta 24. veebruarist ehk pärast sunniviisilise üldmobilisatsiooni väljakuulutamist jaanuari lõpus. Värvatud sõdurid kandsid SS-i välgunooltega mundreid edasi. Reaalsetel mundritel hakati Vabadusristi sümboolikaga embleeme kandma alates 1944. aasta juunist eestlastel SS-ohvitseride algatusel sõdurite moraalitõstmiseks. *Reichsführer-SS* Heinrich Himmler muutis sümboli ametlikuks diviisitunnuseks aga alles juulis 1944, vaevalt paar kuud enne Eesti lõplikku tagasivallutamist Punaarmee poolt. Seega on sümboli ajalugu Saksa mundris võidelnud eestlaste tunnusena üpris lühike. Ometi on sellest saanud suuresti just nende ja mitte Vabadussõjaga seostatud sümbol. Kuivõrd ajal, mil sümbolit Saksa propagandas kasutama hakati, oli Eesti Leegioni nimest ammu loobutud, pole päris täpne nimetada seda Eesti Leegioni sümboliks. Tunnuse kasutuselevõtu üksikasju vt: H. Riipalu, Kui võideldi kodupinna eest. Mälestuskilde sõja-aastast 1944. London: Eesti Hääl, 1951, lk 106–114.

9 Nt 2010. aasta kalendri kaheteistkümnest reprod on Grenaderi anonüümne kujundaja võltsinud seitse.

10 Sellele osutas ka vene ajaloolane Nikolai Petšatnov, kes enda sõnul poleks autentsete plakatite ajalooliselt kommenteeritud avaldamise juures probleemi näinud (Russians protest at Estonia SS calendar).

Saksamaaga, leiab mõnes Eesti mälu kogukonnas ka tänapäeval rohkelt järgijaid, ja ilmselt neid sihtgrupina silmas pidades Grenaderi plakatikalendrid toodeti.

Et Saksa okupatsiooni aega võib hinnata tõepoolest keeruliseks, vaatleb käesolev kirjutis plakateid rangelt nende ajaloolises kontekstis ja dünaamikas. Kuigi uurimuse keskmes on Eesti ja eestlase kujutamine okupatsioonivõimude tellitud plakatitel, on eesmärgiks mõista ka üldisemaid Saksa võimu visuaalse eneserepresentatsiooni arenguid siinses ruumis. Artikkel uurib plakatitel kasutatud müütide, stereotüüpide ja assotsiatsioonide kaudu, kas, kuidas ja mil määral püüdis okupatsioonivõim adapteeruda kohaliku ühiskonna soovunelmatega. Fookuses on nii Eesti ja eestlaste ikonograafilised kujutamissstrateegiad kui ka kõik see, mida publiku ette manatud pildid varjasid ning millest loosungid vaikusid. Just propaganda sihtgrupiga seotud visuaalretoorikas avalduvad võimu poolt soovitud kuvandid, mis väljendavad terriitoriumi ja rahva ideaalpilti, millele vastavaid mõtteraamistusi ja käitumist elanikkonnalt oodati ning kuidas natsionaalsotsialistlik okupatsioonirežiim ennast ja oma ideoloogiat eestlaste jaoks sümpaatseks teha püüdis.

Artikli keskne empiiriline baas on erinevates Eesti mäluasutustes ja erakätes säilinud plakatid,¹¹ millest tosinkonna olen valinud põhjalikumaks analüüsiks. Mõistagi ei toiminud propagandaplakatid kommunikatiivses ega sotsiaalses vaakumis, vaid moodustasid osa kaasaegsetest propagandastrateegiatest, nii nagu ka tervest spektrist võtetest, millega võim üritas motiveerida ühiskonda endale sobivaimalt käituma.¹² Seetõttu tugineb käesolev kirjutis tegelikult märksa laiemale hulgale üksteist täiendavatele Saksa okupatsiooni aegsetele allikatele, perioodikale ning mälestustele.¹³ Olgugi et uurimuse fookuses on plakatimeedium, toon selle kõr-

11 Artikli ettevalmistamisel on kasutatud Eesti Riigiarhiivi, Tartu Ülikooli Raamatukogu, Eesti Rahvusraamatukogu, Eesti Ajaloomuuseumi, Tallinna Linnamuuseumi ja Eesti Sõjamuuseumi kogudes ning mõningaid eravalduses säilinud plakateid. Paaril korral on plakatitest olemas kirjeldus, mõnel juhul võrreldes reproduktsioonid erinevates raamatutes (juhuil kui on kirjandusest või plakatimärgetest teada, et seda levitati ka Eestis). Allikabaas ulatub üle kaheksakümne viie, valdavalt umbes 85 x 60 cm formaadis erineva plakatini. N-õ klassikalisi poliitilisi plakateid täiendavad ka erinevad plakatimeediumile lähedased vahevormid: õppe- ja ohutusplakatid (nt tuleohutusplakatid), informatsioonilise sisuga seinalehed (nt režiimi ametlikud teated) ning pildilise ja/või tekstilise representatsiooniga lendlehed, samuti näituseplakatid. Töö raskuspunkt on siiski poliitilist laadi plakatitel. Olgugi et allikabaas on sõja, võimalike sõjajärgsete makulatuurikampaaniate ning meediumi iseärasuste (enamasti neid ilmselt ei plaanitudki säilitada) tõttu mõneti „arheoloogiline”, võib ometi nentida, et enamus perioodi olulisematest propagandakampaaniatest ja sündmustest on säilinud plakatitel esindatud. Seega võib allikabaasi pidada representatiivseks. Lisaks Saksa okupatsiooni aegsetele plakatitele on võrdluse mõttes uuritud ka nõukogude plakateid. Viimaseid küll mitte nii süstemaatiliselt.

12 Prantsuse filosoofi ja kommunikatsiooniteoreetiku Jacques Elluli järgi püüab propaganda rakendada ühiskondliku käitumise mõjutamiseks kõik enda käsutuses olevad meediumid ning hõivata iga võimaliku momenti inimese elus: raadio ja ajalehed kui ta on kodus või tööl, miitingud, avalikud üritused ja filmid õhtuti ning nädalavahetustel, plakatid, mil ta jalutab tänaval (J. Ellul, Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage, 1973, lk 9, 17). Plakatimeediumi omapära on iseloomustanud Gary Yanker, kes osutab, et kui raadio ja film määravad passiivselt jälgivale publikule aja ja tempo, ajaleht nõuab aga kirjaoskust ja keskendumist, siis plakatit võib vaadata ükskõik kui kaua: piltsõnum on üldjuhul arusaadav lastele, kirjaoskamatutele, aga ka neile, kes lihtsalt ei viitsi lugeda (G. Yanker, Prop Art: Over 1000 Contemporary Political Posters. New York: Darien House, 1972, lk 35). Veelgi romantilisemalt tõlgendas plakati rolli aga natsionaalsotsialistliku propagandaõpiku autor Erwin Schockel: „...kirjutatud sõna võib jääda lugemata, raadio saab kinni keerata, poliitiliselt miitingult on võimalik puududa, ent poliitilist plakatit ei saa vältida. Vaid pime, voodihaige ja vangistatu ei saa kokku puutuda plakatiga.” (Tsit G. Yanker, Prop Art, lk 35.)

13 Saksa okupatsiooni aegset plakatipropagandat on varem käsitletud: M. Unt, Kahepealise lohe embus: poliitilise plakati ikonograafia 1940–1945. a. Bakalaureusetöö, Eesti Kunstiakadeemia kunstiteaduse instituut. Tallinn, 1999; K. Nurmis, „Ühises võitluses ühine võit!” Saksa okupatsiooni aegsed propagandaplakatid Eestis. Bakalaureusetöö, Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituut. Tartu, 2008. Käesolev uurimus tugineb siiski märksa laiapõhjalisemale historiograafiale ja allikabaasile kui need üliõpilastööd.

val lisanäiteid teistestki režiimi visuaalse ning diskursiivse eneserepresentatsiooni ilmingutest.

Käesolev kirjutis käsitab plakati ennekõike visuaalse poliitilise instrumendi, mitte eneseküllase artefaktina. Sellist lähenemist õigustab ka natsionaalsotsialistliku režiimi suhtumine plakatisse, mida ei mõistetud kunstniku individuaalse loomeaktina, vaid ühtaegu nii orgaanilise osana režiimi totaalsest-utopistlikust missioonist luua uus ühiskond kui ka puhtalt funktsionaalse ja eesmärgipärase tarbegräafikana. Hitleri autobiograafilise programmeeritud „Minu võitlus”, millest kujunes ühtlasi natsionaalsotsialistliku propaganda alustekst, järgi polnud plakat traditsioonilises mõttes kunstiliik, ent selle „kunst” (täheenduses: meisterlikkus) peitus kujundaja oskuses peibutada vormide ja värvidega masse. Tuues näitena kunstinäituse plakati, väitis Hitler, et selle eesmärk ei ole mitte asendada eksponeeritud taieseid, vaid osutada näituse tähtsusele. Näituseplakat pidi motiveerima inimest näitust külastama, mitte lihtsalt ilus olema, ning mida edukamalt ta seda tegi, seda suurem oli ka plakati väärtus.¹⁴

Natsionaalsotsialismile omane rõhutatud visuaalsus, mis avaldus nii režiimi hilisromantilise kunsti retoorika kaudu põhjendatud poliitikas¹⁵ kui ka viimase toetamiseks mobiliseeritud afektiivsetes, eriti aga visuaalsetes massikommunikatsioonimeediumites (laialdaselt levitatud parteiline ja riiklik sümboolika, mündrid, plakatid, fotod, ringvaated, dokumentaal- ja mängufilmid, suurnäitused, massiüritused jne),¹⁶ ei tohiks aga hakata analüütilises mõttes varjama plakatimeediumi režiimi poolt igati teadvustatud funktsionaalsust ja pragmaatikat. Hoolimata natsionaalsotsialismi kalduvusest romantiseerida oma ideoloogiat, poliitikat, aga ka propagandategevust ennast¹⁷, ei tasu unustada, et juba partei poliitiliste võitluste aegu, iseäranis aga alanud sõja kontekstis, kujutas (visuaal)propaganda endast ühtlasi ja isegi ennekõike poliitilist „relva”¹⁸. Režiimi arusaam propaganda ühiskondlikust ja sõjalisest tähtsusest oli võrsunud Hitleri ja tema kaaskondlaste kinnisveendumusest, et Saksa keisririik ei kaotanud Esimest maailmasõda mitte lahinguväljal, vaid ebapädeva propaganda tõttu; tingituna ühtaegu nii vaenlaste propaganda üleolekust kui ka kodurinde kokkuvarisemisest. Hitleri arvates pidanuks Saksa propaganda ajama tollal kogu sõjasüü vaenlase kaela, isegi kui see poleks lõpuni faktidele vastanud. Ta tõstis esile Antanti riikide edukat propagandat, ei häbenenud tunnistanud, et kasutas oma parteipropaganda eeskujudena Viini marksiste ja katoliiklasi¹⁹, ning rõhutas sõjapropaganda eesmärgipärasust: „Saksa

14 A. Hitler, *Mein Kampf*. München: Eher, 1943, lk 196j.

15 S. Sontag, *Vaimustav fašism*. – S. Sontag, *Vaikuse esteetika*. Esseed. Tallinn: Kunst, 2002, lk 152.

16 P. Reichel, *Der schöne Schein des Dritten Reiches*. München: Carl Hanser Verlag, 1991, 5. ptk.

17 Ka Schockel püüdis inspireerida plakatikunstnikke, osutades nende töö loovusele: „Propaganda pole teadus, vaid äratundmine. Teie tegevus on kunst. Suured propagandistid on sama unikaalsed nagu suured kunstnikud.” (Tsit A. Fleischer, F. Kämpfer, *Das politische Plakat im Dritten Reich*. – F. Kämpfer, *Propaganda. Politische Bilder im 20. Jahrhundert, bildkundliche Essays*. Hamburg: Kämpfer, 1997, lk 148.)

18 B. Sösemann, *Propaganda und Öffentlichkeit in der „Volksgemeinschaft”*. – *Der Nationalsozialismus und die deutsche Gesellschaft. Einführung und Überblick*. Hrsg. v. B. Sösemann. München: Deutsche Verlags-Anstalt, 2002, lk 118; B. Quinkert, *Propaganda und Terror in Weißrußland 1941–1944: Die deutsche „geistige” Kriegführung gegen Zivilbevölkerung und Partisanen*. Paderborn: Schöningh, 2009, 1. ptk.

19 R. L. Bytwerk, *Bending Spines: The Propagandas of Nazi Germany and the German Democratic Republic*. Michigan: Michigan State University Press, 2004, lk 42.

rahvus oli võitlemas oma inimeksistentsi eest, ja sõjapropaganda eesmärk oleks pidanud olema toetada seda võitlust; selle eesmärk pidanuks olema tuua kaasa võit.”²⁰ Teise maailmasõja alguseks oli natsionaalsotsialistlik režiim üles ehitanud ajalooliselt enneolematu riikliku ja sõjaväelise propagandasüsteemi, mis pidi kindlustama, et Saksamaa kaotus enam ei korduks.

Siinkirjutaja arvates tuleb seega ka Eesti aladel teostatud plakatipropagandat vaadelda eelkõige n-ö Saksamaa sõjaaegse „relvana”, ehk instrumentaalse vahendina, mille eesmärk oli mõjutada vaenlase tsiviilelanikkonda käituma enda jaoks sobivas suunas. Saksa propaganda täitis okupeeritud aladel, liiatigi vallutatud idaaladel, kvalitatiivselt teisi ühiskondlikke funktsioone kui Saksamaal. Antud kirjutise eesmärk pole niisiis lihtsalt otsida ja leida plakatitel ideoloogilise ortodoksia ilminguid, pelka natsionaalsotsialistlikku totalitarismi, vaid avastada plakatipropaganda institutsionaalse ja representatiivse tasandi kaudu viise, kuidas režiim püüdis toetada oma poliitilisi agendasid, luua ja hoida enesekuvandit ning kõnetada ühe okupeeritud territooriumil elutseva rahvakillu mentaliteete. Pidades silmas seda sõjapoliitilist eesmärgipärasust, ei jäta uurimus samas tähelepanuta ka plakatitel avalduvaid teadlikke ja mitteteadlikke ideoloogilisi projektsioone, dilemmaid ning eri tasandi tellijate, institutsioonide ja autorite kitsamaid sihte. Artikkel vaatluski esmalt plakatipropaganda institutsionaalseid eeldusi, millele järgneb kronoloogilisel põhimõttel esitatud plakatite analüüs. Töö järeldustes püüan asetada Saksa okupatsiooni aegse visuaalretoorika laiemasse ajaloolis-kultuurilisse konteksti ja vaatlen selle vahekordi esimese nõukogude aasta, aga ka Eesti Vabariigi autoritaarse ajajärguga.

Plakatitoodangu institutsionaalsest taustast

Enne plakatianalüüsi juurde asumist tuleb esmalt osutada nende algsele institutsionaalsele päritolule. Selle järgi võib plakatid jagada kolme gruppi: (1) Berliinist saadetud Saksa propagandaministeeriumi idatalituse ja Wehrmachi propagandaosakonna plakatid, (2) Eesti rakenduskunstnikelt Saksa tsiviilvõimu ja selle kollaboratsioonidministratsiooni Eesti Omavalitsuse tellitud plakatid, (3) Riia riigikomissariaadi propagandaosakonna saadetud plakatid.

See jaotus illustreerib ühtlasi ka Eesti alade Saksa okupatsiooni aegset administratiivset süsteemi. Eesti vallutamise järel andis Wehrmacht haldusvõimu 1941. aasta detsembriks üle Saksamaa idaministeeriumile, mille alluvuses loodi Baltimaid ja Valgevene alasid haldav Ostlandi riigikomissariaat keskusega Riias ning selle alluvuses kohalikud kindralkomissariaadid Tallinnas, Riias, Vilniuses ja Minskis. Eesti kindralkomissariaati asus juhtima SA-Obergruppenführer Karl-Siegmund Litzmann, kelle meeskonnas tegutses ka kohalikku propagandat juhtiv ning tsensuuri korraldava kindralkomissari propagandaosakond. Kindralkomissari alluvuses tegutses edasi ka juba sõjaväelise haldusvõimu ajal moodustatud, peamiselt okupatsioonivõime nõustav ja kommunaalseid funktsioone täitev kollaboratsioonidministratsioon

²⁰ A. Hitler, *Mein Kampf*, lk 195.

Eesti Omavalitsus, endise vabadussõjalaste liikumise propagandajuhi Hjalmar Mäega eesotsas.²¹

1941. aasta sõjategevuse ajal tegelesid kohalike meedia- ja kultuuriasutuste esmase ülevõtmise ja sõjapropaganda korraldamisega Wehrmachi propagandapaarapat, täpsemalt 621. Propagandakompanii ning sõjaväelise haldusvõimu all baltisaksa sporditegelase Edgar Stahfi juhitud *Propaganda-Staffel Estland*. Tsiviilvalitsuse kehtestamisega hakkas Eesti propagandistidele üldisi juhtnööre ja ülesandeid jagama kindralkomissari propagandaosakond, alates 1943. aastast propagandaministriumi idatalitusele alluv *Propaganda-Amt Estland*. Saksa institutsioonid hakkasid ajapikku delegeerima kohaliku propaganda ülesandeid juba septembris 1941 loodud Eesti Omavalitsuse propagandaüksusele Rahvakasvatuse osakonnale (hiljem Rahvakasvatustalitus ja Rahvakasvatuse peavalitsus). Viimase ülesandeks sai nii Berliinist ja Riist saadetud propagandaplakatite vahendamine kui ka nende kohalik tellimine.²²

Pole teada, kellelt täpsemalt telliti esimesed kohalikud plakatid (kannavad üksnes Tohver & Co kivitrükikoja märget), kuid alates 1943. aasta veebruarist hakkas täitma tellimusi Aarne Mõtuse (1900–?)²³ juhitud Eesti Rakenduskunsti ateljee ERK. Mõtus oli iseseisvusajast tuntud kui president Konstantin Pätsi administratiivhoone rahvusromantilises stiilis ja temaatikas (idealiseeritud muistsed eestlased) seinavaipade tellimuste täitja ja autor. Tema silmapaistvaimaks tööks pidi saama muistsete Eesti vanemate ja viikingite vahelise lepingu sõlmimist kujutav gobelään Riiginõukogu saalile, kuid tellimuse katkestas 1940. aastal saabunud nõukogude võim.²⁴ Lisaks plakatite valmistamisele korraldas ateljee ERK 1943. aasta detsembris Tallinnas ka suurema ajalooteemalise propagandanäituse. 1944. aasta veebruari ajaleheintervjuus kinnitas Mõtus, et tema ateljee on oma loomisest saati „100-protsendiliselt seisnud sõjalise propaganda teenistuses”.²⁵

21 M. Maripuu, German Civilian Administration in Estonia in 1941–1944. – Estonia 1940–1945: Reports of the Estonian International Commission for the Investigation of Crimes Against Humanity. Eds. T. Hiio, M. Maripuu, I. Paavle. Tallinn: Inimusevastaste Kuritegude Uurimise Eesti Sihtasutus, 2006, lk 521–538.

22 Eestis toodetud plakatid on tähistatud enamasti tähekombinatsiooniga ERK. Sageli leidub neil ka tähis RKP ehk Rahvakasvatuse peavalitsus. Saksa okupatsiooni aegse propagandapaarapaadi institutsioonidest ja käsu-liinidest vt K. Nurmis, *Das fejn geschliffene Glas*. Saksa okupatsiooni aegne propaganda organisatsioon Eestis, 1941–1944. Magistritöö, Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituut. Tartu, 2011. Saksa üldistest propagandainstitutsioonidest ning nende tegevusest vt O. Buchbender, *Das tönende Erz: deutsche Propaganda gegen die Rote Armee im Zweiten Weltkrieg*. Stuttgart: Seewald-Verlag, 1978.

23 Ka A(a)rne Mõt(t)us.

24 Eesti tarbekunsti ja disaini klassika 1900–1940 / Classics of Estonian Applied Art and Design 1900–1940.

Koost M. Alber. Tallinn: Tänapäev, 2008, lk 144jj.

25 Rakenduskunst sõja teenistuses. – Eesti Sõna 24. II 1944. Ateljee tegeles lisaks plakatite kujundamisele ka kandekottide ja meenepiltide valmistamisega. Kaalu Kirme järgi töötasid ateljees kohapeal või kaastöölistena peale Mõtuse veel Aleksei Viilup, Valli Lember (hiljem Lember-Bogatkina), Diana Laev, Helga Herm (hiljem Viilup), Margarethe Fuks, Richard Sööt (K. Kirme, Muusad ei vaikinud. Kunst Eestis sõja-aastail 1941–1944. Tallinn: Kunst, 2007, lk 264–265). Siinkohal ei hakka ma pikemalt peatuma kunstnike moraalsel või ideoloogilistel valikutel, mis pole selle uurimuse ülesanne. Võib ainult märkida, et Mõtus osales 1940. aastal ka ENSV riigiväpi konkursil, küll ebaõnnestunult. Sama oli teinud Johann Naha, kes Saksa okupatsiooni ajal osales samuti ERK-i propagandatöös ja kujundas kohaliku omaabiorganisatsiooni Eesti Rahva Ühisabi (ERÜ) fašistlike stiilelementidega märk-embleemi (kolm üksteisest kinni hoidvat nurgeliselt stiliseeritud kätt). Kuivõrd Hjalmar Mäe soovis luua ERÜ-st tervet Eesti rahvust hõlmava kvaasipoliitilise liikumise, pidi ERÜ tunnusel olema kohaliku ideoloogilise tähistajana ilmselt suur tulevik. Paul Luhtein kujundas ohtralt plakateid nõukogude režiimi jaoks, kuigi oli samas ka iseseisvusaegse Valgetähe teenetemärgi kujunduse autor. Eesti andekaim karikaturist Vello Agori (Gori) joonistas teravmeelseid karikatuure nii iseseisvuseraajal (pms vasakpoolsetele ajalehtedele), nõukogude aastal kui ka Saksa okupatsiooni ajal, kuni ta nõukogude võimu taaskehtestamise järel juba 1944. aasta oktoobris enesetapu sooritas.

Esimesed idaalade propagandaplakatid pärinesid kõik kas propagandaministeeriumi idatalitusest või Wehrmachi propagandaosakonnast, mille omavaheline koostöö oli sünkroniseeritud. Propagandaminister Joseph Goebbelsi korraldusel sai idatalituse juhiks propagandaministeeriumi antikommunismi osakonna juht, radikaalne natsionaalsotsialist Eberhard Taubert (juhtis mh seltsi Antisemiitlik Aktsioon ja oli antisemiitliku propagandafilmi „Der ewige Jude” stsenaarist).²⁶ Idaministeeriumi tasandil otsustas üldisemad kontseptuaalsed propagandasuundumused üks idaministri ja režiimi põhiideoloog, Tallinnas sündinud endine arhitekt Alfred Rosenberg. Kohalike *Waffen-SS* võõrleegionäride värbamisega muutus propaganda alal mõjukaks ka Heinrich Himmler, kelle võimas SS-aparaat tegeles lisaks ühiskondlikule järelevalvele propaganda toime hindamise ja läbiviimise edukuse küsimustega²⁷, samuti konkreetsete juhtnööridega *Waffen-SS*-i värbamispropaganda korraldamiseks²⁸. Koondraporteid kohaliku propaganda toimimisest ja edasisi soovitusi saatis Berliini kohalik Saksa Julgeolekupolitsei juht (1941. ja 1942. aastal tegi seda Eesti juutide arreteerimise ja massihukkamiste eest vastutanud Martin Sandberger isiklikult).²⁹ Kõrgeimaks otsustajaks Saksamaa idapoliitika ning kaudselt ka propaganda osas jäi mõistagi Adolf Hitler. Kohalikul tasandil pühendas palju tähelepanu Saksa propaganda konkreetsele formuleerimisele juba 1929. aastast natsipartei liikmeks astunud kindralkomissar Litzmann.³⁰ Nende kõrgemate isikute nimede ja tausta mainimine on põhjendatud osutamaks, et Saksa idapoliitika ja propaganda üldsuundumusi, mis kõige elementaarsemal tasandil kajastusid just nimelt propagandaplakatil, juhtisid ideoloogilises mõttes ühed veendunuimad natsionaalsotsialistid.

Vaenlase tsiviilelanikkonna (kategooria, mille alla kuulusid põhimõtteliselt ka eestlased) jaoks tehtava propaganda üldnimetuseks sai *Aktiv-Propaganda*, mis eristati Saksa sõduritele tehtavast propagandast ja meelelahutusest. *Aktiv-Propaganda* tähistas ühtlasi ka propagandat n-ö kergete meediumite – plakatite, lendlehtede, brošüüride, valjuhääldite – kaudu, kuivõrd Saksamaa esialgne propagandasüsteem oli üles ehitatud kiireks ja võidukaks sõjaks ning teiste propagandavahendite osas oli tehtud vähe eeltööd.³¹ Näiteks idaalade uue ajakirjandussüsteemi käimapanekul pöörasid sakslased esialgu märksa rohkem tähelepanu nõukogudeaegsete ajalehetoimetuste ja trükikodade varade ülevõtmisele ning saksakeelsete okupatsiooniajalehtede käimapanekule kui kohalikes keeltes ajalehtede avaldamisele. Viimased loodi aeglaselt, peamiselt kohalike endi initsiatiivil ja suhteliselt

26 O. Buchbender, *Das tönende Erz*, lk 33–38.

27 A. Kuusik, *Security Police and SD in Estonia in 1941–1944. – Estonia 1940–1945: Reports of the Estonian International Commission for the Investigation of Crimes Against Humanity*, lk 587.

28 Vt näiteks SS-i propagandajuhtnõör. – *Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv (ERA)*, f R-81, n 1, s 286, l 85j. SS-i ja propaganda teemal vt K. Nurmise, *Das fein geschliffene Glas*, lk 59–62.

29 Vt M. Maripuu, *Eesti juutide holokaust ja eestlased. – Vikerkaar 2001, nr 8/9*, lk 137–142. Sandbergeri raporteid vt Eesti Julgeolekupolitsei aruanded 1941–1944. Eesti üldine olukord ja rahva meeleolu Saksa okupatsiooni perioodil politseidokumentide peeglis. Koost T. Noormets. Tallinn: Eesti Rahvusarhiiv, 2002.

30 Litzmanni aktiivsest osalusest režiimi imago loomisel vt K. Nurmise, *Das fein geschliffene Glas*, lk 15–29.

31 O. Buchbender, *Das tönende Erz*, lk 33–40.

stiihiliselt.³² Seetõttu võib öelda, et sõja esimesel etapil oli plakat üks tähtsamaid okupatsioonivõimu propagandavahendeid.

Propagandaministeeriumi idatalituse ateljeede ja trükikodade ning spetsiaalsete propagandarongidega kohale saadetud plakatid olid eestindatud juba Berliinis. Seal tegeles sellega paar nädalat enne sõja algust loodud salajane tõlkestaap koodnimega Vineta, mille liikmeskond koosnes kümnetest erinevate idaala keelegruppide esindajatest.³³ Propagandaministeeriumi tekstidest koostatud ning Vineta tõlgitud raadiosaated, lendlehed ning plakatid olid esimene Saksa propaganda, mis sõja puhkedes Eestisse jõudis. Saksa vägede kohalejõudmisele järgnes territooriumi puhastamine vaenulikust propagandast. Sõjaväelise korraldusega pidid nii tsiviilelanikud kui ka asutused andma ära kõik enda valduses olevad nõukogude propagandamaterjalid ja kirjanduse.³⁴ Kommunistliku propaganda omamine lõppes kas kopsaka rahatrahvi või vangistusega.³⁵

Eestis ja Saksamaal toodetud plakateid eristab nende silmanähtavalt erisugune stilistika. Kui Saksa plakatid vastavad ühtmoodi natsionaalsotsialistliku „heroilise realismi” konventsioonidele, neid iseloomustavad tehniline moodsus, kirevad värvid, dünaamilised kompositsioonid ning pildipinna terviklik läbitöötamine, siis Eesti plakatid on stiili poolest märksa mitmekesisemad, enamasti visandlikud ja abstraheeritumad, peagu monokroomsed (eriti armastatud on sinimustvalge värvikombinatsioon), lõpuni töötlemata pindade, rahulikuma kompositsiooni ning märgatavalt tagasihoidlikuma paatosega. Kuigi nii mõnegi kohaliku plakati puhul võib tajuda otseseid või kaudseid laene Saksa plakatitelt, viitab nende vormikeele ja kirjatüüpide variatiivsus, et erilisi ettekirjutusi Saksa võimude poolt esteetilise standardi osas ei esitatud. Nii nagu üldine Saksa propaganda pühendas tähelepanu vallutatud rahvaste mentaliteedi uurimisele,³⁶ pidi ka plakatite esteetika vastama kohalikule kultuurikontekstile.

„Rahvaste vabaduse eest”, plakatid 1941–1942

Saksamaa propaganda eesmärkide ja funktsioonide mõistmiseks vallutatud idaaladel tuleb esmalt põgusalt peatuda idasõja üldiste sihtide kompleksil.

1941. aasta 22. juunil alanud Saksamaa nn idasõjakäik (*Ostfeldzug*) NSVL-i vastu pidi tooma kaasa ühtaegu strateegilise nihke üldises sõjas kui olema ideoloogiline,

32 Ajakirjandussüsteemi fundamentaalse ümberkorralduse asemel (à la sovetiseerimine) nägid idaministeeriumi kavade ette üksnes maakeelsete ajalehtede lubamist minimaalses ulatuses, et täita üldine uudistenälg ja niikaua kuni leidis usaldusväärseid toimetajaid, vt Die Zivilverwaltung in den besetzten Ostgebieten (Braune Mappe). Allika skaneering, <http://www.justice.gov.il/mojheb/Eichman/t296.pdf>, lk 35 (vaadatud 30. IV 2012); H.-D. Handrack, Das Reichskommissariat Ostland: die Kulturpolitik der deutschen Verwaltung, 1941–1944. Scheden: Dittmer Publikationen, 1979, lk 198.

33 O. Buchbender, Das tönende Erz, lk 36.

34 Materjalide äraandmine pidi toimuma kümne päeva jooksul. Tartu välikomandandi korraldus 20. VIII 1941. – ERA, f 4416, n 1, s 29, l 1.

35 Amtsblatt des Generalkommissars in Reval 25. III 1942.

36 Sellele pühendusid nii julgeolekupolitsei aruanded kui ka kindralkomissari poliitika- ja propagandaosakonnad. Ka Wehrmacht salajane propagandajuhtnõör „Nõukogude Liit. Maa ja inimesed” kirjeldas põgusalt iga NSVL-i rahva „rahvuskarakterit”, sh võrdlevalt eestlaste, lätlaste ja leedulaste omi (O. Buchbender, Das tönende Erz, lk 30–33).

rassi- ja koloniaalsõda, et hävitada NSVL riigina ning juurida välja „juudibolševism”. Nn vallutatud idaalad pidid pakkuma laienevale Suur-Saksamaale uut „eluruumi” (*Lebensraum*) ning selle kohaliku elanikkonna suhtes olid ette nähtud erinevad koloniaalsed praktikad: segregatsioon, assimileerimine, ümberasustamised, orjastamised, massimõrvad, millega osalt alustati juba sõja ajal (nt juutide ja mustlaste masshukkamised).³⁷

Idasõja avalikul õigustamisel oli Hitleri ettekirjutuste järgi otstarbekas hoiduda oma tegelike kavatsuste kuulutamisest. Tuli vältida kohaliku elanikkonna „enneaegset” vaenlaseks muutumist ning seetõttu rõhutada, et ollakse vabastajad. Kogu „Baltimaa” (*Baltenland*) pidi saama Saksamaa osaks (*Reichsgebiet*), kusjuures kohalikele rahvastele polnud esialgu relvakandmist ette nähtud. Sõjaperioodi tegevuskava idas sõnastas Hitler lakoonilise triaadina: domineerida, administreerida, ekspluateerida.³⁸

Selliste kavatsuste valguses tuleb vaadelda ka sõja esimese perioodi propagandaplakateid, mille ikonograafiat iseloomustab see, et eestlast ja Eestit õieti ei kujutatagi. See tulenes nii pragmaatilistest kui ka ideoloogilistest ajenditest. Pragmaatiliste kaalutluste järgi pidi esialgne sõjapropaganda kõnetama esijoones (suur)vene rahvusgruppi. Olgugi et tulevane Saksa okupatsioonipoliitika nägi ette NSVL-i lagundamist rahvuste põhjal, otsustati Wehrmacht, propagandaministeeriumi ja idaministeeriumi kokkuleppel esiti selle propageerimisest hoiduda, et mitte solvata Punaarmee enamuse suurvene patriootlikke tundeid. Rahvusliku vastandamise asemel tuli lüüa kiil „juudi-bolševistliku” režiimi ja üldise „nõukogude rahva” vahele.³⁹ Idarindel edukalt edasitungiva Saksamaa perspektiivist mängisid Eesti ja eestlased üpris marginaalset rolli. Seetõttu on ka esimese perioodi plakatid Eestis needsamad, mida levitati teistelgi idaaladel, ning konkreetselt Eestit kõnetavad plakatid puudusid.⁴⁰ Näiteks kuulutas Saksa pealetungi ajal ilmselt üks esimesi Eestis levitatud lendlehti täpselt sama sõnumit, mida võinuks levitada kõigil idaaladel:

Eestlased! Saksa rahval ei ole midagi eesti rahva vastu. Ta saadab teie juure oma sõjaväge vabastajana nõukogude võimuvalitsuse alt. / Eesti põllumehed! Te saate jälle oma endise omanduse peremeesteks. Te hakate jälle oma maad, kui omandust, harima. Teie põllud ja nende vili saavad jälle teile kuuluma. / Teie eesti vaimu- ja käsitöölised olete oma kodumaa pärislapsed.

37 S. Myllyniemi, *Die Neuordnung der baltischen Länder 1941–1944*. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura, 1973, lk 46.

38 Martin Bormanns Abschrift einer Besprechung im Führerhauptquartier (16. Juli 1941). – Deutschland unter der Herrschaft des Nationalsozialismus (1933–1945), http://germanhistorydocs.ghi-dc.org/sub_document.cfm?document_id=1549&language=german (vaadatud 1. VIII 2012).

39 B. Quinkert, *Propaganda und Terror in Weißrußland*, lk 62–70.

40 See ei tähenda küll, nagu oleks Eestis levitatud kõiki samu plakateid mis mujal. Kuivõrd Baltikum oli alles hiljuti sovetiseeritud piirkond, jäeti mitmed siin ebaaktuaalsed plakatid Wehrmacht propagandaparaadi poolt levitamata (nt bolševistliku propaganda „pimedusemüüri lõhkumist” kujutavad plakatid, konkreetselt Vene talupojale suunatud propaganda jms). Ühesuguste plakatišabloonide kasutamine erinevate rahvusgruppide vahel võis viia kohalikes keeltes absurdelt kõlavate sõnumiteni. Nii hüüdis eestikeelne antisemiitlik plakat: „Kes piinas keldrites surnuks miljoneid Teie hulgast? [---] Kes saatis miljoneid Teie hulgast sunnitöö laagritesse?” (Nõukogudevastased plakatid. – ERA, f 4420, n 2, s 9, pagineerimata.) Alles kohalike SS-leegionite loomisega hakati eristama Baltimaid ja tootma vastavasisulisi plakateid.

Alles õige sotsialism saab teile vilja kandma. Bolševistlik hirmuvalitsus on möödunud. On tulnud lõpp juutide eksploateerimisele. Lääne kultuur tuleb jälle teie juure tagasi. Takistage, et äraandjad ja vastased põletaksid teie sildu, raudteid, külasid ja linnu. Eestlased! Ära nõukogude survega meie ühise sihi kasuks: Rahu ja teie kodumaa heakäik!⁴¹

Lendleht näitab ilmekalt, kuidas „õige sotsialismi” (mujal ka „Saksa sotsialismi” või „tegude sotsialismi”) mõistet kasutati struktuuraalselt samase, kuid sisult diametraalse vastandina „nõukogude sotsialismile”, defineerides propaganda sihtgruppi pelgalt selle bolševismikogemuse kaudu.

Siin ilmnevad ka Saksa sõjapropaganda ideoloogilise tasandi iseärasused. Saksa idaalade sõjapropaganda mitte ei salanud natsionaalsotsialismi mõiste sotsialistlikku poolt, vaid manifesteeris seda. Nagu lendlehe tekstist selgub, on uue „sotsialismi” puhul tegu üksnes uue valitseva korra, mitte kohaliku elanikkonna poliitilis-parteilise eneseväljendusega. Saksa võimud ei loonud Eestis ühtegi uut parteid ega üritanud konstrueerida režiimile vähegi adekvaatset populaarset või protseduurilist mandaati (valimisi ega rahvahääletusi ei toimunud, osutusi legaalsele vastuoludele pareeriti). Eesti keelde ei tõlgitud ühtegi natsionaalsotsialismi ideoloogilist põhiteksti, mis olid kättesaadavad üksnes saksa keeles ja sugugi mitte laialdaselt. Riigiarhiivi kogudes leidub vaid üks plakat, mis ülistab natsionaalsotsialistlikku parteid. See on mõeldud ainuüksi sakslastele ja kannab loosungit: *Die Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei. Der Rückhalt Aller Deutschen im Osten* („Natsionaalsotsialistlik Saksa Töölispartei. Kõigi Idas asuvate sakslaste toetaja”).⁴² Poliitiline enesemääramine jäi kuni sõja lõpuni eranditult sakslaste privileegiks.

Saksa propaganda põhisõnumid jagunesid sõja alul üldiselt kahte kategooriasse: (1) idaalade vabastamine, mis ühendas antibolševismi, antisemitismi ja Stalini-vastase propaganda, (2) autoriteediülistus, mis tugines Hitleri isiku, Saksa sõjalise ja majandusliku võimsuse ning Saksamaa heaolu propagandale (nn *Deutschland*-propaganda⁴³). *Deutschland*-propaganda avaldus eriti markantselt Wehrmachi propagandaüksuste levitatud mustvalgetel ja värvilistel fotokollaažidega plakatitel⁴⁴, millel võib näha modernseid⁴⁵ reportaazlikke „tunnistusi” Saksa majanduse suuruselt, „Saksa sotsialismi” healust, Saksa relvajõudude ja sõjatööstuse tugevusest ning Saksamaa edukast põllumajandusmudelist. Näiteks visualiseerib idaalade töölistele ja talupoegadele suunatud Wehrmachi plakatisari „Pilte Saksamaalt” hoolikalt klantsitud kuvandit natsionaalsotsialistlikust (post)modernsusest, mis on ületanud moderniseeruva ühiskonna vastuolud: kõrvutades plakatitel moodsaid põllutöomasinad pastoraalse idülliga, Saksamaa suurtööstuse võimsuse Saksa

41 Plakatid üleskutseks vaenlase parašütistide tabamiseks. – ERA, f 4420, n 2, s 5, pagineerimata. Õigekirjavead originaalis.

42 Plakat üleskutseks astuda Natsionaalsotsialistliku Saksa Töölispartei (NSDAP) ridadesse. – ERA, f 4420, n 2, s 10, pagineerimata.

43 Ilmselt just seda peab oma mälestustes silmas Eesti Omavalitsuse sisedirektor Oskar Angelus, kui kõneleb Saksa propagandale kalduvusest muutuda „reklaamiks” (O. Angelus, Tuhande valitseja maa. Mälestusi Saksa okupatsiooni ajast 1941–1944. Stockholm: EMP, 1956, lk 261jj).

44 Plakatid ja kalendrid aastast 1920–1944. – Tartu Ülikooli Raamatukogu hoidla (TÜR), kohaviit: Pt. 463a II.

45 Fotod, eriti värvifotod rõhutasid juba puhtalt oma meediumiomadustega modernsust ja rikkust.

töölise mugava heaoluga.⁴⁶ Ühe plakati pildiallkiri kuulutab enesekindlalt: „Teie vabastajate kodumaa, Suur-Saksa Riik, on maa, kus valitseb kord, puhtus ja rahu-lik elu.”⁴⁷ Sellest majanduslikust heaolust võib osa saada ka kuulekas ning töökas vabastatav.

Propaganda keskseks motiiviks jäi aga edukas sõjakäik ise. Idakampaania esimese faasi välksõjaentusiasmi ja vallutajate eufoorilist enesekindlust näeme plakatil „Rahvaste vabaduse eest” (ill 1).⁴⁸ Plakatil on kujutatud uljalt üle vaenlase purustatud kaitseliinide tungivaid Wehrmachi sõdureid, keda taevaalotuses toetavad arvukad Stukad (Junkers Ju 87), maapinnal tankid ja suurtükid. Plakati selgeks dominandiks on Suur-Saksamaa sõjalipp, vallutava režiimi visuaalse enesekehtestamise peasümbol, mis näib oma erksusega justkui sihilikult varjavat tuhmi- malt kujundatud ja omakasupüüdmatusel apelleeriva hüüdlause. Plakatilt ilmneb üheselt, et idavaenlase alistamise „verreau” kuulub üksnes sakslastele. Kujutatud pole ei vabastatud rahvaid ega vaenlasi, viimased justkui haihtuvad Saksa sõja- masina roomikute all. Lipukandja hurraa-paatos ja optimistlik pealetungimeeleolu töötavad kiiret võitu.

Plakati pildi- ja tekstiosa vaheline kontrast annab selgelt mõista, et „vabane- mine” ei toimu sellisel moel, nagu idarahvad seda ise heaks arvavad. Vastupidi, vabastamissõnum on selgelt heidutuslik, distsiplineeriv ja kuulekusele keelitatv. Tähtsam kui vabadus või vabastatavad on see, k e s vabastab. Plakat funktsioneerib jõudemonstratsioonina Saksamaa sõjalise võimsuse kinnitamiseks, propageerib pealetungiväe tugevust ja tahet ning peab sisendama vallutatud alade elanikesse kuulekust ja imetlevat aukartust.

Maksimaalsele kuulekusele ja aukartusele pretendeerib 1941. aasta sügistal- vel Eestis ja teistel idaaladel levitama hakatud Suur-Saksamaa juhi Adolf Hitleri portreeplakat loosungiga „Hitler – päästja” (ill 2).⁴⁹ Plakati pildilise osa moodustab Hitleri kuulsa 1938. aasta portree reproduktsioon, mida varem oli kasutatud plaka- titel pärast Austria annekteerimist ja mis tollal kandis loosungit: *Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer* („Üks rahvas, üks riik, üks juht”). Ent kui *Anschluss*’i puhul kinnitas pla- kat kõigi sakslaste ühendamist ühe riigi ja juhi alla, siis 1941. aastal okupeeritud Eesti, nii nagu teisedki idaalad, kuulus vallutatavate koloniaalalade kategooriasse. Olgugi et Hitleri kujutusviis on jäänud samaks, muudab uus loosung ning teine kontekst ka plakati funktsionaalset tähendust, mida ei tuleks analüüsida mitte to- talitaristliku „ühe riigi ja rahva”, vaid koloniaalse, vallutajast eraldiseisvale rahvale suunatud sõnumina.

Hitler on plakatil kujutatud renessanss-valitsejana,⁵⁰ ratsionaalselt enese- kindla, askeetliku ning tulevikku vaatava väejuhina. Tausta tühjus ja figuuri ta- gant kumav aupaiste tõstavad esile Hitleri isiku kesksust ning muudavad plaka- ti narratiivivabaks ikooniks, mida „päästja” (lunastaja) mõiste ainult kinnitab.

46 TÜR, Pt. 463a II.

47 ERA, f 4420, n 2, s 4, pagineerimata.

48 ERA, f 4420, n 2, s 4, pagineerimata.

49 Eesti Ajaloomuuseum, digitaalne kogu.

50 A. Rhodes, Propaganda. The Art of Persuasion: World War II. An Allied and Axis Visual Record, 1933–1945. Secaucus: The Wellfleet Press, 1987, lk 223j.



1.

Rahvaste vabaduse eest! (Berliin, 1941).

Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.

For the Freedom of Peoples! (Berlin, 1941).

The National Archives of Estonia, Estonian State Archives.



2.

Hitler - päästja (Berliin, 1941).

Eesti Ajaloomuuseum.

Hitler - The Saviour (Berlin, 1941).

Estonian History Museum.



3. Meie seisukoht. Töö ja võitlus viimseni! (Tallinn, 1942/1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Our position. Work and Fight Until the End! (Tallinn 1942/1943).
The National Archives of Estonia, Estonian State Archives.



4.

22. juuni 1941. Tee vabadusele (Berliin, 1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
22 June, 1941. Path to Freedom (Berlin, 1943).
The National Archives of Estonia, Estonian State Archives.



5.

Kaitse oma kodumaad!
Häving bolševismile! (Berliin, 1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Defend your Homeland! Down with
Bolshevism! (Berlin, 1943).
The National Archives of Estonia,
Estonian State Archives.



6.

Leegion kutsub sind! Ühises võitluses ühine võit! (Tallinn, 1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Legion Calls for you! Fighting Together for the Common Victory! (Tallinn, 1943).
The National Archives of Estonia, Estonian State Archives.



7.

Eesti Leegioni! (Tallinn, 1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Join the Estonian Legion! (Tallinn, 1943).
The National Archives of Estonia, Estonian State Archives.



8. Churchill muinasjuttu jutustamas: „Inglismaa võitleb väikeste rahvaste vabaduse eest...“ (Berliin, 1943).
Eesti Sõjamuuseumi - kindral Laidoneri Muuseum.
Churchill Telling a Fairytale: 'England Fights for the Freedom of Small Peoples...' (Berlin, 1943).
The Estonian War Museum - General Laidoner Museum.



9.

Tõuskem võitluseks! (Berliin, 1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Let us Rise for the Fight! (Berlin, 1943).
The National Archives of Estonia,
Estonian State Archives.



10.

Kurts Fridrihsons. Ei iialgi Eestit
bolševikele! (Riia, 1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Kurts Friedrichsons. Never Leave
Estonia to the Bolsheviks! (Riga, 1943).
The National Archives of Estonia,
Estonian State Archives.



11.

Külmavereliselt ja vapralt kaitseb eestlane kodumaad (Tallinn, 1944).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
The Estonian Defends his Homeland Bravely and in Cold Blood (Tallinn, 1944).
The National Archives of Estonia, Estonian State Archives.



12.

Aarne Mõtus. Täidame oma kohustused Eesti tuleviku pärast (Tallinn, 1943).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Aarne Mõtus. Let us Fill our Responsibilities for the Future of Estonia (Tallinn, 1943).
The National Archives of Estonia, State Archives.



13.

Aarne Mõtus. Leekidest kerkib kättemaks! (Tallinn, 1944).
Rahvusarhiiv, Riigiarhiiv.
Aarne Mõtus. Revenge Rises from the Flames (Tallinn, 1944).
The National Archives of Estonia, State Archives.

Etteruttavalt võib märkida, et plakat leidis eestlaste seas iseenesest kriitilise vastuvõtu. Nagu märkis kohaliku Saksa julgeolekupolitsei aastaraport rahva meeleoludest: „Nii räägitakse ühest Juhi plakatist kirjaga „Hitler – päästja”, mis pandi välja talvel, et „päästja” on sedavõrd õnnetu sõna ja tema kasutamine eesti keeles meenutab tugevalt „Messiast”, mistõttu tekib mõtteline ühendus nõukoguliku Stalini kultusega.”⁵¹

Tõepoolest, „päästja” asendati propagandatekstides edaspidi sõnaga „vabastaja”, mis aga ei tähenda sugugi, justkui oleks Hitleri-plakati puhul olnud tegu propagandistliku ebaõnnestumisega. Pigem tuleks kriitiliselt küsida, mis üldse oli selle ikooni funktsioon idaalade rahvaste mõjutamise suhtes? Millised on selle tegelikud sarnasused ja erinevused Stalini kultusega?

Saksa okupatsiooni aegne valitseva ja põlisrahva vaheline ideoloogiline segregatsioon, mida leidis paljudest teistestki eluvaldkondadest (Saksa ametnike poole suuremad toiduratsioonid, erinevad õigusvahekorrad, ainult riigisakslastele mõeldud kino- ja teatriprogrammid jms) oli fundamentaalset erinev Eesti sovetiseerimise protsessist. 1940. aastal alanud Eesti NSV loomine pidi välja paistma siseriiklikust klassivõitlusest võrsuva ning poliitiliselt mobiliseeriva revolutsioonilise protsessina. Ehkki tegemist oli küünilise anneksiooniga, viis nõukogude võim ometi läbi pseudovalimised ja sisuliselt taastas kohaliku kommunistliku partei. Stalini pildiline representatsioon Eestis kandis seega täpselt samu neotsaristlikke mõistandmisi mis ülejäänud NSVL-is, kujutades teda mitmerahvuselise sotsialistlike vabariikide liidu ja tegelikult kogu maailma töötava rahva rahvusest juhina. Stalin oli ühtaegu revolutsiooniline kangelane (uus Lenin), „hea tsaar”, õpetaja ja peagi ka legendaarne väejuht.⁵²

Hitleri-propaganda ei unustanud seevastu kunagi füüreri rahvust ega tema distantsi võõraste ja allutatud rahvaste suhtes. Hitler jäi alati ennekõike saksa rahva juhiks, ning tema plakatid ei taotlenud eestlaste juures kunagi sarnast ideoloogilise inspiratsiooni ja isikliku eeskuju funktsiooni, nagu seda tegi Stalini isikukultus. Erinevalt Stalinist polnud Hitler allutatud rahvastele ei eeskuju ega õpetaja, üksnes nende vabastaja ja juht, kellele tuli olla tänulik ning kelle karismale ja väejuhigeeniusele võis kaasa elada.⁵³ Idarahvastele oli Hitleri müüt tunduvalt kitsama tähendusväljaga nähtus kui sakslastele või Stalini kultus kõigile nõukogude rahvastele.

Struktuuraalses mõttes üritati Hitlerit esitada samas teadlikult Staliniga võrreldavas võtmes, just monoliitse ideoloogilise režiimi ja diktaatorliku autoriteedi aspektist. Hitleri kultus idas pidi funktsioneerima samades kategooriates nagu arvati, et nõukogude propagandistid olid kultiveerinud Stalini kultust, toetudes nii tsarismile, religioonile kui müstikale. Saksa propagandaministeeriumi tippametniku Eugen Hadamovsky omaaegse propagandaraporti järgi pidi füüreri isiku ülistamine äratama idarahvaste seas tugevalt müstilist mõjujõudu. Teda tuli kujutada „vabastaja, valgustaja ja õnnetoojana”, kelle „pimedalt järgimine ja pimedalt uskumine

51 Eesti Julgeolekupolitsei aruanded 1941–1944, lk 28.

52 Vt ka R. Overy, Diktaatorid. Hitleri Saksamaa ja Stalini Venemaa. Tallinn: Varrak, 2007, lk 109–139.

53 Vt ka kõigil idaaladel kohalikus keeles levitatud fotobrošüüre: Adolf Hitler – vabastaja. Riia: Reichskommissariat Ostland, 1942; Adolf Hitler ja lapsed. Riia: Reichskommissariat Ostland, 1942.

töötab paradiisliku tuleviku”. Ametniku hinnangul olevat „Hitler – vabastaja” plakatid ideaaladel juba omandanud pühaduse oreooli, rippudes talupoegade ja tööliste tööruumides „ikoonide vahel”. Propagandaparool pidi kõlama: „Hitler Stalini vastu – Vabastaja Metslase vastu – Jumal Saatana vastu”.⁵⁴ Näib, et sellise peegeldava vastandumisega püüdis Saksamaa hoiatuslikult ennetada okupeeritud aladel kõikvõimalike alternatiivsete riikluskontseptsioonide esiletõusu. Hitleri plakat täitis Eestis niisiis kahetist funktsiooni: koloniaalselt märgistavat ja ühiskondlikult distsiplineerivat. Märgistamise osas ei erinenud see kuigivõrd teistest võimu enesekehtestuse aktidest: Saksa sõjalipu heiskamine Pika Hermannini torni,⁵⁵ Saksa tsiviilvõimu juhi resideerumine Kadrioru lossis, tänavate ja väljakute ümbernimetamine, Hitleri pildid avalikes asutustes jne. Olgugi et kindralkomissar Litzmann sanktsioneeris ühe oma esimese sõbralikkust demonstreeriva avaliku žestina Eesti iseseisvuspäeva tähistamise poliitiliselt kohitsetud „vabaduspäeva” nime all, kompenseeriti see rahvuslik eneseväljendusvõimalus ka täiendava hegemoniaalse žestiga: esimese vabaduspäeva puhul kinkis Litzmann Tallinna linnapeale 2000 värvi-trükis Hitleri pilti, 750 suurt riidest Saksa riigilippu ja 2000 laualippu.⁵⁶

Kuigi eestlastes võisid need kolonialistlikud võimužestid tekitada trotsi, mida piiratud iseseisvusaegse rahvussümbolika ja eneseväljenduse lubamine vaevu taksakaalustas, seisis vähemalt sõja esimese etapi triumfaalsel foonil vallutatud alade omastamise monoloogiline demonstreerimine Saksa sõjapropaganda jaoks tähtsamal kohal kui igakülgne meeldimine põlisrahvale. Võit ja Saksamaa tõus Euroopa ainuvalitsejaks, kes kehtestab vallutatud aladel just sellise korra, nagu heaks arvab, loodeti olevat käeulatuses ning selle taga nähti Hitleri geeniust. Idaalade äramärgistamises Hitleri-plakatitega ei tasu seega alahinnata nende maagilis-inspireerivat funktsiooni just sakslastele endile.

Nagu üldine *Deutschland*-propaganda, pidi Hitleri-propaganda täitma ühtlasi ühiskondliku heidutuse funktsiooni: kinnitama Saksamaa absoluutset jõuautoriteeti maal ja hoidma ära igasuguse ühiskondliku vastupanu. Eestlaste vaatenurgast võib Hitleri plakati sõnumi võtta seega kokku lihtsa vormeliga: majas on uus peremees. Väärrib lisamist, et Hitleri-ikooni peeti võimude silmis sedavõrd pühaks,

54 Eugen Hadamovsky raporti käsikiri. – Saksamaa Liidu arhiiv (BA), f R 55, s 21373, mikrofišš 2. Stalinit kujutatakse mitmel Saksa plakatil saatana kujundi abil, nii nagu teisi bolševikke või punaarmeealaseid kujutatakse deemonitena.

55 Wehrmachi Tallinna sisenemise järel heisati Eesti noorte partisanide algatusel Pika Hermannini torni kõrvuti Saksa sõjalipuga alul ka Eesti lipp. Paari tunni pärast see emaldati ja okupatsiooni lõpupäevadeni jäi torni lehvima üksnes haakristilipp. Alles okupatsiooni eelviimasel ja viimasel päeval lubati tornis kõrvuti Saksa lipuga lehvima taas Eesti lipp, mis oli Saksa sõjaväevõimu kompromiss pärast seda, kui purjus eestlasest ohvitser oli eelneval õhtul omaalgatuslikult vahetanud Saksa lipu Eesti omaga ning see oli äratanud linnas suurt tähelepanu. Vastavalt Litzmanni 1942. aasta määrusele pidi avalikel üritustel ja Eesti asutuste sissepääsude ees eksponeerima Saksa ja Eesti lippu kõrvuti võrdsete suurustega. Sellest alates hakkas ka Eesti Omavalitsuse juht esinema avalikel üritustel kõrvuti Litzmanniga. Sama määruse järgi lõppesid ametlikud eestlastele mõeldud üritused alati Saksa riigi, natsipartei ja Eesti hümniga, vt Sven Ise mälestused 1. – Maailmapilt [raadiosaade]. Toim M. Viirand. Tallinn: ERR, 2008, <http://arhiiv.err.ee/vaata/maailmapilt-maailmapilt-sven-ise-malestused-1> (kuulutatud 6. XII 2011); V. Kures, Eesti lipu viimane heiskaja. – Löögiüksus „Admiral Pitka”: 22. septembril 2006 peetud ajalookonverentsi „Tallinna kaitsjad 22. septembril 1944” ettekanded. Koost T. Hiio. Viimsi: Eesti Sõjamuuseum – kindral Laidoneri Muuseum, 2008, lk 120–122; Litzmanni kiri Mäele, 20. VII 1942. – Tallinna Linnaarhiiv (TLA), f 157, n 1, s 50, l 14.

56 Kindralkomissari annetus vabaduspäevaks. – Eesti Sõna 23. II 1942.

et purjuspäi füüreri pilti tulistanud Wehrmachi abiväelasele Heido Maimverele mõisteti selle eest surmanuhtlus.⁵⁷

Eestis viibivate Saksa propagandistide ülesandeks polnud pelgalt Berliini propaganda tuim vahendamine, vaid ka selle jagamise adekvaatne filtreerimine ja tsenseerimine. Kohalikud Saksa propagandistid ei pruukinud kõiki Berliinist või Riiaast saadetud plakateid Eestis levitada. Wehrmachi propagandarühma tegevuse kohta võib isegi väita, et see hoidis Saksa propagandainitsiatiivi Eestis mõneti tagasi. Kuivõrd sõjapropaganda pragmaatiliseks põhieesmärgiks oli saavutada tagalarahu, hoida ära kohalike elanike liitumine vaenlase partisanidega või sabotaažiaktide sooritamine⁵⁸ (vt ülalmainitud lendlehte), polnud need probleemid Eestis eriti aktuaalsed. Sakslasi tervitati vabastajatena ja nõukogude võimu suhtuti niikuinii negatiivselt, mistõttu polnud antikommunistlikku propagandat tarvis Eestis iseäranis forsseerida. Propagandarühma juht Stahf meenutas hiljem, kuidas tavapärase aktiivpropaganda kõrval organiseeris ta Wehrmachi delegatsiooni külastama nõukogude korra ohvrite matusetseremooniat, märkides: „Seda kaastundeavaldust hinnati kõrgelt. Sellega demonstreeriti ühtset võitlusrinnet rohkem kui propagandavaateakende ja plakatitega.”⁵⁹ Samuti olevat Stahf hävitanud väidetavalt ligi 300 000 Berliinist saabunud Hitleri-postkaarti (ilmselt siiski kordades vähem), millel oli füürerit kujutatud romantilise keskaegse rüütlina, kuna need olid propagandistide arvates liiga maitsetud.⁶⁰

Propaganda kohalik peenhäälestamine ja maitseküsimused olid Saksa propagandistide ühed kesksed ülesanded. Nagu mainitud, võeti rahva kriitikat „Hitler – päästja” plakati osas kuulda ning loosung teisendati kohalikule kontekstile sobivamaks „vabastajaks”. Kuna Saksa propaganda pidi demonstreerima ka Saksa kultuurilist ülemuslikkust, pidi see olema nii sisus kui ka vormis nõukogude omast võimekam. Näiteks 1942. aasta jaanuarikuine Eestimaa kindralkomissari ametlik häälekandja Revaler Zeitung ironiseeris nõukogude aasta aegsele klassivõitluse plakatile osutades, kuidas „kitsililikud [nõukogude] plakatid pidid masse vaimustama”.⁶¹ Kui Hitleri sünnipäeva puhul tuli ametlike juhtnõõride järgi ehtida kogu maa poeknad uhkete Hitleri-kompositsioonidega, saatis kindralkomissari propagandaosakond kõigile piirkonnakomissaridele korralduse vaateaknad 20. aprilli eelõhtul

57 Vt juhtumi kohta nt: A. Lõhmus, Kuulid Hitleri pildi pihta kevadises Tartus. – Postimees 16. II 2001. Surmanuhtlus mõisteti vastavalt kehtivatele seadustele, mis sätestasid Saksamaa autoriteedi ründamist. Hitleri eri-karistuseeskirjaga (17. VII 1941) idaala rahvastele (juutidele ja poolakatele kehtis veel rangem eeskiri) kehtestati surmanuhtlus, kergendavatel asjaoludel sunnitöö, mitte ainult Saksa võimuorganite vastu võitlemise eest, vaid ka Saksa asutuste poolt antud määrustele ja korraldustele vastuhakkamise ning vastuhakule õhutamise eest, samuti igäuhele, kes „halvustava või ässitava tegevusega avaldab saksavaenulikkust meelsust või oma muu käitumisega kisub maha või kahjustab Saksa riigi või Saksa rahva väärikust või hüvet” (Amtsblatt des Generalkommissars in Reval 26. VIII 1942).

58 O. Buchbender, Das tönende Erz, lk 54.

59 E. Stahf, Wie man Herzen erobern kann. Aus der Geschichte der Prop. Staffel Estland. – Die Wildente 1958, vol. 17, lk 19.

60 O. Angelus, Tuhande valitseja maa, lk 85–92. Selles ei väljendunud mitte Stahfi rühma Hitleri-vastasus, vaid Stahfi hinnangul füüreri maitsetu kujutamine. Hitleri pilt „annetas” propagandarühm nii kunstinäitustele kui kinokülastajatele jagamiseks (Tule läbi kannatanud Tartu kunstnikkude heaks korraldatud Tartu kunstinäituse viimane päev. – Postimees 1. XI 1941).

61 Bolschevistische Bedrohnung. – Revaler Zeitung 13. II 1942.

igaks juhuks üle inspekteerida, et jõutaks eemaldada kõik „maitsetu ja poliitiliselt kitsilik“ (*geschmacklose und politisch kitschige*).⁶²

Saksa ülemvõimu ja heaolu propagandistlikku demonstreerimist tajuti eestlaste seas sageli šovinistliku ja sihtgruppi alandavana, mistõttu Saksa propagandaametnikud kurtsid korduvalt plakatite vähese mõju pärast.⁶³ Näiteks heitsid eestlased *Deutschland*-propaganda raames Eesti „vabastamisele“ pühendatud Saksa kalendri puhul ette selle liigset värvikirevust, ja et plakatil kujutatud Saksa talumehe ilmne heaolu ei avalda Eesti maaainimesele muljet. Eesti talupoeg olevat elanud iseseisvusaajal sama hästi.⁶⁴ Eesti Omavalitsuse ametnikud, kellele delegeeriti plakatite levitamine, kinnitasid sageli oma Saksa kolleegidele, et Berliinist tulevad *Deutschland*-propaganda plakatid on kohalikele oludele sobimatud ja neid olevat peagu võimatu levitada, mis tekitas omakorda pahameelt sakslastes.⁶⁵ Need vaidlused ei peegeldanud aga mitte niivõrd plakatite propagandistlikku küündimatust, kui võrd Saksa idapropaganda olemuslikku dilemma natsionaalsotsialistliku imperiaalse enesekehtestamise ja kohaliku elanikkonna hoiakutele kohanemise vahel. Olgugi et see dilemma oli natsionaalsotsialismi kolonialistlike alusprintsipi tõttu ületamatu, muutus rahva tegelike hoiakute kõnetamine ajapikku Saksa sõjapropaganda uueks taktikaks.

Suuremat ja diferentseeritumat tähelepanu kohaliku elanikkonna positiivsele kaasamisele hakati pöörama aga alles pärast mitteoodatud esimest sõjatalve. Olgugi et see tähendas 1942. aasta jooksul kasvavat eesti rahvuslikkuse lülitamist Saksa propagandasse, säilisid ometi eestlase kujutamisel ideoloogilised reservatsioonid. Seda võib näha ühel ainumal, ilmselt 1942. aastast pärit Eestis toodetud plakatil „Meie seisukoht. Töö ja võitlus viimseni!“ (ill 3).⁶⁶

Plakatil kujutatud kolmene grupp esindab konservatiivses mõttes ühiskonna idealiseeritud läbilõiget: kammitud tööline sümboliseerimas laitmatut meheliikkust, noorust ja jõudu, ühiskonna selgroogu (just tema hoiab üle plakati allosa laotuvat sinimustvalget lippu, millele teised toetuvad); hierarhias teine, vanemapoolsem, arvatavasti õpetaja või teadlane kehastamas elutarkust, soliidust ja intelligenti (korrektset, pragmaatilist, ilmselt reaalteaduslikku, kindlasti mitte boheemlaslikku intelligenti). Kaitstult kahe mehe vahel seisab habras neiu, patriarhaalse ühiskonna noore naise ja tütre ideaal: sõlg rinnal ning etnograafilised reväärikau-nistused tähistamas truudust kodule ja lojaalsust üldse, viljakimp kätel väljendamas viljakust ja küllust. Kõigist kolmest äärmiselt sümmeetrilisest figuurist (ise-gi juukselahud on ühtmoodi) õhkub tervis, tõsine korrameel ning tegelaste ilmne heaolu oma konventsionaalsuses. Plakat agiteerib tööle ja võitlusele, ent väldib igasuguseid viiteid poliitilisele reaalsusele, mille tingimustes see võitlus ja töö peaks toimuma. Natsisümboolika puudumise ning Eesti lipuvärvide kasutamisega võiks plakat sobida igasuguse Eesti rahvuskonservatiivse propagandaga. Rahvuslikkus

62 Kindralkomissari propagandaosakonna kiri Petseri piirkonnakomissarile [ringkiri]. - ERA, f R-65, n 2, s 38, l 6.

63 Vt nt Eesti Julgeolekupolitsei aruanded, lk 28, 294.

64 Eesti Julgeolekupolitsei aruanded, lk 28.

65 H. (B.) Meret, Teremi jutustus „Estonia mässust“, sõjast, Berliinist, KZ-laagrist ja muust. Toronto: Oma Press, 1984, lk 175jj; O. Angelus, Tuhande valitseja maa, lk 268.

66 Plakatid eesti töölistele. - ERA, f 4420, n 2, s 19, pagineerimata.

toimib siin propagandistliku „ankruna”, mida on kasutatud põhimõttel: et ühiskond on vastumeelne muutustele, tuleb sõnum seostada (ankurdada) millegagi, millesse vastuvõtja juba usub.⁶⁷ Antud juhul on ankru ülesandeks asendada sihtgrupi pretensioonid poliitilistele õigustele ja enesemääramisele võimalusega end rahvuslik-esteetilisel välja elada. Taotledes tuttava sümbolika kaudu rahvusliku kire mobiliseerimist ning selle kaudu ka kategooria „rahva huvides” aproprieerimist, viidatakse ühteageu, et olukorraga mittenoustujad esindavad justkui kellegi teise huve. Nagu sõnastas selle ka Mäe oma manitsevas kõnes pärast tsiviilvalitsuse loomist: „Olgu see selge igaühele, et temal on nüüd käia ainult üks tee, ja igaüks, kes sellest teest tahab kõrvale kalduda, peab teadma, et ei saa olla teisiti, kui et ta on selle tee vastu.”⁶⁸

Tegu on ilmselt ühe esimese Eesti Omavalitsuse Rahvakasvatustalituse tellitud plakatiga. Kui Berliinist saadetud Saksa-kesksete plakatite kompositsioone iseloomustas rõhutatud edasitungivektor, on siin eestlasi kujutatud staatiliste vastuvõtjatena. Plakati frontaalne kompositsioon toimib ühtlasi omamoodi normatiivse peeglina, esindades ideaali, mida ühiskonnalt oodatakse: samastumist ja konformismi, depolitiseeritud tööd ja võitlust, mida rõhutab ka käekirja simuleeriva šrif-tiga kujundatud sõna „Meie”.

Iroonilisel kombel pole plakatil kasutatud ja „Meid” peegeldav figuraalkompositsioon ise ilmselt Eesti päritolu, vaid kopeeritud mõnelt Saksa propagandapildilt: plakati stilistika sarnaneb pigem Saksa kui teiste kohapealsete plakatitega, tege-laste näojooned pole eriti eestlaslikud ning sarnaseid mahajoonistusi leiab mõnelt teiseltki kohalikult plakatilt; sõlg võib olla lisatud hiljem.⁶⁹ Seega võiks öelda, et eestlase puudumine esimese okupatsiooniperioodi ikonograafias võib mõneti keh-tida ka selle plakati puhul.

„Ühises võitluses ühine võit”, plakatid 1942–1943

Sõjaedu takerdumine, sõjamajanduslikud vajadused ja eestlaste positiivne hoiak motiveerisid kohalikku Saksa tsiviilvõimu muutma 1942. aasta jooksul senist propa-gandastrateegiat Eestis. Seda oli ajendanud ka tsiviilvalitsuse propagandistide vaimustus vabanemiseufooriast tingitud esimese sõjatalve materjalikogumiskam-paaniate edust ning Eesti kaastöölise „sundimatust reipusest ja leidlikkusest”.⁷⁰ Seetõttu peeti otstarbekaks üldiste meeolelude languse taustal pakkuda Eesti Omavalitsuse propagandale rohkem eneseväljendusvõimalusi. Kindralkomissari poliitikaosakonna juhtnõuoride järgi pidi kogu tsiviilvalitsuse aparati juhtima

67 G. S. Jowett, V. O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*. Thousand Oaks: Sage, 1999, lk 29.

68 Haridusdirektor dr. H. Mäe raadiokõne: „On alanud tee uude tulevikku”. – Eesti Sõna 7. XII 1941. Vt ka A. Ventsel, „Meie” konstrueerimine Eesti poliitilises retoorikas 1940.–1953. a. Magistritöö, Tartu Ülikooli semioo-tika osakond. Tartu, 2005, lk 41–53.

69 Näiteks on artikli lõpuosas mainitud plakatil „Meie vastus Moskvale”, kasutatud eestlasest SS-sõduri näo kujutamisel eeskujuna reproduktsiooni Saksa skulptori Hans Bühleri 1943. aasta sõduribüstist „Pärast võitlust” (*Nach dem Kampf*). Paraku on leegionäri pea proportsioon kehaga võrreldes liiga suur, mistõttu näeb sõdur välja üpris niruvõitu. Plakatid üleskutsega võidelda Eesti Leegioni ridades. – ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

70 Kindralkomissari poliitikaosakonna raport kindralkomissarile, 24. VII 1942. – ERA, f R-65, n 1, s 28, l 20.

arusaam, et tuleb ära kasutada eestlaste uhkust ja entusiasmi ning anda ruumi nende loomulikule omaalgatusele (*natürlicher Initiative*), mis muidu võis leida oma väljundi mujal: „Iga aktsiooniga, mille juures me lubame eestlastele suhtelist omaalgatust, ühendame me nad oma rindega; [---] millest me aga nad välja jätame, tõukab nad loomupäraselt nende oma, meile mitteteretulnud natsionalismi.”⁷¹

Kohaliku rahvusliku potentsiaali ettevaatlikus ärakasutamises jõuti peagi üksmeelele ka Berliinis, iseäranis pärast 1942./1943. aasta sõjatalve kaotust Stalingradi all, millele järgnes „totaalse sõja” väljakuulutamine. Üha olulisemaks muutus nüüd vallutatud elanikkonna positiivsem kaasamine, et suurendada nende sõjamajanduslikku panust ning värvata nende seast ka võitlejaid. See tingis üleüldise Saksa sõja-propaganda paradigmanihke, millega hakati apelleerima sõjakäigu kollektiivsusele ja senisest märksa enam selle üldeuroopalikule n-ö tsivilisatsioonilisele aspektile.⁷²

Viimast võib näha eriti ilmekalt Saksamaa ja NSVL-i vahelise sõja alguskuupäeva tähistaval Berliini plakatil „22. juuni 1941. Tee vabadusele”, aastast 1943 (ill 4).⁷³ Varasema Saksamaa „vereanu” ülistamise asemel nüüdne loosung hoopis varjab vabastamise agentsuse. Plakatil näeme tihedas reas sihikindlalt itta rühkivat sõdurimassi, iga sõdalane kandmas oma rahvuslippu. Idasõjakäik, mille kiirus näib olevat mõneti tagasi tõmmatud, on nüüd kollektiivne ja konsensuslik akt, ajaloolise arengu paratamatu kulg, mitte enam natsionaalsotsialistlik voluntarism. Plakatil kujutatud lipumeres leiame kõrvuti nii teljeriigid ja nende liitlased kui ka satelliidid ja allutatud rahvad (sh Eesti-Läti-Leedu). Saksamaa juhtrolli rõhutab diskreetselt vaid Saksa sõduri asetamine pildiruumis esiplaanile. Saksamaa on esimene võrdsete seas, mida kajastavad ka tollased propagandaloosungid Saksamaa vastutusrikkast rollist (*Deutsche Sendung*) Euroopa mandaadi täitmisel.⁷⁴

Eestlane muutubki plakaditel staatilisest vastuvõtjast liikuvaks figuuriks alates Eesti Leegioni mobilisatsioonide väljakuulutamisest. Esimene leegionimobilisatsioon augusti lõpus 1942 täitis esialgu ka propagandafunktsiooni, mis pidi demonstreerima sakslaste „usaldust” anda eestlastele esimesena Balti rahvastest võimalus ise oma saatuse üle otsustada.⁷⁵ Olgugi et arhiivkogudes ei leidu plakateid esimesest kampaaniast, leidub neid seda enam alates teisest leegionikampaaniast, mis kuulutati välja veebruaris 1943 koos Läti Leegioni loomisega. Sellest ajast pärineb rohkelt nii propagandaministeeriumi idatalituse kui ka Eestis kohapeal toodetud plakateid.

Berliini plakatil loosungiga „Kaitse oma kodumaad! Häving bolševismile!” (ill 5)⁷⁶ näeme kirevas päikeselõõsas, kompositsiooniliselt positiivses diagonaalis itta suunatud püsside ja lippudega stereotüüpseid laialõugseid soldateid astumas kõrvuti mitte ainult vaenlase, vaid ka helge ühise tuleviku poole. Kompositsioon rõhutab Saksa ja kohaliku sõduri omavahelist erisidet (vrd eelmise plakati kollektivism),

71 ERA, f R-65, n 1, s 28, l 21.

72 O. Buchbender, Das törende Erz, lk 315j.

73 Plakadid 22. juuni 1941. a. fašistliku Saksamaa Nõukogude Liidule kallaletungi alguse tähistamiseks. – ERA, f 4420, n 2, s 2, pagineerimata. Idasõja algust hakati tähistama „Euroopa saatuspäevana”.

74 Vrd Harjumaa piirkonnakomissari Hannes Walteri kõne: H. Walter, Saksamaa ja Euroopa. – Eesti Sõna 1. IV 1943.

75 T. Hiio, P. Kaasik, Estonian Units in the Waffen-SS. – Estonia 1940–1945: Reports of the Estonian International Commission for the Investigation of Crimes Against Humanity, lk 950.

76 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

vennalikku võrdväarsust ja kamraadlikkust. Eestlasest sõdur Raudristiga rinnas on seekord tõstetud koguni esiplaanile, kuigi Saksa lipp hoiab veel endiselt „kõrgetamat” positsiooni. Relvakaaslaste rõhutatud sarnasus viitab ilmselt nende „rassilisele vendlusele” ja demonstreerib kaasaja propaganda keskset troopi „Eesti-Saksa saatusühtsusest” (*Schicksalsgemeinschaft*).

Plakat seostub kohalike oludega üpris standardsete elementide, rahvuslipu ja postkaardiliku linnasilueta kaudu. Sama šablooni alusel tehtud plakati levitati ka Lätis, muudetud olid vaid lipp ja siluett.⁷⁷ Olgugi et loosungi esimene pool apelleerib kodumaa kaitsmisele, on see võimalik üksnes koos loosungi teise poolega: bolševismi hävitamisega. Viimane toimub aga Seal, teispool plakati raame, mis näib püüvat kõnetada eestlaste ja lätlaste põhiargumenti leegioni vastu, et sõdurid sunnitakse võitlema kaugel kodumaast ja sageli Venemaa partisanidega.

Saksa okupatsiooni aegsete sõduriplakatite ikonograafia läbivaks jooneks on peaegu täielik võitlusseenide vältimine, mis paistab iseäranis silma tegevust rõhutatavate nõukogude plakatitega võrreldes. Pildiruum ja figuurid on enamasti tardunult poseerivad, esitatud hetkel, mil sõdur on lahinguks valmis, ent pole veel võitlusesse astunud. Sõja tegelikkuse asemel eelistatakse kujutada sõduri vormi, tunnuseid, autasusid ja rahvussümboolikat, mis rõhutavad sõduriks olemise prestiiži.⁷⁸

Waffen-SS-i elitaarsust hakkasid toonitama ka värskelt tellitud kohalike rakenduskunstnike plakatid, mis panustasid Berliini omadega võrreldes mitmekülgsematele rahvuslikele assotsiatsioonidele. See oli tarvilik mitte ainult leegioni populariseerimiseks, vaid ka rindesolidaarsuse ergutamiseks ja tagala tööpanuse tõstmiseks, ent positiivselt meelestatud tagala pidi omakorda soosima värbamiskampaaniat. Värbamispropagandistid nõudsid leegioni imago kujundamist „eestlaste oma asjaks”⁷⁹ ja pressipropagandas tõsteti erilisel esile, et „leegion on eestlaste üritus”.⁸⁰ Näiteks taotleb plakat „Sinu mees, sinu vend, sinu poeg võitlevad sinu eest Eesti Leegionis”⁸¹ eesti naiste positiivset suhtumist leegionisse. Plakati esiplaanil näeme kodusest võpsikust rinde suunas rühkivat Eesti leegionäri, taustal lüüriliselt uttu hajuv rahvariides naine lapsega. Rahvariided täidavad plakatil olulist funktsiooni rahvusliku tähistajana, kuivõrd sõdur on esitatud võõras mundris ja võõra sümboolikaga. Hoolimata plakati nukravõitu meeleolust, kannab sõdur käes püssi asemel detailselt kujutatud kobakat Saksa MG34 kuulipildujat, mis loob taaskord mulje leegioni elitaarsusest, nagu ka sõjatee turvalisusest. Maaelanikkonna normitaitmise ärgitamiseks rõhutati ka talunike solidaarsust rindega, kujutades neid „tagalasõduritena” ja kutsudes neid üles täitma oma „kohustusi Eesti tuleviku pärast” (ill 12)⁸² või siis manitsevamaal moel:

77 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

78 Nii kuulutas ka julgeolekupolitsei ametnikust SS-ohvitseriks tõusnud Ain-Ervin Mere: „Eesti leegionile antav relvastus on moodsaim, mida saksa sõjavägi võib pakkuda. Eesti leegion on kujunenud seega teiste kaasavõitlevate rahvaste üksuste kõrval eliit-SS-üksuseks, mis on heaks tunnustuseks eesti võitlevale sõdurile.” (Kes on eestlane-rahvuslane – see teab, mis on tema kohus praegusel tõsisel tunnil. Major Mere ulatuslik kõne üliõpilastele päevaküsimustest. – Eesti Sõna 6. III 1943.)

79 Ringkiri Eesti Leegioni Sõprade Seltsi osakondade juhatajatele. – ERA, f 2974, n 2, s 79, l 19j.

80 Major Mere ulatuslik kõne...

81 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

82 Plakatid eesti põllumeestele. – ERA, f 4420, n 2, s 18, pagineerimata.

demonstreerides plakatil kaevikusõdureid ja ärgitades talupoega andma oma panus eesmärgile, mille eest teised verd valavad.⁸³

Iseäranis otseselt ja eriomaselt kõnetab kohalikke mentaliteete aga ERK-i plakat „Leegion kutsub sind! Ühises võitluses ühine võit!” (ill 6),⁸⁴ mis on ilmekas näide nii kohaliku propaganda pragmaatilisusest kui ka seda võimaldanud natsionaalsotsialistliku režiimi ideoloogilisest paindlikkusest. Värbamisplakatil on kujutatud Euroopa kaarti koos Eesti, Soome, Norra, Taani, Hollandi ja Saksa lippudega. Esmapilgul võiks siin näha juba varasemast tuttavat kollektiivse „euroopaliku” sõja propagandat, mis kasutab ära Eesti lipu sümboli ambivalentset tähendusvälja: okupatsioonivõimude jaoks kohaliku rahva etnograafiline sümbol, põlisrahva jaoks poliitiline riigisümbol. Plakatil on tähistatud kõrvuti okupeeriv maa, tema liitlane ning väga erinevat tüüpi okupatsioonitsoonid, kes on ometi justkui võrdväärsed osapooled võitlemas ühise võidu nimel (võrdse suurusega lipud). Kummatigi on plakatil esitatud Eesti tollases õiguslikus mõttes ainuke, kelle riiklikku eksistentsi Saksamaa juriidiliselt eitas (Holland, Taani, Norra olid küll okupeeritud, ent Saksamaa silmis juriidiliselt endiselt iseseisvad, Soome oli täiesti iseseisev).⁸⁵ Olgugi et vahepeal oli loodud ka Läti leegion, plakatil Eesti lõunanaabri lippu ei leia.

Plakat paistab silma seega nii oma konkreetse regionaalse fookuse kui selektiivse lippude valikuga. Kaardilõigu keskmes on Läänemeri ning see tõstab rõhutatult esile Põhjamaid, mille elanikud asusid natsionaalsotsialistliku rassihierarhia järgi kõrgeimal astmel. Sellesse elitaarsesse klubisse on tõstetud ka eestlased. On tähelepanuväärne, et plakatil ei kuulu Eesti idaministeeriumi alla ega ka Ostlandi (puuduvad Läti, Leedu, Valgevene lipud). Veel enamgi, Eesti lipp on paigutatud märksa lähemale Soome lipule kui Saksa omale. Sugulasrahvad näivad sõjas marssivat lausa ühte sammu. Peab märkima, et säärase assotsiatsioonide loomine Põhjamaade ja Soomega oli Saksa propaganda jaoks vastuoluline teema. Eesti kuulus endiselt Ostlandi ja idaministeeriumi alluvusse ning julgeolekupolitsei raportid nägid eestlaste seas domineerivates Soome ja Põhjamaade sümpaatiates selget poliitilist probleemi.⁸⁶ Ometi oli see sümpaatia ilmselt ka põhjus, miks kohaliku tasandi propaganda otsustas neid assotsiatsioone ära kasutada. Nii flirdib plakat eestlaste soovunelmatega kuuluda kultuurilise, majandusliku ja poliitilise eeskujuna ihaldatud prestiižsete ja neutraliteeti eelistavate Põhjamaade seltskonda, kellele käesolev sõda on vastu tahtmist peale surutud ning kelle jaoks Saksamaa on paremal juhul üksnes abistav jõud. Plakat esindab kindralkomissari ja Eesti Omavalitsuse initsiatiivi pakkuda mobilisatsiooni eduka läbiviimise nimel eestlastele positiivsemat enesekuvandit kui senine idarahva-kontseptsioon. Olgugi et viimane läks vastuollu Berliini ja Riia propagandastandardiga, ei puudunud sel ka oma ideoloogiline eneseõigustus. Natsionaalsotsialistlikus rassidiskursuses levisid juba ammu ideed eestlaste kuulumisest rassihierarhias „germaanlaste” järel järgmisele

83 ERA, f 4420, n 2, s 18, pagineerimata.

84 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

85 Euroopa on noor. – Eesti Sõna 11. VIII 1943.

86 Lisaks sellele kujunes värbamise üheks põhiprobleemiks kutsealuste põgenemine üle lahe (nn *Finlandflucht*). Uudiseid Soomest hoiti tahtlikult tagasi ning keelatud oli ka Soome raadiojaamade kuulamine. Vt nt Eesti Julgeolekupolitsei aruanded, lk 23jj, 53, 85, 93jj.

astmele.⁸⁷ Kuivõrd sinna astmele kuulusid ka lätlased, keda pole aga tähistatud, on põhjust järeldada, et plakati fookuses on siiski eeskätt sihtgrupi reaalsed poliitilised ja kultuurisümpaatiad (Soome, Põhjamaade regionaalidentiteet) ja alles seejärel ideoloogilised ajendid.

Plakat mängib lootustele, et Eesti on eriline ja väärrib eeskujulikumat positsiooni tuleviku „uues Euroopas” kui ülejäänud „idarahvad”, sh ka ülejäänud Baltimaad, ja nii kipub plakat lubama eestlastele märksa rohkem, kui reaalsus seda võimaldas. Olgugi et ambivalentset mõista antud lähedus Soome ja Skandinaaviaga kaldub õõnestama varasemate plakatite Saksa võimu poliitilist hegemooniat, ei seata seda hegemooniat kummatigi kahtluse alla. Kujutatud maakaart on stiliseeritud riigipiirideta, mis oli ilmselt joon, mida kohalik propagandainitsiatiiv ei sõandanud ületada. Samas on veebruar 1943 esimene kord, mil hakatakse kõnelema avalikult „Eesti piiride” kaitsesest.⁸⁸

„Ei iialgi Eestit bolševikele”, plakatid 1943. aasta lõpust kuni 1944. aastani

1943. aasta sügiseks oli Saksa rinne Baltikumi lähedases Vene ruumis kindlalt taganemas. Okupatsioonivõimu perspektiivist tähendas see, et vajadus mobiliseerida Balti rahvaid igakülgset sõtta panustama muutus üha kriitilisemaks, samal ajal kui Eesti elanikkonna vaatenurgast valitses arvestatav hirm nõukogude režiimi tagasi-pöördumise ees. Selle hirmu ärakasutamises hakkas propaganda seostama end üha enam elanikkonna tegelike hoiakutega, taotledes samal ajal ka kohalikku legitiimsiooni Saksa ülemvõimule.

Poliitilisel tasandil oli viimase ilmekaks näiteks 1943. aasta oktoobri esimene avalik sundmobilisatsioon. Kui leegioni loomise 1942. aastal oli kuulutanud välja Litzmann üksi, edastades sellega Hitleri „tahet” ja „luba”⁸⁹, siis nüüd viisid selle sakslaste varjatud nõudel läbi Hjalmar Mäe ja eestlastest maavanemad⁹⁰. Lisaks rahvuslikule õigustusele rõhuti mobilisatsiooni puhul selle protseduurilist legitiimsust, toonitades mobilisatsiooni vastavust Eesti seadustele⁹¹ ja luues nii otsese järjepidevuse iseseisvusajaga. Plakatipropagandas kaasnes selle „paradigmanihkega” okupandi ja elanikkonna vahekordade oluline ümberhindamine ning Saksamaa ja tema ideoloogiliste eesmärkidega seotud tähiste taandamine tagaplaanile.

Viimane väljendus ka Berliinist saadetud plakatitel. Tasub meenutada, et vaaeldava perioodi võimudevastased patriootlikud rühmitused apelleerisid lääneliitlastest demokraatiamaaade poliitilistele tulevikulubadustele, eeskätt Atlandi deklaratsioonile. Saksa propagandistid olid eestlaste sümpaatiatest lääneliitlaste suhtes teadlikud ning pidid arvestama, et lääne lubadused (rahvaste enesemääramisõigus,

87 Litzmanni kiri Lohsele, 25. XI 1942. – ERA, f R-65, n 1, s 28, l 147jj.

88 Nt Ain-Ervin Mere kõne „Eesti leegion aitab tagada meie piiride puutumatus”. – Eesti Sõna 14. II 1943.

89 Eesti saab oma leegioni. – Eesti Sõna 30. VIII 1942.

90 M. Maripuu, Omavalitsuseta omavalitsused. Halduskorraldus Eestis Saksa okupatsiooni ajal 1941–1944. Doktoritöö, Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituut. Tartu, 2012, lk 228jj.

91 Meie rahvas jälle relvakandja. – Eesti Sõna 28. X 1943.

sõjajaelsete riigipiiride taastamine, suurriikide loobumine piiride laiendamisest jne) võistlevad Saksamaa palju hägusemate tulevikulubadustega (väidetavalt tolerantne tuleviku-*Reich* ja „Euroopa suurmajandusruum”). 1943. aasta lõpus ja 1944. aasta alguses hakkas okupatsioonivõimude propaganda neid alternatiivseid vaateid iseäranis tugevalt ründama, mille juures oli trumbiks mõistagi lääneliitlaste sõjakoalitsioon stalinliku NSVL-iga.⁹²

Seda võitlust eestlaste lojaalsuse pärast võib näha Berliini propagandaministeriumi idatalitusest saadetud plakatil „Churchill muinasjuttu jutustamas: „Inglismaa võitleb väikeste rahvaste vabaduse eest...” (ill 8),⁹³ millel on kujutatud Suurbritannia peaministrit kavalailmelise „kommionuna” väikestele tüdrukutele (rahvariides Eesti, Läti ja Leedu) luiskelugu jutustamas. Viimast kinnitab plakati allosas toodud loosung: „Kuid tõde on selline!”. Lisatud on väljavõte Briti ajakirjast *World Review*, kus Briti suursaadik Moskvas Stafford Cripps olevat väitnud, et Baltimaad peaksid kuuluma sõja järel NSVL-i. See faktiargumendile toetuv propagandatees on täiendatud positiivse loosungiga: „Saksamaa hoolitseb selle eest, et see saatanlik kavatus jääb vaid inglaste soovunelmaks.”

Plakati teeb tähelepanuväärseks Baltimaade endiste riigipiiride ja iseseisvusaegsete riikide üldnimede (Eesti, Läti, Leedu; mitte kindralkomissariaadid) kasutamine.⁹⁴ Plakat kõnetab üheselt Baltimaade iseseisvusihalust, samas ometi seda lõpuni kinnitamata. Baltimaade kujutamine naiivsete väikeste tüdrukutena mõjub ambivalentsest. Olgugi et lapsed sümboliseerivad ühtaegu puhtust, süütust, noorust ja tulevikku, saab neid ka ära kasutada, nad on rumalad, vastuvõtlikud ega suuda enda eest vastutada. Tegu näib olevat mitmekihilise ja võib-olla osaliselt ka ebateadliku Saksa imperiaalse projektsiooniga Baltimaadele. Balti väikerahvaste kujutamine armastusväärsete etnograafiliste suveniirnukukestena peaks justkui toetama rahvaste enesekuvandit süütutest ohvritest. Samas võib pildi teatraalses ruumis tajuda ka selgelt etteheidet väikeriikide (ajaloolisele) sümpaatiale Suurbritannia suhtes (miks muidu lapsed Winston Churchilli kuulavad?), mida naeruvääristatakse kui muinasjutu uskumist.⁹⁵

Vaenlasekuju on pildistseenis siiski Churchill, potentsiaalne lapsepilastaja, kellele plakati tekst vastandab Saksamaa kui tõeliselt vanemliku „hoolitseja”, väikerahvaste või koguni väikeriikide süütuse valvuri. Olgugi et Saksamaa kerkib plakatil esile üksnes väikeses kirjas, millega tahetakse ilmselt rõhutada iseolemisvabadust tuleviku *Reich*'i koosseisus, jääb lõppkokkuvõttes domineerima patroneeriv toon.

Kui antud plakat loob vaenlasekuju juures assotsiatsioone pedofiilia, leiab vägistamismetaphoori veelgi ilmsemalt Berliini plakatilt loosungiga: „See ei kordu enam kunagi!”.⁹⁶ Plakat pakub vaatajale hoiatusliku õudusnägemuse, esitades

92 Vt nt Albert Kivikase juhtkiri: Valge laev ja tõelisus. – Eesti Sõna 12. XI 1943.

93 Eesti Sõjamuuseumi – kindral Laidoneri Muuseum, digitaalne kogu.

94 Piirid ilmuvad nüüd peagu kõigile Balti ruumi kaarte kasutatavatele plakatile ja ajaleheillustratsioonidele.

95 Natsionaalsotsialistliku rassiprojektsioonina võib tõlgendada ka Eesti ja Läti tüdruku blondi pead, erinevalt Leedu tüdruku brunettidest juustest. Natsionaalsotsialistliku rassiõpetuse järgi olid eestlased Balti rahvastest kõige „rassiväärtuslikumad” (teisel kohal germaani rahvaste järel) ning kuni 80% ulatuses saksastamiskõlblikud. Läti jaoks oli see protsent veidi madalam, leedulasi kategoriseeriti seevastu ühes grupis slaavlastega, seega rassiliselt kõige madalama rahvana. Vt nt Eesti Julgeolekupolitsei aruanded, lk 42, Litzmanni kiri Lohsele,

25. XI 1942. – ERA, f R-65, n 1, s 28, l 147jj.

96 Nõukogudevastased plakatid. – ERA, f 4420, n 2, s 9, pagineerimata.

dramaatilise vägistamissüžee laiaõlgsest punaarmeeleasest, kes talutab meeleheitlikku (ning taaskord blondipatsilist ja rahvariides) eesti neidu pahaendeliselt varemete taha, taustal leekides linnamiljöö. Pildi ülaosa sõjatules kumavad Stalini ja Churchilli irvel näod kavalalt teineteisele silma pilgutamas. Plakat osutab sute-nööri ja kliendi suhtele, kes organiseerivad Eesti (neiu) hukutamist (pilastamist). Punaarmeeleane on esitatud plakatil erakordselt tugevana (peagu aarialiku kehaga, olgugi et suure kartulininaga), mis on mõneti erandlik muidu kõverdunud kehaga rõhutatult „madalarassilise” punasõduri stereotüübi suhtes. Samas on selle hierarhia demonstreerimise eesmärgiks tõsta esile Punaarmee selget üleolekut Eestist. Punasõdurile saab vastu astuda ainult „teine sõdur”, nii nagu Nõukogude Liidule – teine suurriik. Sarnaselt eelmisele plakatile on pildile lisatud väljavõte 1942. aasta märtsikuisest Daily Mailist, milles Cripps kutsub taas üles USA-d ja Suurbritanniat toetama Baltikumi sõjalist vallutamist Punaarmee poolt. Väljalõige on täiendatud loosungitega: „Eestlased! Inglismaa soovib teie kadu! Lugege seda ise.”

Kodumaa „vägistamine” võõra võimu poolt on olnud levinud metafoor paljude riikide ja riigikordade patriootlikes diskursustes ja propagandas. Võib osutada kas või Soome rahvuslikus ajaloomälus tuntud *Suomi-neito* kujundile, samuti aga ka tänapäeva Eestis populaarsete kirjanike Imbi Paju ja Sofi Oksaneni ajalooteemalistele raamatutele ja filmidele.⁹⁷ Vägistamismetfoor osutab võõrriigi rünnaku kuritegelikkusele, julmale ebavõrdsusele ning sellega kaasnevale alandusele. Positiivses mõttes idealiseeritakse „kangelaslikku kannatamist” ning kutsutakse üles auväärsele ja ainuvõimalikule mehelikule reaktsioonile. Kuna plakatid apelleerivad valikuvõimaluste puudumisele, pakutakse vaatajale võimalus teha „õige valik” – s.t toetada Saksa poole sõjategevust – ise.

Præguseks on üldiselt unustatud, et senini populaarsel lääne reetmisnarratiivil (*à la* lääneliitlased müüsid Ida-Euroopa peenraha eest Stalinile) on oma potentsiaalsed juured ka sõjaaegses Saksa propagandas, milles see moodustas ühe keskse teema. Õieti oli sageli tegu kohaliku (ja autentse) lääneriikides pettunud nõukogudevastase diskursuse ning Saksa propaganda vastastikuse dialoogiga, milles Saksa propaganda organisatsioonil oli nii narratiive loov kui ka ühiskondlikke pingeid kajastav roll.⁹⁸ Kui sõja ajal suhtuti lääneliitlaste vastasse propagandasse veel valdavalt skeptiliselt⁹⁹, said need narratiivid sõjajärgsete pettumuste ja taasalanud nõukogude repressioonide taustal uue elujõu ning kajavad edasi arvukates Saksa mundris võidelnud eestlasi ülistavates teostes ja internetilehekülgedel.

1943. aasta lõpus ja 1944. aastal näeb Saksamaaga seotud elementide peagu täielikku kadumist visuaalpropagandast. Ka ajakirjanduses hakkavad domineerima nostalgilist

97 L. Kaljundi, „Puhastus” ja rahvusliku ajalookirjutuse *comeback*. – Vikerraar 2010, nr 12, lk 43, 46.

98 Vrd kirjandusteadlase Eneken Laanese lääneriikide süü tõlgendamise analüüs Saksa-kriitilise vastupanutegelase ja hilisema kirjaniku Jaan Krossi ning SS-ohvitseri Harald Riipalu mälestuste võrdluses. Paraku ei võta Laanes Eesti reetmisnarratiivi ja ohvrimälu kujundajana arvesse intensiivset nn kolmanda võimaluse (s.t lääneliitlastemeelsuse) vastast propagandat Saksa okupatsiooni aegses Eestis (E. Laanes, Lepitamatud dialoogid. Subjekt ja mälu nõukogudejärgses Eesti romaanis. *oxymora* 6. Tallinn: Underi ja Tuglase Kirjanduskeskus, 2009, lk 108–128). Riipalu mälestused on huvitav näide Saksa okupatsiooni aegsete propagandanarratiivide ülekandumisest sõjajärgsesse aega: H. Riipalu, Kui võideldi kodupinna eest, lk 170–183.

99 T. Tark, Eesti elanikkonna reaktsioonid Saksa propagandale, 1941–1944. Magistritöö, Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituut. Tartu, 2013, lk 39–42.

kirge ja ühiskondlikku ühtsust meenutavad lood Eesti Vabadussõjast, selle kangelastest ning legendaarses staatuses küüditatud Eesti riigimeestest koos vastava ikonograafiaga (nt Jaan Tõnissoni ja Konstantin Pätsi sünnipäevade tähistamine lehtede esikülgedel, mitmekülgse rahvussümbolika esiletõus). Kindralkomissar Litzmann, kelle positsiooni ja tegevuse tähtsustamine oli oluline veel 1943. aasta suvel, kaob ajakirjanduses täielikult tagaplaanile. Samal ajal muutuvad nii Berliini, Riia kui ka kohalikud plakatid aina Eesti-kesksemaks ning just eestlasest saab nende peategelane.

Eestlasest sõduri kodumaa eest võitlemise kujundit Berliini propagandaministeeriumi idatalituse projektsioonis võib näha plakatil „Tõuskem võitluseks!” (ill 9).¹⁰⁰ Pildil domineerivad Eesti lipp ning esmakordselt ka riigivapp (!). Plakati keskel näeme paatoslikus poosis astangule tõusvat päikesekullas sõdurit, kes kutsub üles eepilisele võitlusele, taustal edasitungiv väehulk. Pildi romantiline maastik, alt-üles vaatepunkt, madal horisont ja piiritu taevaalaotus toonitavad missiooni kõrgust. Plakatil avaldub kujukalt natsionaalsotsialistlik ajakäsitlus, mida ajaloolane Charles S. Maier on nimetanud natsionaalsotsialismi permanentse triumfiks ning mis nõuab subjektilt viimast pingutust ja ohverdust utoopilise igavikuriigi loomiseks.¹⁰¹ Ka käesolev plakat kutsub üles ajaloo viimseks kollektiivseks panuseks (rahvaste heitlus taamal, loosung „tõuskem võitluseks!”) ja individuaalseks kangelasteoks (tõusva päikese kullas sõdur esiplaanil). Hommikupäike kuulutab selle tuleviku vahetut päralejõudmist, mistõttu on plakati vaataval viimane hetk, et teha ainuõige otsus ning olla võiduhommikul n-ö ajaloo õigel poolel. See otsus tuleb plakati järgi teha aga ennekoike Eesti eest (sinimustvalge esiplaan) ning alles kaude n-ö üldtsivilisatsioonilise aktina (taust). Saksamaa kohalolule viitab üksnes figuuri sõdurivorm, kusjuures sellel puuduvad Saksa sõjaväelised eraldusmärgid. Plakati tundeküllane helgus ja eksalteeritus püüab ületada kõigi rinate taganemise rusetust ning kuulutada lootuse edasikestmist.

Omaette esiletõstmist väärib 1944. aasta plakat „Ei iialgi Eestit bolševikele!” (ill 10).¹⁰² Tegu on Riias asuva riigikomissariaadi propagandaosakonna tellitud plakati eestikeelse versiooniga ning selle autor on tuntud läti modernist Kurts Fridrihsons. Iseäranis põnevaks teeb plakati selle Läti versioon, mis kannab tõlkes loosungit „Käed eemale Lätist!” (läti k *Rokas nost no Latvijas!*).¹⁰³ Üpris ebatüüpilise võttena näeme plakatil seljaga vaataja suunas pööratud Saksa kiivris „tundmatut sõdurit” lahmamas püssikabaga nähtamatu vaenlase suunas. Püssi kujutamine külmerelvana osutab lõpuvõitlusele. Ent erinevalt eestindatud plakatist ei viita Läti oma sugugi nii üheselt bolševikele, ei ütle ega näita, kelle kuritahtlikest „kättest” on jutt. Plakati ainus Saksa riikluse tähistaja on sõduri munder, mida saab samas tõlgendada

100 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

101 C. S. Maier, *The Politics of Time. – Changing Boundaries of the Political: Essays on the Evolving Balance between the State and Society, Public and Private in Europe*. Ed. C. S. Maier. Cambridge: Cambridge University Press, 1987, lk 162jj.

102 ERA, f 4420, n 2, s 9, pagineerimata.

103 Web Poster Exhibition. – Poster in Latvia 1899–1945, http://www.posterpage.ch/exhib/ex83_lat/ex83_lat.htm (vaadatud 20. VIII 2012). Siit ka vihje Fridrihsonsi autorsusele. Samuti on plakatit tõstnud esile:

J. Kalnačs, *Some Aspects of Art in Latvia during the Nazi Occupation 1941–1945. – The Baltic Countries under Occupation: Soviet and Nazi Rule 1939–1991*. Ed. A. M. Kõll. (Acta Universitatis Stockholmiensis. Studia Baltica Stockholmiensia 23.) Stockholm: Stockholm University, 2003, lk 138.

sattumuslikuna (s.t mitte vabatahtlikult selgatõmmatud vormina), seda võiks kinnitada ka sõdurifiguuri ärapäõratud nägu (näo kaotamise metafoor). Lätlastest sõdurit ümbritsev erkpunane vine võib sümboliseerida tegelikult mõlema vallutajariigi tunnusevärvi (või verd üldse), igatahes on see lämmitav ja ümberpiirav (mitte lihtsalt idapoolne koletis). Jättes püssimehe näoilme varjatuks, saab nii tema poosist kui ka kisendavast hüüdlausest „Käed eemale Lätist” välja lugeda hoopis meeleheidet – väikeriigi ümberpiiratud ja lohutat olukorda kahe rinde vahel ning võimetust end kaitseda. Plakati Eesti-versiooni puhul on selle ambivalentne sõnum ja kunstnikupositsioon küll kaduma läinud, ent tegu on huvitava näitega plakatikunstnike oskusest edastada propagandadiskursuse raames oma varjatud sõnumit, või vähemalt mängida sõnumi ambivalentsusel. Olgugi et ka Eesti plakatitel võib leida tõsimeelsust, varjatud ja pööratud nägusid, neil nii radikaalseid potentsiaalseid sõnumeid ei leia.

1943. aasta lõpp paistab silma Eesti Omavalitsuse eriti aktiivse propagandainitsiatiiviga. Detsembris korraldati Tallinna Kunstihoones Rahvakasvatuse peavalitsuse tellimusel ning Aarne Mõtuse ja ateljee ERK-i teostusel spetsiaalne propagandanäitus „Eesti rahva eluvõitlus”, mis tõlgendas käimasolevat sõda äärmiselt Eesti-keskse kaitse narratiivi võtmes. Näitus pidi andma „piltliku ülevaate eestlaste sangarlikust heitlusest oma olemasolu eest ürgaegadest kuni tänapäevani”, hõlmates ühes jadas eestlaste tegevuse „vaba rahvana kuni 13. sajandini, ristimine ristirüütli poolt, orduaeg, venelaste röövretked, venelaste võit rootslaste üle, ärkamisaegne laulupidu, venestamise püüded ja iseseisvuse manifesti väljakuulutamine”.¹⁰⁴ Näitusel eksponeeriti Aleksei Viilupi kaarpannood Vabadussõjast koos väljapanekuga Jaan Poska esemetest ning Tartu rahulepingu originaaltekstiga. Kuigi iseseisvusperioodi kajastamine näis olevat mõneti depolitiseeritud, olid selle osas esindatud „väljapanekuid põllutöö, tööstuse ja kehakultuuri jõudsast kasvust”, ära märgiti ka „enamlaste 1. detsembri mäsukatse, vabadussõjalaste liikumine, küüditamised ja praeguse sõja hävitustööd”.

Hoolimata okupatsioonivõimude juhtkonna viibimisest näituse avamisel (Litzmann ja Mäe), nähtub näitust kirjeldavast artiklist, et ekspositsioon neid ei kajastanud. Kaasaja sõja-aastate osas jäid vaatluse alla üksnes n-ö rahvakesksed teemad: massikampaaniate edu ning eestlaste võitlused idarindel. Viiepega Eesti põhjamaisele päritolule olid näitusel esindatud ka kaardid „soome sugu rahvaste, eriti eestlaste rännakuist praegustele asukohtadele”¹⁰⁵, kusjuures kaardid pidid lükama ümber „omal ajal pealiskaudselt esitatud väited, nagu pärineksid eesti sugu rahvad kusagilt idast”¹⁰⁶. Näituse sõnum pidi avasõnad lausunud Rahvakasvatuse

104 Avati näitus „Eesti rahva eluvõitlus”. – Eesti Sõna 12. XII 1943. – *Autori rõhutus*. Lisaks Mõtusele ja Viilupile võtsid näituse kujundamisest osa kujur Karl Pehme, tarbekunstnik Johann Naha, Valli Lember, Margarethe Fuks, Diana Laev, O. Pavlov jt.

105 Avati näitus „Eesti rahva eluvõitlus”.

106 Eestlastel ei ole midagi ühist idaga. Rahvakasvatuse peavalitsuse juhataja B. Mereti kõne. – Eesti Sõna 12. XII 1943. Ajaloolastena võtsid näituse korraldamisest osa iseseisvusaegses Vabadussõja Ajaloo Komitees töötanud major Gustav Simmo ning arheoloogiamagister Artur Vassar, kes veel 1938. aastal kirjutas läänemeresoomlaste idapoolsest päritolust. Iroonilisel kombel (või just selle inkrimineeriva mineviku tõttu) sai temast 1950. aastatel stalinlikus ajaloo paradigmas peamine eesti ja vene rahva ajaloolise sõprusnarratiivi eestvedaja, mille mahlakas sõnavaras ja kerges faktidega ümberkäimises on Anti Selart näinud võimalikku sihilikku liialdust ehk *reductio ad absurdum*’it (A. Selart, Kuidas Artur Vassar eestlased ja venelased sõbraks kirjutas. – Kleio. Ajaloo Ajakiri 1997, nr 4 (22), lk 32–35; A. Vassar, Soomlaste Soome siirdumise lähteruumist. – Ajalooline Ajakiri 1938, nr 2, lk 54).

peavalitsuse juhi Boris Mereti järgi olema üks: „Eestlastel ei ole midagi ühist idaga.” Eestlased pidanud olema:

...põlised eurooplased, meie esivanemad ja nende eelkäijad on tulnud läänest [---] läänest on tulnud meie maa esimesed asukad; läänest on tulnud need mõjud, mis kujundasid meie esivanemad; läänest on pärinenud meie kultuur; läänest tulnud sõjameestega kaitseid ühiselt meie esivanemad eesti rahva eluruumi aastasadu ida vastu; läänest tulnud saksa sõdur päästis meid bolševismi hävingust ja koos läänest tulnud saksa sõduriga peab ka täna eestlane võitlust selleks, et jääda vabana elama oma kodumaale ja saada ükskord rahu.¹⁰⁷

1944. aasta kõige intensiivsemaks propagandaperioodiks võib pidada veebruarit. Jaanuari lõpus oli välja kuulutatud sundmobilisatsioon ning propaganda hakkas kasutama maksimaalselt Eesti iseseisvuspärandi potentsiaali, mis tipnes Jüri Uluotsa kuulsa raadiokõnega mobilisatsiooni toetuseks. Veebruarist 1944 pärineb ka ERK-i plakat „Külmavereliselt ja vapralt kaitseb eestlane kodumaad” (ill 11)¹⁰⁸, millel näeme jõulist blondi Eesti sõdalast kilbi ja mõõgaga kaitsmas idealiseeritud külamaastikku surmana kujutatud punaarmeele eest. Viimase käest leiame märksa „kuritegelikuma” relva – pistoda. Oma ja võõra vastandamine on viidud plakatil lõpliku transsendentsuseni: vastanduvad elu (kaitsepositsioonis, elujõulise ja sirgeseljalise aarialiku stereotüübina esitatud eestlane) ning surm (agressiivne ja salakaval, kägardunud poosis bolševik). Ka ülejäänud propagandasfääris püstitati Punaarmee tagasitulek rahva elu ja surma küsimusena, kesksseteks mõisteteks „eluvõitlus” ja „eestlase eluõigus”.¹⁰⁹

Kui eelnevatel plakatitel võime leida veel viimase okupatsioonivõimude märke Saksa mundri, on käesoleva plakati kangelane ebameeldivast vormirrietusest vabastatud. Selle alt paljastub hoopis allussärk Eesti riigivapiga, sümboliseerimas kangelase „tõelist” võitlussihti. Vaid tähelepanelikumal vaatlusel võib aimata sõduri kilbil haakristi, mis üpris ajastuomaselt nüüd eestlaste pilgu eest justkui ära keeratakse.¹¹⁰ Natsionaalsotsialistlik Saksamaa positsioneeritakse niisiis pelgalt kaitsekilbina (s.t instrumendina) bolševistliku Venemaa vastu. Potentsed pildielemendid – mõök ja võitleja – kuuluvad aga Eestile. Plakat edastab vahetult kaasajal eestlaste seas populaarseid soovunelmaid Saksa sõjajõu ärakasutamise tagasipöörduva nõukogude võimu vastu. See mõtteviis oli populaarne ka Saksa okupatsioonivõimu suhtes muidu kriitilistes nn vastupanuringkondades. Nende, enamasti tudengirühmituste tegevus põhines ainuüksi Saksa-vastasel propagandal ning välditi teadlikult Saksa sõjalist võimsust kahjustavat relvastatud vastupanu ja sabotaažiakte.¹¹¹

107 Eestlastel ei ole midagi ühist idaga.

108 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

109 Eestisse tungivatele punaarmee osadele anti käsk: „Tappa kõik eestlased, vanusele ja soole vaatamata.” – Eesti Sõna 22. II 1944. Dessant ise toimus 14. veebruaril.

110 Ainus haakrist, mis Grenader Grupi 2009. aasta kalendris on jäetud kustutamata. Ilmselt ei pandud seda lihtsalt tähele.

111 E. Sarv, Eesti Vabariigi Rahvuskomitee: tegevuse lühiülevaade. – Akadeemia 1998, nr 8, lk 1615.

Saksamaa juhitud üleeuroopalise ristsõdija stereotüübi asemel sobitus Eesti piiride ja kodu kaitsja tüüp eestlaste enesepildiga igati paremini. Neist hoiakutest olid sakslased teadlikud juba varem. 1942. aasta julgeolekupolitsei aastaraporti tekstilõik kõlab justkui käesoleva plakati kirjeldus:

Sakslane peab iseenesest mõistetavaks, et olla 100-miljoniline rahvas on suurem au kui olla 1-miljoniline rahvas ja väikerahva iga liige tahaks suurrahvaga ühineda – niipea kui ta on ainult suurrahva keele ära õppinud. Kahe silma vahele jäetakse, et mõned aastad tagasi üks 200-miljoniline rahvas esindas siin maal sedasama arvamust. [...] Õige on vastupidine: eestlane on uhke selle üle, et ta on aastatuhandeid väikerahvana püsima jäänud ja ta on veendunud, et kuulub võimeka rahva hulka, kes ennast alandada ei lase. Sellel maal siin on ideaalkujuks visa vastupanu kehastav mees ja mitte vallutaja.¹¹²

Kui 1942. aastal oli eestlase-võitleja kuju veel ebaaktuaalne ja kehtivale võimule isegi ohtlik, hakati seda nüüd maksimaalselt ära kasutama. Saksa-elementi tagasitõmbamist iseloomustab kindralkomissari juhtivpropagandisti Erich Bade kommentaar 1944. aasta jaanuarikuusel propagandakonverentsil, mil Punaarmee oli äsja jõudnud Narva jõeni: „Propaganda peaasi on selle mõju, mitte äratuntavus. Parim propaganda on see, mis suurima mõju juures end kõige vähem tähelepandavaks teeb. Just sõja lõpul võib propaganda osutada määravaks, just praegusel silmapilgul on see eriliselt vajalik.”¹¹³

Veel enam muudab poliitilist situatsiooni 1944. aasta juulikuuga dateeritud ERK-i plakat „Kodumaa kaitseks: Mehed relvade, naised töö juurde”,¹¹⁴ mille sinimustvalges kompositsioonis on kujutatud Eesti töölist, kes haarab püssi ning ulatab naisele mutrivõtme. Meest motiveeriva nägemusena on kompositsiooni ülaosas kujutatud talumaja sinimustvalge lipuga katusel. Plakat ei kasuta ühtegi Saksamaaga seotud elementi, isegi Vabadusristi südamikujutist mitte. Võitlus käib üksnes oma kodu ja Eesti lipu eest. Vaenlasekuju plakat küll ei näita, ent samas tehakse enesestmõistetavaks: vaenlane on see, kes ei tunnista Eesti rahvuslippu.

Saksa okupatsiooni viimased kuud näevad okupatsioonivõimude propaganda tuginemist üksnes kohalikule Eesti Omavalitsuse propagandainitsiatiivile ning mitte ainult Eesti natsionalismi, vaid ka patriotismi omastamise maksimaalset lõpuleviimist.¹¹⁵ Samaaegseid elanikkonna süvenevaid Saksa-vastaseid meeleolusid pareeriti „kilbiargumendiga”, s.t et eestlasi ei mobiliseeritud enam mitte niivõrd Saksa võimu positiivsuse või ideologiseeritud tulevikukuvandi (Saksamaa juhitavat „uue Euroopa” kujundit ei võtnud 1944. aastal niikuinii keegi enam tõsiselt),

112 Eesti Julgeolekupolitsei aruanded, lk 89.

113 Propagandaameti propagandakõnelused 20. I 1944. – ERA, f R-65, n 1, s 2191, l 19.

114 Plakatid eesti naistele. – ERA, f 4420, n 2, s 22, pageerimata.

115 Veel kaugemale mindi Eesti rahvusluse ja iseseisvuspärandi aproprieerimisega Eesti Omavalitsuse tegevlaste ja eestlastest *Waffen-SS*-i liidrite taganemisega Berliini, mil Himmleri patronaazi all moodustatud Eesti Vabadusliit (koosseisus *SS*-ohvitseride Harald Riipalu, Ain-Ervin Mere, Boris Meretiga) taotles veel viimast Saksamaale evakueerunud eestlaste mobilisatsiooni. 1945. aasta veebruaris loodud liit kuulutas oma eesmärgina tulevikus iseseisva Eesti riigi loomist natsionaalsotsialismi ja *SS*-ideede vaimus (Eesti Vabadusliit alustas tegevust. – Eesti Sõna 17. II 1945).

kuivõrd kohalikku kasu ja vaenlasrežiimi koletust demonstreeriva hirmupropaganda kaudu. See on tegelikult vaid sammu kaugusel hilisemast eestlastel-tuli-valida-halva-ja-veel-halvema-vahel-klišeesest. Sõja viimase perioodi Eesti-kesksete ja siin toodetud plakatite põhimüüdiks saab kohalikku päritolu igikestev vabadusvõitlus ja mäss võõrvõimu (NSVL) vastu, millele viitavad ka arvukad Kalevipoja-allusioonid (sh ill 11).

Vastupanu ja mässu mõtestamist ja järjepidevustamist Eesti ajaloomälus on uurinud varem põhjalikult Linda Kaljundi, kes osutab:

Need mässud ulatuvad tagasi oma arhetüübi, muistse vabadusvõitluse ni, jätkuvad saarlaste ülestõusudega 13. sajandi teisel poolel, lahvatavad eredalt Jüriöö, et seejärel mõneks ajaks kaduda, jätkuda juba Pühajärve ja Mahtra sõjas ning saavutada oma triumf Vabadussõja lahinguväljadel. Taasiseseisvumisajal on sellesse universaalsesse vabadusvõitluse raamistikku liidetud metsavendade, aga ka Saksa armee Eesti väeosade võitluste, Nõukogude perioodi passiivse vastupanu ja laulva revolutsiooni kirjeldused.¹¹⁶

Siinkohal saab lisada, et igavesti taaskorduva vabadusvõitluse narratiivskeemi edendati jõuliselt ka 1943. aasta lõpus ja 1944. aastal. Erinevalt 1930. aastatel loodud Suure Vabadusvõitluse mudelist¹¹⁷ kujundati Saksa okupatsiooni ajal välja ametlik n-õ Suure Idaagressiooni mälunarratiiv, asetades ühte ritta regionaalsed sõjad Vene vürstiriikidega keskajal, Liivi sõda, Põhjasõda, venestusaeg, bolševikevastane võitlus Vabadussõjas, nõukogude aasta repressioonid ning kaasaegsed Eesti linnade pommitamised. Oluline on märkida, et Saksa-vastaseid võitlusi „muistse vabadusvõitluse” või Landeswehri sõja aegu otseselt ei taunitud. Seega, hoolimata Vene-vastasuse tugevast dominandist, Saksa propaganda pigem täiendas 1930. aastate vabadusvõitluse narratiivi, kui asendas selle. Vene-vastasel narratiivil oli nõukogude aastast ajendatuna mõistagi tugev kohalik impulss, ja seda mitte üksnes sakslastele lojaalsetes Eesti Omavalitsuse ringkodades.¹¹⁸ Nii pole hilisemate Saksa okupatsiooni aegsete plakatite propagandamaailm enam itta suunatud sõjakäik, vaid eestlaste enesekaitse ja ennetav mäss nõukogude võimu, veelgi enam aga „Ida” tagasipöördumise vastu temale „mittekuuluvasse” ruumi.

ERK-i plakatitel kasutatud Kalevipoja-kujundi puhul oli tegu juba tuttava propagandamotiiviga nii Vabadussõjast kui Konstantin Pätsi autoritaarse ajajärgu rahvusoptimistlikust propagandast, mil eepiline vägilane oli sümboliseerinud vastavalt muistse priiusepõlve kangelasvõitlusi ning Marin Laagi sõnadega, isamaa heaks

116 L. Kaljundi, Hingejõu ilmed ja meelehaigus: mäss Eesti ajaloomälus ja selle keskaegsetes tüvitekstides. – Paar sammukest. Eesti Kirjandusmuuseumi aastaraamat 22. Koost E.-H. Västrik, toim M. Hiimäe. Tartu, 2006, lk 191j.

117 M. Tamm, Monumentaalne ajalugu. Esseid Eesti ajalookultuurist. – Loomingu Raamatukogu 2012, nr 28–30, lk 58.

118 1944. aasta augustis peetud raadiokõnes märkis Uluots: „Aastast 1030, seega ajast, mil slaavlased jõudsid oma asustamisega Pihkva piirkonda, on Eesti ruumis ida vastu peetud 39 sõda, ja 40. sõda on praegu käes.” („Meil peab olema ühine vaim, ühine mõistus ja ühine süda” – ütles professor Jüri Uluots. – Eesti Sõna 20. VIII 1944.)

tehtavat rasket tööd¹¹⁹. Nüüd oli Kalevipoeg haaranud taas mõõga uueks võitluseks, mida Hjalmar Mäe nimetas juba alates 1941. aasta lõpust „Teiseks Vabadussõjaks”. Rahvusromantismile omases stilisatsioonis esitatud Kalevipoja-plakatil „Nüüdki leitaks Kalevalas kangelaste kasusida. Eesti Leegioni!” (ill 7)¹²⁰ ilmuvad taas rahva seas populaarsed assotsiatsioonid Põhjamaade ja Soomega. Plakatil „Eesti leegionäris kehastub Kalevipoja vaim”¹²¹ (1943) leiame leegionäri taustalt Amandus Adamsoni Tartu Kalevipoja ausambafiguuri, mis seostab leegioni üheselt nii Vabadussõja (tegu oli Vabadussõjas langenutele pühendatud monumendiga) kui ka iseseisvusaja monumentaalesteetikaga.

Need romantilised ja monumentalistlikud eesti rahvuslikkuse ilmingud, nii nagu ka iseseisvusaegse rahvusliku esteetika edasikandumine, on vaid ühed näited iseloomustamaks Saksa võimude pealtnäha liberaalset kultuuripoliitikat Eestis, mis tegelikult täitis pragmaatilist funktsiooni ja tegutses igati režiimi kontrolli piires. Juba 1942. aasta juulist pärinevas Saksa propagandareportis märgiti, et üles näidatud arusaamine eestlaste kultuurilise omapära suhtes on edendanud eestlaste ja sakslaste vahelist tulemusrikast koostööd. Lisati, et näiteks: „Eesti teatri ja muusikasaavutuste tunnustamine saksa küllastajate poolt on rahuldanud eestlaste rahvuslikku edevust ja äratanud neis soovi omaenda parema äratundmise järgi seda Saksa eeskujul kõrgemaks vormida.”¹²² Saksa propagandapoliitika sellised hoiakud seletavad nii sõja-aastate Eesti kunsti „intensiivsust”¹²³ kui kunstikirjutuse üllatavalt hoogsat loomingulist arengut¹²⁴.

Siiani on Eesti ajaloolased eeldanud Saksa okupatsiooni aegselt kultuuripoliitikat rahvussotsialistliku totalitarismi kehtestamist, mis tuleneb ilmselt varasemast totalitarismiteooriast ning arusaamast, et Hitleri režiim peaks olema sarnane Stalini omaga. Kui tegelikkusest seda totalitarismi pole leitud, on kultuuripoliitikat tõlgendatud aga võimu nõrkusena või kunsti propagandapotentiaali alahindamisena.¹²⁵ Pigem tuleks Saksa kultuuripoliitikat okupeeritud Eestis vaadelda aga režiimi poliitilise ja propagandistliku valikuna. Kuivõrd Eesti kultuur esindas natsionaalsotsialistliku ideoloogia vaatenurgast kohalikku etnograafilist ilmingut, mitte osa tuleviku-*Reich*'i ülimuslikust kultuurist, polnud selle totalitaarses vaimus ümberkujundamine eriti tarvilik. Vastupidi, siinsete kultuuriilmingute teadlik

119 M. Laak, Monument vs alustekst: „Kalevipoja” retseptisioonist ja intertekstuaalsusest. – Paar sammukest. Eesti Kirjandusmuuseumi aastaraamat 20. Koost K. Kuutma, toim T. Saluvere. Tartu, 2003, lk 138.

120 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

121 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

122 Kindralkomissari propagandasaakonna raport propaganda olukorrast Eestis, 21. XI 1942. – ERA, f R-65, n 1, s 28, l 141.

123 K. Kirme, Muusad ei vaikinud, lk 270.

124 K. Valk, Rahvussotsialistlik ja rahvuslik Saksa okupatsiooni aegsetes kunstikirjutistes. – Kunstiteaduslikke Uurimusi 2005, kd 14 (1), lk 78.

125 Vt nt Kaalu Kirme hinnangud kujutava kunsti osas: K. Kirme, Muusad ei vaikinud, lk 271. Või näiteks Kirme mõneti üheplaaniline väide: „Eesti kunstnike looming ei teeninud rahvussotsialistlikku ideoloogiat, vaid väljendas rahvusliku identiteedi taotlust emotsionaalses ja uusromantilises laadis.” (K. Kirme, Eesti sõjaaegse kunsti emotsionaalne tonaalsus. – Kultuur Eestis sõja-aastail 1941–1944. / Culture in Estonia during World War II 1941–1944. Toim K. Kirme, M. Kirme. Tallinna Pedagoogikakooli toimetised. A, Humaniora 10. Tallinn, 1998, lk 31.)

soosimine (küll poliitiliselt korrektsetes raamides)¹²⁶ aitas kohaliku propaganda mõttes väga edukalt kaasa Saksa sõjapanusele, ja seda ilma et Saksamaa oleks teinud erilisi ideoloogilisi või poliitilisi kompromisse.

Lisaks kohalikule kultuurikontekstile adresseeris aga režiim ka elanikkonna reaalseid hirme ja viha, millele andsid iseäranis tugeva aluse Tallinna ja Narva pommitamised Punaarmee lennukite poolt 1944. aasta märtsis, ja mis kujutasid endast suurimat NSVL-i põhjustatud ühiskondlikku vapustust Eestis pärast juuniküüditamist. Plakatimeediumis on selle ajalõigu kõnekaks näiteks mittesäilinud tüpogramm-plakat „Varemeist tõuseb kättemaks”. Tegu oli lakoonilise valgel taustal suurtähtedes loosungiga, mille Rahvakasvatuse peavalitsuse juht Boris Meret tellis ülespanemiseks pommitamise järel mahapõlenud rahvusliku sümbolilehitise (ka okupatsioonirežiimi pidulike ürituste peamise toimumispaiga) Estonia teatrihoone varemetele.¹²⁷ Nädal hiljem korraldas tsiviilvõim varemete ees kõnekoosoleku, kus Mäe ja Litzmann viitasid plakatitele ka oma kõnedes.¹²⁸ Sarnaseid varemeteloosungeid kasutati samal ajal ka pommitatud linnades Saksamaal, mistõttu võib arvata, et Meret sai oma idee ilmselt mõnest Saksa ringvaatest. Plakat rõhutas konkreetsust ja ühest käsku ning näis oma loosungikesksusega esile toovat pildilise representatsiooni ebasündsuse ja ebavajalikkuse traagilises situatsioonis – „pildiks” olid varemed ise. Tõenäolisemalt oli sellise vormikeele taga aga lihtsalt kiirustamine. Loosungite kärke ülespanek osutab režiimi jaoks elulisele vajadusele hoida ülal ühiskondlikku sõjamoraali. Pealegi on arhiivis säilinud mõneti hilisem Aarne Mõtuse plakat veidi teisendatud loosungiga „Leekidest kerkib kättemaks!” (ill 13),¹²⁹ millel on esindatud ka pildiline osa: Estonia tulekahjust tõusev nurgelises rahvusromantilises laadis mõõgaga käsi. Plakat pöörab vaataja pilgu vaenlaselt tema konkreetse hävitustöö tulemusele. Hoiatava sünekdohhina sümboliseerib Estonia teatri põlemine ühtaegu nii Eesti maa, rahva ja kultuuri väidetavat hävitamissoovi tagasipöörduva nõukogude võimu poolt. Plakat kutsub üles kättemaksule ning väldib taas mainimast kehtivat Saksa okupatsioonisituatsiooni.

126 Kunstiajaloolane Kristel Valk on hinnanud natsionaalsotsialistlike kunstikontseptsioonide tutvustamist Saksa kirjasaatjate poolt Eesti ajakirjanduses kui abituid katseid „kujundada eesti lehelugeja väärtushinnanguid poliitiliselt korrektse suunas” (K. Valk, *Rahvusotsialistlik ja rahvuslik Saksa okupatsiooni aegsetes kunstikirjutistes*, lk 82). Siin tuleks aga lisada, et see poliitiline korrektsus kandis puhtalt distsiplinaarseid eesmärke ega taotlenud kohalikus kultuurikeskkonnas mingit fundamentaalset „uue kunsti” ergutamist. Eelkõige tuleks neis kirjutistes näha Saksa kunsti hierarhiliselt kõrgema kvaliteedi fikseerimist ülal mainitud *Deutschland*-propaganda raames. Kas Eesti kunstnikud sellega lõpuni kaasa lähevad, polnud ei poliitiliselt ega ideoloogiliselt aktuaalne küsimus. Seega ei pea Saksa kirjasaatjate kunstikirjutuse vormis esitatud propagandatekste ilmtingimata abituks pidama.

127 Senises historiograafias on vahel jäänud petlik mulje, justkui kerkisid loosungid Estonia varemetele spontaanselt (nt H. Mäe, *Kuidas kõik teostus. Minu mälestusi. Muraste: Matrix kirjastus, 2005, lk 273; M. Laar, Sinimäed 1944. II maailmasõja lahingud Kirde-Eestis. Toim T. Hiio. Tallinn: Varrak, 2008, lk 145*). Tegu oli siiski tavalise plakatipropagandaga (H. Meret, *Teremi jutustus*, lk 193).

128 Üksnes Mäe väljendas oma kriitikat plakati kättemaksuloosungis suhtes, mis tema arvates oli ebakristlik, märkides oma kõnes: „See kättemaks ei ole mõteldud nõnda, et eesti rahvas asub teele kätte maksma meile tehtud kurja eest. Ei. Eesti rahvas võitleb oma kodumaa ja oma rahva eest. Meie ehitame oma kodu uuesti üles. Kättemaks on Jumala oma ja me teame, et see kättemaks, mis tema poolt määratud, teostub ka selle võimuga, mis on Jumala päralt.” (Tallinn mälestas mõrvarunnaku ohvreid. – Eesti Sõna 28. III 1944.) Julgeolekupolitsei heitis Mäele ette „pastorlikku stiili” kui liialt fatalistlikku. SS-i toetus oli igatahes kättemaksupropagandal: „...suurem osa rahvast, eriti rindevõitlejad, leidsid sõnades vaid paatost ja nad tahaksid dr. Mäele vastata vanasõnaga „Kui sa ennast ise ei aita, siis ei aita sind ka jumal” ja sõnadega, et olevik ei ole leinamiseks, vaid on ka vihkamiseks ja võitluseks.” (Eesti Julgeolekupolitsei aruanded, lk 296.)

129 ERA, f 4420, n 2, s 9, pagineerimata.

Märtsipommitamistest ja kättemaksuloosungist sai edaspidise kohaliku sõjapropaganda üks juhtmotiive. Loosungist tehti Eesti SS-diviisi moto, sellest loodi laule ja luuletusi, üks neist mh 21-aastase *Waffen-SS*-i sõjakorrespondendi Artur Alliksaare sulest.¹³⁰ Sama nime hakkas kandma diviisi häälekandja.¹³¹

Saksa okupatsiooni üks viimaseid plakateid, 1944. aasta juulist pärinev „Eesti vastus Moskvale!”¹³² astub kättemaksukutsest sammu võrra veelgi edasi. Plakat kujutab iseäranis muretut (üleskeeratud käised, kammimata juuksed, poolavatud suu) noort raudristi ja leegioni embleemiga sõdurit hoidmas üht kätt rusikas ja näitamas pöidlaga Kremli suunas. Pildile on lisatud loosung: „Bolševikud võivad rünnata meid kuis tahavad – meie kaitseme oma kodu viimseni!“. Plakati nooruslik-uljas sõdurikuju ja loosungi omamehelik otsekõne püüab tõsta moraali raskeimas sõjalises situatsioonis, osutades sõja pealtnäha kergusele. Sõduri kujutamise viis vastandub täielikult veel poole aasta eest levitatud plakatite ohustatud naise, süütu lapse, paatosliku või väärrika sõduri kujudele. Plakati peategelane on ühtaegu vaba nii suurriikide domineerimisest kui ka tsivilisatsioonilisest kohustusest. Näiliselt vabanenud ideoloogilistest projektsioonidest peidab plakati meeoluline kergus ometi käsu võidelda viimse veretilgani.

Viimane säilinud Rahvakasvatuse peavalitsuse propagandatrükis, 50 000-kes eksemplaris lendleht loosungiga „Eestlased!“, on aprillis Soomest Eestisse tagasi pöördunud kindral Johan Pitka allkirjaga üleskutse Punaarmee-vastasele võitlusele ja terav hukkamõist mobilisatsioonist kõrvalehoidjatele. Lendleht jätab taas mainimata Saksamaa kohalolu, ent kuulutab kategooriliselt: „Kes ei taha võidelda ja töötada kodumaa hädaohtlikemal päeval, kes kõrvale hoiavad või põgenevad, – need teadku, et nende jaoks ei ole enam kodumaad. Põlgus ja häbi olgu neile osaks.“ Lendleht kiidab heaks kahe desertööri hukkamise Saksa sõjaväekohtu otsusel ja ähvardab: „Nad kaotasid oma elu asjatult, olles surmaski häbistatud. Nii toimub ka rahvaga, kes tahab elada võitluseta.”¹³³

Järeldused

Juba 1935. aastal osutas saksa filosoof Walter Benjamin fašismi kalduvusele pakkuda massidele nende poliitiliste õiguste asemel võimalust end väljendada. Benjamin nimetas seda poliitika estetiseerimiseks ehk ühiskonnaelu kogemiseks ja juhtimiseks esteetiliste kategooriate kaudu. Ta pidas selle ajalooliseks tõukejõuks modernse

130 Vt A. Alliksaar, Parool. – Varemeist Tõuseb Kättemaks 15. VIII 1944. Esitatud ka raamatus: Sõjakirjasaatjad Saksa armees II maailmasõjas. Ajakirjanduses avaldatud eesti ja saksa rindereporterite artiklid ja luuletused. Koost M. Laar. Tallinn: Grenader, 2007, lk 252.

131 Varemeist Tõuseb Kättemaks. Ühe Eesti SS Diviisi nädalaleht. Peatoimetaja Karl Gailit. Leht ilmus 1944–1945, alul Rakveres, hiljem okupeeritud Poola aladel Glogowis.

132 ERA, f 4420, n 2, s 1, pagineerimata.

133 Lendleht „Eestlased!“. – ERA, f R-824, n 1, s 1, l 40. Lendleht on reprodutseeritud ka Eesti Sõjamuuseumi kogumiku „Löögiüksus „Admiral Pitka““ ümbrispaberil. 1944. aasta augustist septembrini mõisteti sõja erikohtu otsusega surma ka 21 mobilisatsioonist kõrvalehoidjat abistanud tsiviilisikut. Ajaloolase Indrek Paavle hinnangul oli see arv tegelikkuses kindlasti suurem (Eesti rahvastikukaotused. II / 1. Saksa okupatsioon 1941–1944: hukatud ja vangistuses hukkunud. Koost I. Paavle. Tartu: Okupatsioonide Repressiivpoliitika Uurimise Riiklik Komisjon, 2002, lk 16).

tehnoloogilise reproduktsiooni võimalusi, näiteks plakatitoodangu ja filmitööstuse näol, mis suudavad pakkuda eneseväljendusliku vaatamängu elamust pea igale ühiskonnaliikmele.¹³⁴

Kuigi Saksamaa sisepoliitilises kontekstis ei tuleks natsionaalsotsialistide ideoloogilist siirust täielikult välistada, siis sõja perioodil ning vallutatud Nõukogude alade kontekstis on Benjamini väljapakutu täiesti adekvaatne, ja seda eriti plakatil kujutatud simulatiivse maailma osas.

Eesti avalik ruum polnud ilmselt kunagi varem täidetud sellise hulga visuaalse propagandaga kui Nõukogude ja Saksa okupatsiooni ajal. Mõlemal juhul mängis propagandas kesksel rolli eesti rahvuslikkuse visuaalne ekspluateerimine. Ent kui Nõukogude sotsrealistliku visuaalpropaganda jaoks täitis rahvuslik ikonograafia minimeeritud rahvusliku enesemääramise¹³⁵ kaudu peamiselt elanikkonna nõukogulikku sotsialismi kaasamise ideoloogilist ülesannet, siis eesti rahvuslikkus Saksa okupatsiooni tingimustes kujutas endast üksnes režiimi sallitud „ventiili”, mille abil kindlustada siinse elanikkonna sobiv käitumine (täielikult pragmaatiline ülesanne). Olgugi et mõlema diktaatorliku korra all võisid kohalikud (rakendus) kunstnikud taotleda rahvusliku ikonograafia kaudu sõltumatut eneseväljendust või koguni režiimikriitilist vastupanu,¹³⁶ siis Saksa okupatsiooni tingimustes toimus see tegevus üksnes režiimi huvides, edendamisel ja kontrolli all. Kui nõukoguliku kunstiikonograafia ideoloogiliste ambitsioonide tõttu „ei tohtinud rahvuselement üle kaaluda sotsialistlikku sisu”¹³⁷ (mis tähendas muuhulgas keeldu kodanliku Eesti riigisümboolikale), oli Saksa visuaalpropaganda neist piirangutest vaba: rahvuslikku ainekku võis ekspluateerida senikaua, kui see ei seadnud kahtluse alla Saksamaa sõjalist ja poliitilist domineerimist. See kehtis nii propagandaplakatile kui ka kohaliku kõrgkunsti kohta, millest esimesele lubati vormiline autonoomia ja teisele pea täielik väljendusvabadus; erinedes seega oluliselt stalinlikust totalitaarsest ambitsioonist haarata kogu kunstisfäär ideologiseeritud propaganda teenistusse. Eesti riiklus minevikunähtusena oli Saksa võimudele aktsepteeritav, kuna Saksa võim ei esindanud Eestis mingit rahvusliku enesemääramise või kaotatud järjepidevuse narratiivi (vrd Eesti Tööraha Kommuun kui ENSV eelkäija). Nii oli ka eesti kultuur Saksa võimudele aktsepteeritav olevikulise etnograafilise väljendusena, mida sai kasutada sõjaaegse poliitilise ressursina.¹³⁸

Kui esimese sõja-aasta võidueufooria periood välja arvata, polnud Saksa okupatsiooni aegne plakatite pildirepertuaar kokkuvõttes mitte totalitaarselt revolutsiooniline, vaid pigem nõukogude-eelset visuaalkultuuri taastav ning poliitiliselt normaliseeriva sõnumiga. Ajapikku üha enam Rahvakasvatuse peavalitsuse poolt tellitud Eesti rakenduskunstnike plakatite põhinemine rahvusliku

134 W. Benjamin, Kunstiteos oma tehnilise reprodutseeritavuse ajastul. – Kunstiteaduslikke Uurimusi 2010, kd 19 (1/2), lk 254.

135 Konstitutsiooni järgi tugines stalinlik režiim jätkuvalt rahvaste enesemääramisõiguse printsiibile.

136 K. Kivimaa, Naisekuju nõukogude ja eesti identiteedi kandjana sotsrealistliku maalikunsti ja graafika näitel. – Kunstiteaduslikke Uurimusi 2007, kd 16 (3), lk 39.

137 K. Kivimaa, Naisekuju nõukogude ja eesti..., lk 37.

138 Vt ka K. Jõekalda, Architectural Monuments as a Resource: Reworking Heritage and Ideologies in Nazi-Occupied Estonia. – Art and Artistic Life during the Two World Wars. Eds. G. Jankevičiūtė, L. Laučkaitė. Vilnius: Lithuanian Culture Research Institute, 2012, lk 273–299.

värvisümbolismi, kodukultuse ja töö ülistamisel kandis ilmselt teadlikult ja kavatsuslikult edasi järjepidevust autoritaarse ajajärgu riikliku propagandapoliitika vaimuga (Riikliku propaganda talituse Eesti lipu levitamise ja kodukaunistamise kampaaniad; tööeestluse ja sõjamehelikkuse ideaalide edendamise). Olgugi et mõningatel plakatitel on kasutatud Saksa eeskujusid, kaasaegseid temaatikaid ja lisatud vastavaid elemente, võib plakatite sisu ja vormi hinnata suuresti Pätsi-aegse traditsionalistliku rahvusromantismi järeilminguna. Näiteks Aarne Mõtuse plakatite puhul pole esteetilises mõttes võimalik leida erilist katkestust tema sõjaeelsest loomingust.¹³⁹ Iseseisvusaegseid hoiakuid jätkavad kohalikesse plakatitesse kodeeritud erilised viited Põhjamaadele ja Soomele, mida Berliini propagandastandard ette ei näinud, kuid mida kohapeal ei peljatud režiimi huvides rakendada.

Eestlastele pakutud võimalus end rahvuslike kujutluspiltide kaudu väljendada võimaldas omakorda selle abil ka legitimeerida režiimi survet. See puudutab eelkõige sundmobilisatsiooniga kaasaminekut ning võimu poolt teadlikult sugereeritud siirast usku, et võideldakse oma kodumaa eest. Plakatid tõstsid esile Eesti päästmist Euroopale, Põhjalale ja Eestile endale, kusjuures toonitati Saksamaa taastavat, kaitsvat ning lõpuks pelgalt abistavat rolli nende identiteetide hoidmisel. Elluli järgi on käitumusliku eneseõigustuse sugereerimine mingi populaarse müüdi kaudu propaganda üks peamisi funktsioone, sest tagab tegutsejale puhta südametunnistuse ja teadmise, et ta käitumine on õige ja kooskõlas kollektiivse uskumusega.¹⁴⁰ Saksamaast „vabastatud” propagandanarratiiv pakkus publikule seega võimaluse režiimi varem manifesteeritud hegemoonilist diskursust lihtsalt ignoreerida.

See propagandataktika vastandus oluliselt sõja esimeses faasis loodud režiimi enesekuvandile, milles domineeris kolonialistlik ennastkehtestav mentaliteet ja milles kohaliku elanikkonna agentsust sooviti pigem vältida. Esimese sõja-aasta propagandaplakatid mitte niivõrd ei eitanud Saksamaa sõjaaegse okupatsioonipoliitika agressiivset olemust, kuivõrd kinnitasid üleüldist Saksa sõjapotentiaali *argument ad baculum*'i. Saksamaa kaugemaid eesmärke – assimilatsioon, deporteerimised jne – mõistagi varjati, anneksiooni samas sugugi mitte. Propaganda ja n-ö relva jõul veenmine nõudsid üheskoos elanikkonnalt nii valju korda, kuulekust ja koostööd kui markeerisid võimu koloniaalset õigust vallutatud *Lebensraum*'ile. Selles mõttes erines Saksa kolonialistlik propaganda põhimõtteliselt Nõukogude

139 Sarnasused Pätsi-aja taaselustatud rahvusromantismiga avalduvad nii plakatitel kui ka tähtpäevalise aja- kirjandusgraafika stilistika näitel. Järjepidevused olid aga märksa ulatuslikumad, hõlmates lisaks sümbolitele ka endisi rahvuslikke/riiklikke rituaale. Sarnaselt Pätsi ajaga korraldati Rahvakasvatuse peavalitsuse eestvõttel isamaaliste muusikapalade võistlusi, samuti planeeriti 1943. aastaks nn tänuüldlaulupidu, mis küll sõjatingimuste tõttu ei toimunud; jätkati ka võidupüha tähistamist, mida oli alustatud 1934. aastal. Rahvakasvatuse peavalitsuse ja iseseisvusaegse propagandatalituse järjepidevuse küsimusi käsitlet erinevates kohtades ka oma magistritöös (K. Nurmis, *Das fein geschliffene Glas*). Kujutavas kunstis on järjepidevusest Nõukogude okupatsiooni eelse laadiga kirjutatud Kaalu Kirme, siiski üksnes kitsalt n-ö rahvusliku eneseväljenduse vaatenurgast (K. Kirme, Muusad ei vaikinud, lk 270j). Samuti järeldab kunstiajaloolane Kristel Valk Saksa okupatsiooni aegse kunstikirjutuse najal, et Saksa okupatsiooni perioodil sisuliselt jätkati juba varem väljakujunenud esteetilisi ja kunstiteoreetilisi traditsioone, kujunedes koguni viimase apogeeks (K. Valk, Rahvussotsialistlik ja rahvuslik..., lk 84). 1930. aastatel levitatud rahvusideaalide kohta vt K. Kukkk, Mütologiseeritud ajaloo rollist eesti rahvuse arengus. – Vikerkaar 2003, nr 10/11, lk 105; L. Vaan, Propagandatalitus Eesti Vabariigis 1934–1940. – Tuna 2005, nr 3, lk 49. Rahvuslikust plakatist 1930. aastatel vt Jüri Haini põgusat sissevaadet: J. Hain, Plakat – teenäitaja rakendusgraafika suunamuutustes. – Eesti kunsti ajalugu 5. 1900–1940. Koost ja toim M. Kalm. Tallinn: Eesti Kunstiakadeemia, 2010, lk 570.

140 J. Ellul, Propaganda, lk 200.

propagandast, mis taotles ennekõike ideoloogia kohalikku juurutamist, põhistas end Eesti töörahva poliitilisele enesemääramisele ja üksnes välisele NSVL-i abile; s.t pigem eitades oma tegelikke geopoliitilisi ajendeid ja Eesti sovetiseerimisel rakendatud jõuargumendi osatähtsust. Kui nõukogude võim toestas oma legitimatsiooni protseduurilistele ja populaarsetele alustele (väliselt legaalne valitsusevahetus ja „valimised”), siis Saksamaa üksnes jõuargumendile („vabastamine”, vallutus, sõjatingimused).

Saksa okupatsiooni aegsete plakatite ja visuaalkultuuri sünkretism (natsionaalsotsialistlikud elemendid kõrvuti rahvusriiklike elementidega) seletab ka mõnedes parempoolsetes mälu kogukondades tänaseni püsivat selektiivset ajaloonägemust Teisest maailmasõjast, SS-sümbolika ning sellega seotud meenete jätkuvat populaarsust, nagu ka sissejuhatuses mainitud kirjastuse Grenader käitumisloogikat asendada plakatireproduktioonidel viimaneги natsionaalsotsialistlik kujund Vabadusristi südamikuga või Eesti lipuga. Paraku Grenaderi võltsingud mitte ei ava ajaloolisi keerd-sõlmi, vaid pigem võimendavad hilise Saksa idapropaganda meetodeid, kinnistades järjekindlalt müüte, mis eelistavad näha 1944. aasta tõrjelahinguid sakslasteta „Teise Vabadussõjana”. Siiski lisan, et mõnel Saksa okupatsiooni aegse propaganda aspektil, nt vaenlasekuvandite, lääne reetmisnarratiivi või okupatsiooniaegsete eestlaste valikuvõimaluste tõlgendamise juures, on omaaegsel propagandal oma genealoogiline mõju ka praeguse Eesti mälu kultuuri märksa laiemale spektrile.¹⁴¹

*

Kui vaadelda plakatitel esindatud kujundeid, narratiive ja assotsiatsioone, ei tasu unustada, et võimu tasandil juhtisid seda propagandat lõppkokkuvõttes siiski radikaalseimad natsionaalsotsialistid ja fanaatilised Saksa piiride ja rahvastiku ümberkorralduste toetajad, kes nägid propagandas ühtlasi odavaimat ja efektiivseimat viisi oma eesmärgi teostada. Nende ideoloogiline fanatism mitte ei vähendanud propaganda küünilist pragmaatikat, vaid nimelt motiveeris seda, koguni andis sellele moraalse õigustuse. Sõjapropaganda peaülesandeks oli algusest peale ületada teravad vastuolud ühelt poolt režiimi ideoloogilis-poliitiliste taotluste ja sõjamajandusliku eksploatatsiooni ning teisalt kohaliku elanikkonna soovide ja lootuste vahel. Teisisõnu, propaganda pidi looma konfliktivaba fiktiivse maailma, kus neid vastuolusid ei eksisteerinud. Tegelikuses ei loobunud Saksamaa kuni okupatsiooni lõpuni ühestki oma õigustest Eesti aladele, selle elanikkonna omandi ja tuleviku suhtes. Ainumaid kompromisse tegi režiim propagandasfääris, vaigistades „Saksa vere” huvides oma esialgse hurraa-patriootliku enesekehtestamisambitsiooni ja andes selle asemel teed eestlaste pürgimusele oma rahvuslikke soovunelmaid välja elada. Reaalsete poliitiliste sammude või lubaduste asemel ei pakutud eestlastele enam kui kirev sõjaaegne ersatsiseseisvus peatselt kolletaval makulatuurpaberil.

¹⁴¹ Vt ka K. Nurmis, „Eesti rahva kannatuste aasta” ja Saksa okupatsioon. – Akadeemia 2013, nr 5, lk 892–921.