

На правах рукописи

Галимуллина Надия Мидхатовна

**СОВЕТСКО-ПАРТИЙНАЯ ПРОПАГАНДА ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ КАК ПРОБЛЕМА ИСТОРИКО-
ПОЛИТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

**Специальность – 23.00.01. – Теория политики, история и методология
политической науки (по историческим наукам)**

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата исторических наук**

Казань 2005

Работа выполнена на кафедре истории и связей с общественностью гуманитарного факультета Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский государственный технический университет им. А.Н. Туполева»

Научный руководитель: доктор исторических наук,
профессор Сабирова Дания Киямовна

Официальные оппоненты: доктор исторических наук,
профессор Румянцев Евгений Дмитриевич

кандидат исторических наук, доцент
Буравлева Вера Викторовна

Ведущая организация: Государственное образовательное
учреждение высшего профессионального
образования «Московский авиационный
институт» (государственный технический
университет)

Защита диссертации состоится « » декабря 2005 года в _____ часов на заседании диссертационного совета Д. 212.081.17 по присуждению ученой степени доктора исторических наук при Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина» по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18, корп. 2, ауд. _____

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского Казанского государственного университета.

Автореферат разослан « _____ » _____ 2005 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат исторических наук,
доцент _____ А.Г. Циунчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Одной из актуальных проблем, стоящих перед Российской Федерацией на современном этапе, является нестабильность геополитической ситуации. Несмотря на то, что всего несколько десятилетий назад человечество пережило трагические моменты своей истории – кровопролитные мировые войны, геноцид целых народов – в мире продолжают происходить военные конфликты, вооруженные столкновения, набирают мощь зловещие проявления терроризма. Подобные ситуации требуют наряду с военными и экономическими методами борьбы использование информационного влияния.

В этой связи общественно значимым является изучение конкретно-исторического содержания такого феномена, как пропаганда и ее влияния на подготовку или предотвращение вооруженных конфликтов, на ход военных действий, достижение победы; представляется востребованным опыт партийно-политической пропаганды, накопленный в период Великой Отечественной войны. Историко-политическое исследование особенностей советской пропаганды в 1941-1945 гг. помогает определить оптимальные подходы к организации коммуникационного воздействия в современном мире.

Хронологические рамки работы охватывают июнь 1941 – май 1945 гг. – все периоды Великой Отечественной войны, когда военные действия сопровождались активной пропагандистской деятельностью советского государства.

Объектом исследования выступает пропаганда как форма коммуникационных технологий.

Предметом исследования является советско-партийная пропаганда периода Великой Отечественной войны.

Степень разработанности проблемы. Историографию изучаемой темы можно условно разделить на несколько групп.

Первую группу составляют общие исследования о Великой Отечественной войне,¹ труды, посвященные истории Татарстана в 1941-1945 гг.,² которые помогают полнее раскрыть тему исследования, предоставляя фактический материал об организации пропагандистской работы.

Вторая группа освещает роль Коммунистической партии СССР в исследуемый нами период. Сюда относятся как общие работы по истории партии,³ так и исследования, посвященные изучению пропагандистской деятельности коммунистической партии⁴ в годы войны.

Третья группа включает в себя труды, в которых содержится обзор советской пропаганды в период военных действий,⁵ анализ отдельных форм пропаганды в 1941-1945 гг.,⁶ раскрываются особенности пропагандистской работы среди отдельных социальных групп, категорий населения.⁷

В четвертую группу объединены работы, в которых конкретизируются теоретические аспекты темы: понятие «пропаганда», ее структура, задачи.⁸

¹ Советский Союз в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. / Отв. ред. А.М. Самсонов. – М., 1985; Советский тыл в первый период Великой Отечественной войны / В.Т. Анисков [и др.]. – М., 1988 и др.

² Гильманов З.И. Татарская АССР в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. / З.И. Гильманов. – Казань, 1977; Татарстан в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.) – Казань, 2000; Карманов Н.Н. Идеологическая работа партийной организации Татарии в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук. / Н.Н. Карманов. – Казань, 1978 и др.

³ Андреев П.П. Коммунистическая партия в период Великой Отечественной войны (июнь 1941 – 1945 гг.) / П.П. Андреев. – М., 1959; История Коммунистической партии Советского Союза / С. Иванов [и др.] – М., 1959 и др.

⁴ Идеологическая работа КПСС в действующей армии: 1941-1945 гг. / Под. ред. Г.В. Средина. – М., 1985; Комков Г.Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной войны (1941-1945) / Г.Д. Комков. – М., 1983; Кондакова Н.И. Идеологическая победа над фашизмом 1941-1945гг / Н.И. Кондакова. – М., 1982; Петров Ю.П. Строительство политорганов партийных и комсомольских организаций армии и флота (1918-1968) / Ю.П. Петров. – М., 1968 и др.

⁵ Волковский Н.Л. История информационных войн. / Н.Л. Волковский. – СПб., 2003; Зима В.Ф. Менталитет народов России в войне 1941-1945 гг. / В.Ф. Зима. – М., 2000; Крысько В.Г. Секреты психологической войны: цели, задачи, методы, формы, опыт / В.Г. Крысько. – Минск, 1999 и др.

⁶ Айнутдинов А.К. Летопись подвига. (Исторический очерк по страницам татарских фронтовых газет) / А.К. Айнутдинов. – Казань, 1989; Васильева О.Ю. Русская православная церковь в политике советского государства в 1943-1948 гг. / О.Ю. Васильева. – М., 2001; Жуков С. Фронтовая печать в годы Великой Отечественной войны / С. Жуков. – М., 1968; Максаков Л.В. В ряду воюющего народа (из истории советской культуры в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.) / Л.В. Максаков. – М., 1965; Пинегина Л.А. Художественная культура как фактор Великой Победы. 1941-1945 гг. / Л.А. Пинегина. – М., 1997; Якунин В.Н. За веру и Отечество / В.Н. Якунин. – Самара, 1995 и др.

⁷ Безбородова И.В. Генералы вермахта в плену / И.В. Безбородова. РГГУ; Ин-т по изучению последствий войн им. Л. Больцмана. – М., 1998; Ивлев И.А. Оружие контрпропаганды: советская пропаганда среди населения оккупированных территорий СССР. 1941-1945 гг. / И.А. Ивлев, А.Ф. Юденков. – М., 1988; Мягков М.Ю. Вермахт у ворот Москвы, 1941-1942 / М.Ю. Мягков; РАН. Ин-т всеобщ. истории; Отв. ред. О.А. Ржешевский. – М., 1999; Петрова Н.К. Антифашистские комитеты в СССР: 1941-1945 гг. / Н.К. Петрова. – М., 1999; Руденко Н.Н. Слово правды в борьбе с фашизмом. Пропагандистская деятельность политорганов Красной Армии среди войск противника на территории СССР, 1941-1944. / Н.Н. Руденко. – Киев, 1980 и др.

⁸ Ленин В.И. Что делать? Наболевшие вопросы нашего движения / В.И. Ленин // Полное собрание сочинений. 5-е изд. Т. 6. – М., 1979; Плеханов Г.В. О задачах социалистов в борьбе с голодом в России. Приложение к

В отдельную группу выделены работы зарубежных авторов,⁹ которые фиксируют оценку советской пропаганды со стороны.

Несмотря на многочисленность исследований, роль пропаганды во время Великой Отечественной войны остается еще недостаточно изученной. Необходимо систематизировать исследовательские версии и наработки, переосмыслить их в соответствии с современными тенденциями историко-политической науки, рассматривать в комплексе теоретические основы коммуникационных технологий и их практическую реализацию в 1941-1945 гг.

Источниковая база исследования. Диссертация основана главным образом на архивных источниках, отложившихся в фондах Государственного архива Российской Федерации (ГА РФ), Российского государственного архива социально-политической истории (РГАСПИ), Российского государственного архива литературы и искусства (РГАЛИ), Национального архива Республики Татарстан (НА РТ), Центрального государственного архива историко-политической документации Республики Татарстан (ЦГАИПД РТ), а также на документах, опубликованных в печати.¹⁰

Автором были привлечены фонды Р-6903 (государственный комитет по телевидению и радиовещанию); Р-6991 (документы Совета по делам религий при Совете министров СССР); Р-7928 (Комитет советских женщин) Государственного архива РФ.

В материалах фондов РГАСПИ содержатся документы, определяющие общие направления советской пропаганды в 30-40-е гг. XX столетия. Их изучение позволило автору увидеть эволюцию форм пропаганды, направленной на вооруженные силы противника, на зарубежную аудиторию, население временно оккупированных территорий; проследить основные этапы

дневнику №5 / Г.В. Плеханов. – СПб., 1906; Войтасик Л. Использование психологии в системе пропаганды / Л. Войтасик // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. – Самара, 2001 и др.

⁹ Боффа Дж. История Советского Союза. Т. 2. От Отечественной войны до положения второй мировой державы. Сталин и Хрущев. 1941-1945 гг. / Дж. Боффа; Пер. с итал. – М., 1994; Верг А. Россия в войне 1941-1945. / А. Верг. – М., 1967; Хоскинг Дж. История Советского Союза 1917-1991 / Дж. Хоскинг. – М., 1995.

¹⁰ Герои и подвиги. Советские листовки Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. – М., 1958; Деятельность Советов Татарии (1917-1978). Документы и материалы. (Парт. Архив Татарского обкома ТАССР, Центральный гос. архив Татарской АССР). – Казань, 1983; Советские мастера сатиры. 1941-1945 гг. – М.-Л., 1946; От советского информбюро... Публицистика и очерки военных лет. 1941-1945. В 2-х т. – М., 1982 и др.

планирования пропагандистских операций; исследовать вклад религиозных организаций в победу на информационном поле. Помимо этого автором были использованы материалы фондов А.А. Жданова (Ф. 77., Оп.1); А.С. Щербакова (Ф. 88), хранящиеся в РГАСПИ.

В фондах Российского государственного архива литературы и искусства (РГАЛИ) нами были рассмотрены фонды писателей (например, Ф. 1038 фонд В. В. Вишневского), Детгиз (630), Союза советских писателей (Ф. 631) и другие.

Материалы республиканских архивов позволяют отразить региональный уровень советско-партийной пропаганды 1941-1945 гг.:

Национальный архив Республики Татарстан (НА РТ): фонды СНК ТАССР (Р-128), Таткнигоиздата (Р-273), Уполномоченного по делам религий (Р – 873), Президиума Верховного Совета ТАССР (Р-3610), республиканской библиотеки (Р-5892), Союза Советских писателей ТАССР (Р - 7083), Союза советских художников (Р-7064) ТАССР и другие.

Ценная информация сконцентрирована в ЦГАИПД в фондах первичных партийных организаций Татарского областного комитета КПСС (324), Таткнигоиздата (950), Государственного музея ТАССР (957), Министерства культуры ТАССР (1029), Союза советских писателей Татарии (1211), Комитета по телевидению и радиовещанию (1631), ВЛКСМ КГУ (6951).

Работы периода Великой Отечественной войны,¹¹ где отображаются задачи и формы советско-партийной пропаганды, используются нами в качестве источников.

При подготовке диссертации были использованы выступления, председателя СНК СССР, председателя Государственного комитета обороны, Народного комиссара обороны СССР, Верховного главнокомандующего

¹¹ Агитатор на фронте. – М., 1944; Идейное вооружение большевиков фронта. – М., 1942; Александров Г. Великая Отечественная война советского народа / Г. Александров. – Куйбышев, 1941; Брычев Н. Воин Красной Армии в плен не сдаётся / Н. Брычев. – М., 1941; Калинин М.И. О партийно-массовой работе / М.И. Калинин. – М., 1943; Лемин М. Беспощадно бить фашистских разбойников / М. Лемин. – М., 1941; Сегаль Ш. Характер и цели Великой Отечественной войны Советского Союза / Доклады, речи, выступления и приказы / Ш. Сегаль. Изд-е 5-е. – М., 1942 и др.

Вооруженными Силами СССР в годы Великой Отечественной войны И. В. Сталина.¹²

Определенную значимость для раскрытия темы имеют мемуары, дневниковые записи Г.К. Жукова,¹³ И.М. Майского,¹⁴ С.А. Ковпака¹⁵ и другие. Несмотря на присущую им субъективность, они позволяют расширить информацию, содержащуюся в неопубликованных и опубликованных источниках.

Целью диссертационного исследования является историко-политический анализ советско-партийной пропаганды периода Великой Отечественной войны в контексте особенностей пропаганды как формы коммуникационных технологий.

Исходя из сформулированной цели были определены следующие **задачи исследования:**

- выявить формы и определить основные этапы пропагандистской работы в советской армии в годы войны;
- раскрыть особенности советской пропаганды, направленной на гражданское население страны в период Великой Отечественной войны;
- исследовать советское пропагандистское воздействие на войска и население гитлеровской Германии и ее союзников;
- проанализировать механизм формирования отношения к СССР на международной арене в годы войны средствами пропаганды.

Методологическая база исследования. При раскрытии избранной темы автор диссертации руководствуется принципами историзма, объективности, системности.

В соответствии с принципом историзма деятельность пропагандистских структур СССР рассматривается синхронно, в развитии и во взаимосвязи с другими явлениями, развивающимися в то же время (положение на фронтах, форма и содержание пропагандистской активности других государств).

¹² Сталин И.В. Собрание сочинений в 16 т.: Т.15 / И.В. Сталин. – М., 1997.

¹³ Жуков Г.К. Воспоминания и размышления / Г.К. Жуков. – М., 1969.

¹⁴ Майский И.М. Воспоминания советского дипломата / И.М. Майский. – М., 1987.

¹⁵ Ковпак С.А. От Путивля до Карпат / С.А. Ковпак. – М., 1945.

Принцип объективности включает адекватность оценки исторических фактов с учетом степени их достоверности. При этом нами использовалась вся сумма фактов, относящихся к данному явлению.

Согласно принципу системности факты рассматриваются в совокупности, развитии; образуют определенную целостность.

При анализе пропаганды была использована схема, предложенная учеными Г.С. Джоуэтт, В. О'Доннел¹⁶, которая предполагает исследование контекста, в котором осуществляется пропагандистское воздействие; источника и форм влияния; аудитории, на которую направлена пропаганда.

В качестве общенаучных принципов использовались анализ, синтез, сравнение, обобщение.

Научная новизна диссертационной работы заключается в том, что выполнено комплексное исследование пропагандистского воздействия периода Великой Отечественной войны с точки зрения современной гуманитарной науки.

Практическая значимость. Пропагандистский опыт, формы и средства пропаганды могут применяться в коммуникационных технологиях на современном этапе. Результаты исследования могут быть использованы в научной и педагогической работе, при подготовке отдельных тем лекционного курса по предмету «История Отечества», «Теория и практика связей с общественностью».

Апробация исследования. Основные положения и выводы диссертации нашли отражение в выступлениях на конференциях, в частности: на Международной научной конференции «Мы победу приближали как могли» (2003 г., г. Москва), на Международной научной конференции «Мы выстояли и победили» (2005 г., г. Москва).

По теме диссертации имеется ряд публикаций.

¹⁶ Джоуэтт Г.С. Пропаганда и внушение / Г.С. Джоуэтт, В. О'Доннел // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. – Самара, 2001. – С. 203-207

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Структура диссертации обусловлена целью и задачами исследования. Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, характеризуется степень ее научной разработанности, устанавливаются хронологические рамки, источниковая база исследования, формулируются цели и задачи, определяются объект и предмет исследования, его методологические основы, отмечается научная новизна и практическая значимость работы.

Первая глава «Пропагандистская работа СССР с населением страны в годы Великой Отечественной войны» посвящена особенностям использования советско-партийной пропаганды для организации воздействия на гражданское население и армию Советского Союза. Глава содержит два параграфа.

В первом параграфе «Пропаганда, направленная на Вооруженные силы СССР» анализируются основные задачи влияния на рядовой и офицерский состав советской армии (мобилизация, наращивание патриотического подъема; формирование ненависти к врагу, внедрение в общественное сознание мысли о необходимости продолжения войны за границами СССР (с целью освобождения других стран от фашизма и достижения окончательной победы над врагом), снижение агрессии по отношению к немецкой армии и населению), определяются тематика и форма пропагандистских мероприятий, характеризуются три этапа пропаганды.

Анализ доступных архивных материалов, документов позволяет определить основные формы пропаганды, направленной на Вооруженные силы СССР в 1941-1945 гг.: работа агитаторов на местах, пропаганда с помощью СМИ (Советское информационное бюро как источник информации, газеты, радио), пропаганда с помощью печатных материалов (брошюры, листовки), кино (киносборники, полнометражные художественные и документальные

ленты), выступления концертных бригад, плакатная пропаганда, а также специальные акции, например, Парад на Красной Площади 7 ноября 1941 г.

Следует особо подчеркнуть тщательность подхода к организации пропагандистской работы среди представителей нерусских этносов в составе Красной Армии и Флота. Это было связано не только с «языковым барьером» представителей нерусских национальностей, но и с увеличением эффективности посланий, созданных с учетом особенностей национального характера того или иного этноса. Пропаганда на эти группы включала как общераспространенные формы, так и специальные, например, создание писем-обращений от народа национальных республик бойцам-фронтовикам.

Некоторые шаги, инициированные органами власти в военные годы в области государственной и военной символики, так же имели пропагандистское воздействие. Текст воинской присяги в военные годы стал пропагандистским материалом. 21 декабря 1941 г. был введен новый образец знамени части и учреждено гвардейское знамя, ставшие реликвиями. Как отмечает Е.С. Сенявская, «сюжет со спасением знамени, другой военной и советской символики стал распространенным символом-мифом».¹⁷ Действенными средствами, получившими значительный резонанс, явились изменение формы военнослужащих, инновации в наградной системе СССР, когда были введены новые награды, знаки отличия, в том числе в честь известных отечественных полководцев.

Одним из направлений идеологического воздействия являлось противопоставление «мы-они», когда советские люди и представители союзных стран показывались во всем многообразии позитивных черт, в противовес создавался образ врага. Пропагандисты старались подтвердить истинность своего видения вермахта с помощью свидетельств очевидцев, документов: заявлений немецкого командования, выдержек из дневников, писем солдат противника.

¹⁷ Сенявская Е.С. Психология войны в XX веке: исторический опыт России / Е.С. Сенявская. – М., 1999. – С.234

Активно создавались листовки, брошюры, киноленты о героических поступках советских воинов и невольно потребители этой информации, сами бойцы стремились подобному описанию соответствовать.

Эффективным приемом стало привлечение, в качестве аргументов, примеров из дореволюционной истории СССР, поворот в пропаганде от коммунистических к традиционным ценностям.

В зависимости от поставленной тактической задачи, возможностей, обусловленных обстановкой на поле боя, применялись различные формы пропагандистского воздействия, что обусловило эффективность советско-партийной пропаганды, направленной на Вооруженные силы СССР в годы Великой Отечественной войны.

Второй параграф «Пропаганда среди жителей тыла и временно оккупированных территорий Советского Союза» освещает особенности пропагандистской работы среди гражданского населения СССР.

Основными задачами воздействия при этом выступали: поддержание уверенности в неминуемом поражении захватчиков и Победе СССР; формирование ненависти к врагу; усиление бдительности; преодоление проблемных разрывов в общественном сознании, пресечение слухов и паники; инициация всемерной помощи фронту: деньгами, трудом на предприятиях, в колхозах и т.д. Такие проявления народного патриотического движения в помощь фронту, как создание комсомольско-молодежных и фронтовых бригад, шефство над госпиталями, сбор средств на строительство танковых колонн, авиаэскадрилий и других видов боевой техники способствовали созданию материальных ресурсов достижения Победы и оказали большое влияние на морально-нравственное состояние войск.

В параграфе выполнен анализ основных форм советско-партийной пропаганды в тылу. При этом отмечается распространенность таких специфических форм массовой агитации и пропаганды как деятельность агитпоездов, агитпароходов, плавучих культбаз, агитвагонов и агитмашин. Особой формой работы стала переписка фронта и тыла. Были найдены новые

эффективные формы воздействия на трудящиеся массы: проведение салютов в честь одержанных побед, организация выставок трофейного оружия. Повсеместно использовался прием персональных обращений руководящих лиц государства к трудящимся.

Патриотический подъем характерный для населения СССР в 1941-1945 гг. неразрывно связан с деятельностью представителей религиозных организаций. Служители культа с помощью своих воззваний, обращений к пастве оказывали пропагандистское воздействие. Особого внимания заслуживает вопрос об отношении мусульманского духовенства и верующих в годы войны. Гитлеровцы делали большую ставку на мусульманские народы Кавказа, Поволжья, т.к. именно их, во многом благодаря различию в религии и менталитете, планировалось привлечь на свою сторону. Тем не менее, официальное духовенство Ислама однозначно поддержало в годы войны правительство СССР. Активную патриотическую работу развернули в военные годы и представители других религиозных конфессий

В целом можно сделать вывод о близости пропаганды, направленной на бойцов и командиров Красной Армии и на гражданское население, для которой было характерно провозглашение освободительного характера войны, привлечение исторических мотивов как аргумента пропаганды. Наряду с формами пропаганды, характерными для работы среди военнослужащих, в тылу активнее шла пропагандистская работа через искусство, культуру, музейные экспозиции.

Несколько иная ситуация складывалась с населением временно оккупированных врагом территорий, где возможности советско-партийного влияния резко сужались. Работа с населением оккупированных территорий включала в себя устную агитацию, пропаганду посредством распространений центральных и специально создаваемых для оккупированных районов газет, листовок, брошюр, радиотрансляций. Здесь значительная роль отводилась подпольщикам, которые проводили специальные пропагандистские акции –

размещение в оккупированных населенных пунктах флагов, транспарантов с советской символикой и т.п.

В параграфе раскрывается основная тематика газеты «Вести с Советской Родины», регулярный выпуск которой ГлавПУ РККА начало с августа 1941 года на русском, украинском и белорусском языках. В ней широко подавались материалы, разоблачающие фашистскую пропаганду, публикации о положении на фронтах, рисунки и фотодокументы, иллюстрирующие борьбу партизан, мужество красноармейцев в боях за освобождение советской земли, зверства захватчиков. В статьях указывалось на наличие поддержки СССР со стороны демократических стран, отображался ход военных действий на других фронтах Второй мировой войны; публиковались обучающие материалы, под рубрикой уголок сатиры и юмора печатались едкие диалоги, шуточные вопросы и ответы, пародии и т.п.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что продуманным было как оформление издания (подбор шрифта, единый стиль, удобный для подпольщиков небольшой формат), так и содержание газеты.

В целях осуществления воздействия на население оккупированных районов активно применялись листовки, как особая форма советско-партийной пропаганды. В них освещались практические вопросы развития партизанской борьбы, содержались призывы к саботажу указаний созданных захватчиками органов власти, конструировался «образ врага», велась контрпропаганда. В форме листовок распространялись официальные указы, выступления И.В. Сталина, письма советских воинов и трудящихся СССР. Кроме того создавались открытые сатирические письма представителям немецкой администрации на местах.

Пропагандистское воздействие было направлено также на различные вражеские формирования из местного населения: полицейские и жандармские гарнизоны, так называемые «добровольческие части».

Для советско-партийной пропаганды было свойственно усиление воздействия на население районов, освобожденных от оккупации, где после

восстановления советской власти имелось больше возможностей для нейтрализации негативного влияния немецкой пропаганды.

Гражданское население СССР являлось в 1941-1945 гг. одной из основных аудиторий, на которую были направлены пропагандистские действия. Жители тыла в свою очередь также являлись действенными агитаторами, с помощью своих писем, обращений, подарков придавали сил Красной Армии, действовали адресно, обращаясь к отдельным бойцам и командирам.

Во второй главе «Пропагандистское воздействие в годы Великой Отечественной войны на армию и население противника и союзников» рассматриваются основные задачи и формы внешнеполитической пропаганды. Глава содержит два параграфа.

Первый параграф «Пропагандистские мероприятия, направленные на армию, население противника и военнопленных» раскрывает сущность общеполитической и оперативной пропаганды среди войск вермахта. В параграфе также исследуются основные формы воздействия – радиопередачи из Москвы, трансляции с помощью звуковещательных станций, рупористов; плакаты-щиты; газеты; брошюры; бюллетени и листовки.

Советско-партийная пропаганда строилась на основании дифференцированного подхода к солдатам армии Гитлера, представляющим страны гитлеровской коалиции, к которым были подобраны свои аргументы и доводы, основанные на изучении как исторического прошлого их стран, так и их настоящего положения.

Советские листовки, адресованные солдатам и офицерам вермахта можно классифицировать в зависимости от авторства пропагандистских материалов (листовки от имени советской стороны; от имени немецкой стороны, маскировочная пропаганда); в зависимости от содержания (информационные, аналитические, документальные, публицистические); в зависимости от формы подачи текста (приказы; листовка-диалог; листовки в форме вопросов, листовки-пропуски); в зависимости от эмоциональной направленности (сатирическая, «сентиментальная»).

На начальном этапе в советских пропагандистских материалах содержались призывы к войскам вермахта переходить на сторону Советской армии, проявив классовую солидарность. Когда был сделан вывод о неэффективности подобных лозунгов, стало применяться обращение к немцам как к прямым врагам и захватчикам.

Что касается организации пропаганды, направленной на войска противника, можно отметить, что работа велась системно, с учетом опыта предыдущих пропагандистских кампаний, масштабы воздействия определялись положением на участке фронта. Как правило, информационное влияние усиливалось перед крупными наступлениями частей Красной Армии, особенно активно пропаганда велась в отношении соединений немецкой армии, попавших в окружение. Кроме того тщательно изучались конкретные противостоящие в данной боевой операции соединения. Учет полученных сведений позволял создавать более действенные пропагандистские материалы.

Изменение положения на фронтах, наряду с активной пропагандистской работой среди гитлеровских войск привели к появлению значительного количества военнопленных, среди которых была широко развернута антифашистская пропаганда. Так, были созданы антифашистские школы; курсы для подготовки активистов-антифашистов; издавались массовые брошюры, велись беседы по вопросам политического устройства, хозяйственного и культурного строительства Советского Союза, о жизни советского народа, об Отечественной войне Советского Союза против фашистских захватчиков.

Важным шагом было образование демократических организаций военнопленных, что способствовало использованию гитлеровцев, сдавшихся или попавших в плен, для ведения пропаганды.

Пропаганда среди военнослужащих противника представляла особую отрасль работы советских пропагандистов, которая потребовала привлечения высококвалифицированных кадров, тщательности в разработке и проведении пропагандистских кампаний для достижения положительных результатов.

Во втором параграфе «Информационное влияние на страны-союзники и нейтральные государства» освещается работа советских пропагандистских структур по информированию общественности в иностранных государствах о Советском Союзе, а также раскрывается содержание пропагандистских мероприятий, направленных на обеспечение международной поддержки СССР в его борьбе с фашизмом.

Задачи пропаганды такого рода изменялись в соответствии с военно-политической обстановкой в мире. В условиях катастрофического положения первого этапа войны, отступления советской армии главная цель советской внешнеполитической пропаганды заключалась в том, чтобы убедить общественность и правящие круги западных стран в том, что неудачи Красной Армии имеют временный характер. От успешности решения этой задачи зависело, в частности, решение США и Англией вопроса о военных и других поставках в СССР из этих стран.

Затрудняло работу наличие у международного сообщества негативных стереотипов относительно Советского государства, основанных как на домыслах, так и на противоречивых реалиях довоенного времени (коллективизация, репрессии, террор, экспансивная политика по отношению к другим государствам (Западной Украине, Бессарабии, Прибалтике, советско-финская война), сама коммунистическая система в противовес капитализму). На первом этапе необходимо было направить все усилия на корректировку негативных компонентов представления о Советском государстве за рубежом. Программа действий в таком случае должна была включать и включала не только информирование о позитивных сторонах СССР, о героическом прошлом и настоящем советского народа, столкнувшегося в противоборстве с фашизмом, но и реальные действия (например, изменение официальной политики по отношению к религии).

На заключительном этапе войны пропагандисты направили свои усилия на изменение общественного мнения в мире с тенденции «быть милосердными к побежденным» к утверждению «справедливого суда». В этот период

«отношения между союзническими силами были напряжены, что в конце концов наметило путь к началу «холодной войны».¹⁸

В целях интенсификации усилий по международной пропаганде были задействованы старые органы, имевшие представительства за рубежом (советские посольства, ТАСС) и созданы специальные структуры (Совинформбюро, антифашистские комитеты). При этом нужно особо подчеркнуть, что работа с международной аудиторией имела свои сложности технического (мощность радиоустановок, оплата телеграмм) и кадрового характера.

Пропагандистское воздействие способствовало созданию организаций оказания помощи СССР в войне. Дипломатические отношения, подкрепленные внешнеполитической пропагандой, имели свои результаты – открытие второго фронта и активное взаимодействие с союзниками на протяжении всего военного периода.

В заключении подводятся основные итоги работы. В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

1. Пропаганда в СССР, имевшая единые идеологические установки и направлявшаяся коммунистической партией, явилась в годы Великой Отечественной войны надежной основой внешнеполитических и внутривнутриполитических акций. Этому способствовали такие факторы как: реорганизация органов пропаганды; создание новых пропагандистских структур; активное использование всех форм пропагандистской коммуникации; изменение отношений между государством и церковью, которое способствовало усилению патриотической деятельности представителей различных конфессий; обращение к дореволюционному опыту страны, общеисторическим ценностям, апелляция к победам русского оружия.

2. Пропагандистское воздействие шло в нескольких направлениях, определяемых целевыми аудиториями пропаганды: Вооруженные силы и население СССР (включая партизан и жителей временно оккупированных

¹⁸ Аделман Д.Р. Россия и Германия в мировых войнах / Д.Р. Аделман // История СССР. - 1991. - № 3. – С.217

территорий); войска и население противника; общественность зарубежных государств. При работе с каждой из этих групп определялись свои цели и задачи, формы и средства влияния. Советско-партийная пропаганда была направлена на те или иные группы в зависимости от демографических (половых, возрастных), этнических, социальных (принадлежность к социальным группам, сфера занятости) характеристик, т.е. осуществлялся дифференцированный подход к аудитории.

3. Выделяется три характерных этапа пропаганды среди Вооруженных сил СССР: для первого этапа характерны мобилизация бойцов на защиту Отечества, вселение уверенности в Победе, создание «образа врага»; для последующего - объяснение необходимости продолжения боевых действий за пределами СССР для освобождения братских народов от захватчиков и достижения окончательной победы над фашизмом; для заключительного этапа – сдерживание ненависти к военным служащим и гражданскому населению противника как задачи пропаганды.

4. Советская пропаганда среди войск противника шла по нескольким направлениям: разъяснение справедливого характера войны со стороны СССР и агрессивного, захватнического – со стороны Германии; разоблачение лично Гитлера и его окружения как виновников войны; демонстрация роста сил и могущества Красной Армии, поддержки СССР мировым сообществом; неизбежности поражения Германии; пропаганда плена, как пути спасения и возвращения на родину. Для пропагандистских мероприятий СССР характерно масштабное вовлечение военнопленных для организации воздействия на соединения противника.

5. Для оказания информационного влияния на страны-союзники и государства, сохраняющие нейтралитет во Второй мировой войне, использовались формы (организация пресс-конференций) и принципы работы (учет запросов аудитории), свойственные современным технологиям связей с общественностью.

6. Идеологом и проводником пропагандистской работы в армии, тылу СССР, среди населения и войск стран-противников и союзников являлась Коммунистическая партия.

7. Пропагандистский опыт периода Великой Отечественной войны, на наш взгляд, можно использовать в современных условиях для противодействия терроризму, предотвращения или сопровождения военных конфликтов, а именно: осуществлять коммуникационное влияние систематически; комплексно; с учетом уровня культуры и потребностей объектов воздействия; выбирать те или иные формы работы, тематику материалов в зависимости от целей, задач пропаганды и имеющихся технических возможностей.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

1. Галимуллина Н.М. Внешнеполитическая пропаганда в целях корректирования имиджа СССР / Н.М. Галимуллина // Социально-экономические и историко-правовые проблемы современного российского общества: Материалы научно-практической конференции. – Казань: Издательство НПК «Рост», 2005. – С. 49-52.

2. Галимуллина Н.М. Военнопленные как объект пропагандистского и идеологического воздействия / Н.М. Галимуллина // Великая Отечественная война 1941-1945 гг. в современной исторической науке. Материалы межвузовской научно-практической конференции 27-28 апреля 2005 г., г. Тольятти. – Тольятти: ТГУ, 2005. – С. 243-248.

3. Галимуллина Н.М. Культура Татарии в период Великой Отечественной войны как воплощение идеологии государства / Н.М. Галимуллина // Совершенствование преподавания в высшей школе: материалы научно-методической конференции. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2004. – С. 43-48.

4. Галимуллина Н.М. Пропаганда среди войск и гражданского населения противника: 1941-1945 гг. / Н.М. Галимуллина // Телескоп: Научный

альманах. Специальный выпуск. Проблемы изучения военной истории: Материалы Всероссийской конференции, посвященной 60-летию Победы в Великой Отечественной войне. – Самара: Изд-во «НТЦ», 2005 – С. 172-178.

5. Галимуллина Н.М. Советская контрпропаганда: 1941-1945 гг. / Н.М. Галимуллина // Мы выстояли и победили. Материалы Международной научной конференции, посвященной 60-летию Победы советского народа над фашистской Германией и милитаристской Японией. Москва 21-24 сентября 2005 г. Под общей редакцией проф. В.С. Порохни. – Смоленск, «Смядынь», 2003. – С. 227-229.

6. Галимуллина Н.М. Советская пропаганда в преддверии Курской битвы / Н.М. Галимуллина // Мы победу приближали как могли. Материалы Международной научной конференции, посвященной Великой Отечественной войне (с акцентом на события 1943 года). Москва, 18-19 апреля 2003 г. Под общей ред. проф. В.С. Порохни. – Смоленск, «Смядынь», 2003. – С. 159-163.

7. Галимуллина Н.М. Художественная литература 1941-1945 гг.: отражение идеологии или реалий военного времени? / Н.М. Галимуллина // Художественная литература как историко-психологический источник: Материалы научной конференции. Санкт-Петербург, 14-15 декабря 2004 г. / Под ред. д. и. н., проф. С.Н. Полторака. - СПб.: Нестор, 2004. – С. 423-426.