

*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,<sup>1</sup> труды, посвященные истории Татарстана в 1941-1945 гг.,<sup>2</sup> 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,<sup>3</sup> так и исследования, посвященные изучению пропагандистской деятельности коммунистической партии<sup>4</sup> в годы войны.

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

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> 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.

<sup>7</sup> 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. Оружием 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.

<sup>8</sup> 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,<sup>9</sup> 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.<sup>10</sup>

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.

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> 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,<sup>11</sup> 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

---

<sup>11</sup> 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.<sup>12</sup>

Определенную значимость для раскрытия темы имеют мемуары, дневниковые записи Г.К. Жукова,<sup>13</sup> И.М. Майского,<sup>14</sup> С.А. Ковпака<sup>15</sup> 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).

---

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

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

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

<sup>15</sup> 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'Доннел<sup>16</sup>, 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.

---

<sup>16</sup> 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».<sup>17</sup> 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.

---

<sup>17</sup> 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».<sup>18</sup>

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

---

<sup>18</sup> 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.