Идрисов Рустем Анатольевич
канд. ист. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Чувашский государственный
университет им. И.Н. Ульянова»
г. Чебоксары, Чувашская Республика

БОРЬБА С НАЦИСТСКОЙ ПРОПАГАНДОЙ В СССР В ПЕРИОД ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Аннотация: *одним из способов противостояния враждебной фальсификации истории является борьба с пропагандой и попытками идеологического воздействия, направленными на уничтожение собственной национальной идентичности. Примером подобной успешной контрпропагандистской деятельности государства и общества, по мнению автора, является борьба с нацистской пропагандой в годы Великой Отечественной войны. Залогом этого успеха стали широта использовавшихся форм работы, единство и сплоченность общества и высокий уровень мастерства авторов.*

Ключевые слова: *Великая Отечественна война, пропаганда, фальсификация истории, идеология.*

Фальсификация истории, как правило, является одним из базовых методов решения конкретных политических задач. Историю не искажают ради некоего эстетического удовольствия, это делается в определенных целях. Одним из элементов такой фальсификации часто является пропагандистская деятельность. В отличие от фальсификации, претендующей на некую псевдонаучность, пропаганда имеет более открытый полемический характер, рассчитанный на прямое воздействие на аудиторию. При этом именно пропагандистские ресурсы могут проводить некую апробацию фальсификационных тем, вводимых затем в официальный научный оборот.

О специфике нацистской пропаганды в годы Великой Отечественной войны написано немало работ советских и российских исследователей. В частности, ими отмечается особая роль министра пропаганды Третьего рейха

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Й. Геббельса. Его, в том числе «считают основоположником технологии широкого применения всех видов пропаганды: «белой», «серой» и «чёрной» [2, с. 143]. Значение пропаганды неоднократно отмечал и сам нацистский лидер А. Гитлер: «Война ведется всеми средствами: не только силой оружия, но также средствами пропаганды и экономического воздействия» [4, с. 73]. Таким образом, вступая в борьбу с гитлеровской пропагандой, СССР имел дело с профессионально подготовленным врагом, прекрасно понимавшим значимость своих усилий.

На передним крае этой борьбы стояли прежде всего советские средства массовой информации. Особую роль в их числе играло советское информационное бюро. Именно Совинформбюро «осуществляло руководство работой военных корреспондентов, занималось информационным обеспечением посольств и консульств СССР за рубежом, иностранных радиовещательных корпораций и радиостанций, телеграфных и газетных агентств, обществ друзей СССР, газет и журналов различных направлений» [3, с. 123]. Успех работы этой организации в годы войны прежде всего был обусловлен высококвалифицированным составом авторов, сотрудничавших с ней: «Вера Инбер, Валентин Катаев, Евгений Петров, Борис Полевой, Константин Симонов, Николай Тихонов, Алексей Толстой, Александр Фадеев, Константин Федин, Корней Чуковский, Михаил Шолохов, Илья Эренбург и многие другие» [3, с. 123].

Настоящим символом Совинформбюро стали ежедневные сводки, зачитываемые диктором Юрием Левитаном. Сообщения в советской радиопередаче собирали многомиллионную аудиторию, обладали особыми аудиальными приемами привлечения внимания, например повторяющиеся позывные с определенными промежутками времени, маршевая музыка в середине программы, паузы и многие другие. Одним из распространенных способов пропаганды были радиомонтажи, чаще всего использовавшиеся при освещении информации с фронта.

Высокую степень эмоционального воздействия имели публицистические работы, издававшиеся большими тиражами в центральных изданиях СССР. В

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

печать выходили центральные военные газеты, 19 газет фронтов и флота, сотни многотиражек в дивизиях и бригадах, 20 журналов тиражом около 2 млн экземпляров [1, с. 54]. В этих печатных изданиях уделялось внимание героизму и мужеству советских солдат, ужасающим целям фашизма, а так же статьи на военные и исторические темы.

Так, например, в журналах «Большевик», «Пропагандист и агитатор Красной Армии», «Партийное строительство» и многие другие публиковали на своих страницах человеконенавистническую идеологию фашизма, зверства, которые творили немецкие солдаты на оккупированных территориях. Широкую известность в числе других опубликованных в этих изданиях работ на указанные темы получили статьи Ильи Эренбурга, статья А.Н. Толстого «Лицо гитлеровской армии». Там же говорили об укреплении отношений между СССР и государствами, входящими в антигитлеровскую коалицию. Важную роль в идеологическом противостоянии сыграли газеты «Правда», «Известия», «Комсомольская правда», «Труд», «Красная звезда», «Красный флот» и другие.

Распространенным пропагандистским приемом советской печати стало обращение к высказываниям немецких авторитетов прошлого, таких как Фридрих II Великий и О. Бисмарк. Они в частности неоднократно подчеркивали, что война с Россией и победа над ней невозможна в силу огромного количества социальных, политических и духовных факторов.

Еще одной формой работы стала наглядная пропаганда и агитация в форме плакатной графики. За годы Великой Отечественной войны она существенно развилась и в количественном, и в качественном отношении, став целым видом искусства, которое оказывало психологическое, поддерживающее и поднимающее дух влияние через символы, карикатуры, короткие и емкие лозунги.

Плакатная графика оказывала настолько сильное влияние на общественное сознание, что ее можно сравнить с воздействием икон или священных текстов для верующих. Она вселяла надежду, побуждала к действию, объединяла все население страны. Плакаты имели текстовое сопровождение, которое придавало еще большую эмоциональную окраску. Авторами текстов являлись известней-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

шие советские писатели и поэты: С. Маршак, В. Лебедев-Кумач, С. Щипачев, И. Эренбург и многие другие.

Основными издательскими центрами плакатов, располагавшими необходимыми техническими возможностями, являлись Москва и Ленинград, в которых было выпущено 1,5 тысяч плакатов. Однако в целом по стране плакаты выпускались практически повсеместно. Первый советский плакат на тему Великой Отечественной войны появился уже 24 июня 1941 г. под названием «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!», где было изображено, как голову Гитлера пронзает штык красноармейца [5, с. 36]. Особой формой плаката стали «Окна ТАСС», получившие широкое распространение по всей стране, так как их можно было изготавливать даже ручным способом (в формате трафаретных плакатов).

Суть героических плакатов была в том, чтобы максимально поднимать дух патриотизма, показать сильные стороны и особые боевые качества солдат Красной Армии, подчеркнуть значимость усилий каждого жителя страны на фронте и в тылу. Очень часто на них изображали матерей, которые просят защитить свою Родину или самих решительных, смелых бойцов, готовые в любой момент отстоять любой рубеж или идти в атаку. Самыми известными плакатами этой категории являются: «Родина – Мать зовет!» И.М. Тоидзе; «Отстоим Москву!» и «Бей насмерть!» Н. Н. Жукова; «За Родину!» А. Кокорекина; «На запад!» В.С. Иванова и многие другие [5, с. 38].

Таким образом, борьба с нацистской пропагандой в годы Великой Отечественной войны включала в себя широкий арсенал мер контрпропаганды. Кроме описанных форм и методов в их число следует включить издание листовок, распространявшихся не только в действующей армии и в тылу, но и на временно оккупированной территории. Большой эмоциональной силой обладали созданные в этот период музыкальные произведения, а также литературные и научные работы. Среди них следует отметить значительное число исторических исследований, посвященных особо значимым событиям истории России, прежде всего эпизодам борьбы ее народов с иноземными захватчиками. Новое зву-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

чание приобрели имена выдающихся полководцев прошлого – Александра Невского, Дмитрия Донского, Суворова, Кутузова, Нахимова, Ушакова, отразившиеся в появлении особых воинских наград. Такое широкое противодействие нацистской пропаганде, составившее настоящий сплоченный фронт, обусловило конечный успех этого важнейшего направления деятельности государства и общества в годы Великой Отечественной войны.

Список литературы

1. Кондакова, Н. И. Идеологическая победа над фашизмом / Н. И. Кондакова. – Москва : Политиздат, 1982. – 176 с.

2. Кузнецов, А. К. О специфике информационной войны нацистской Германии против СССР / А. К. Кузнецов // Известия АлтГУ. – 2012. – № 4–2 (76). – С. 143–145.

3. Малышева, Е. М. «От советского информбюро... »: к вопросу об информационном противостоянии СССР и Германии в период Великой Отечественной войны. 1941–1945 годы / Е. М. Малышева, Н. А. Гаража // Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. – 2015. – № 4. – С. 119–128.

4. «Совершенно секретно! Только для командования!» Стратегия фашистской Германии в войне против СССР : документы и материалы / сост. В. И. Дашичев. – Москва : Наука, 1967. – 752 с.

5. Шлык, Е. В. Пропаганда патриотизма в годы Великой Отечественной войны средствами изобразительного искусства (плакат) / Е. В. Шлык // Челябинский гуманитарий. – 2015. – № 1 (30). – С. 35–41.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)