

И.Б. Орлов

СОВЕТСКИЕ ПРОПАГАНДИСТСКИЕ ДОКУМЕНТЫ КАК
ИСТОЧНИК РЕКОНСТРУКЦИИ ИСТОРИИ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ
ВОЙНЫ¹

Orlov Igor B.

SOVIET PROPAGANDA DOCUMENTS AS A SOURCE OF
RECONSTRUCTION OF HISTORY OF GREAT PATRIOTIC WAR

Аннотация

В статье, посвященной советской пропаганде в годы Великой Отечественной войны, анализируется реконструктивный потенциал документов трех федеральных архивов. При этом автор исходит из принципов «новой истории пропаганды»: многофункциональности пропаганды, наличия механизма обратной связи, взаимодополняемости методов прямой и косвенной пропаганды, дифференциации пропагандистского воздействия по социальным и профессиональным группам населения. На основе анализа главных комплексов архивных документов делается вывод о специфике советской военной пропаганды.

Abstract

In an article on Soviet propaganda during the Great Patriotic war, analyzes the reconstructive potential of the three documents of the Federal archives. The author is based on the principles of "the new history of propaganda": the multifunctionality of propaganda, the presence of a feedback mechanism, the complementarity of direct and indirect methods of propaganda, the differentiation of the propaganda on social and professional groups. Based on the analysis of the main complexes of archival documents, the conclusion about the specifics of Soviet war propaganda.

Ключевые слова: архивы, фонды, советская пропаганда, ресурсы, цензура

Keywords: archives, funds, Soviet propaganda, resources, censorship

Новые теоретические и методологические основания изучения истории Второй мировой войны заложены в рамках «новой истории пропаганды». Применительно к советской пропаганде периода Великой Отечественной

¹ *Опубликовано: Орлов И.Б. Советские пропагандистские документы как источник реконструкции истории Великой Отечественной войны // Поколение победителей в текстах, голосах, зрительных образах: 70-летию Победы в Великой Отечественной войне посвящается. Материалы межрегиональной научной конференции с международным участием. 7-8 апреля 2015 г. Истра; Пушкино: Изд-во "Подмосковье", 2016. С. 120-130.*

войны речь идет о многофункциональности и наличии множества установок военной пропаганды¹. Кроме того, в пропаганде выделяются две основные целевые установки: краткосрочная (мобилизационная) и долгосрочная, направленная на политическую социализацию населения СССР. Подходы «новой истории пропаганды» принимают во внимание методы не только прямой, но и косвенной пропаганды, а также дифференциацию пропаганды по социальным и профессиональным группам.

Информационный ресурс «новой истории пропаганды» для изучения советской военной пропаганды предоставляют документальные коллекции трех центральных архивов: Российского государственного архива социально-политической истории (далее - РГАСПИ), Государственного архива Российской Федерации (далее - ГА РФ) и Центрального архива Министерства обороны (далее - ЦАМО). Если архивные документы систематизировать по институциональному признаку, то в соответствии с принципом деления пропаганды на прямую и косвенную, признания механизма обратной связи и специфической роли цензуры, они делятся на:

1) материалы органов, напрямую отвечавших за агитационно-пропагандистскую работу:

Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) (РГАСПИ. Ф. 17. ЦК КПСС. Оп. 125). Созданное в марте 1939 г. по решению XVIII съезда партии Управление, объединившее все сферы идеологической работы партии, контролировало четкость и своевременность выполнения всеми пропагандистскими организациями, СМИ и творческими союзами официальных установок;

Главное политическое управление (ГЛАВПУР) РККА (ЦАМО. Ф. 32);

Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС) при Совете Министров СССР (ГА РФ. Ф. 4459). Фонд ТАСС помимо сведений о личном составе ведомства, протоколов, отчетов и переписки содержит вестники различных редакций ТАСС². Вестники позволяют определить степень дифференцированности исходящей из недр ТАСС информации: специальные для московских и областных газет, для Политуправления РККА и для газет освобожденных районов, для фронтовых и молодежных газет и т.п.;

Совинформбюро (ГА РФ. Ф. 8581);

Радиокомитет (ГА РФ. Ф. 6903. Гостелерадио СССР), фонд которого в числе прочих документов содержит письма с фронта и на фронт;

ОСОАВИАХИМ (ГА РФ. Ф. 8355);

Высшая партийная школа при ЦК ВКП(б) (РГАСПИ. Ф. 612);

Политиздат (РГАСПИ. Ф. 623);

Всесоюзный комитет по делам высшей школы при СНК СССР (ГА РФ. Ф. 8080), материалы которого освещают содержание и специфику пропагандистской работы в вузах страны;

Всесоюзное лекционное бюро при Министерстве высшего образования СССР (ГА РФ. Ф. 9548), документы которого позволяют реконструировать различные лекторские формы пропаганды и содержание лекционной работы;

Антифашистские комитеты: Славянский (ГА РФ. Ф. 6646), Женский (ГА РФ. Ф. 7928), Еврейский (ГА РФ. Ф. 8114).

2) материалы органов, осуществляющих косвенную пропаганду:

Центральный комитет профессионального союза работников культуры (ГА РФ. Ф. 7901);

Центральный комитет работников искусств (ЦК РАБИС) (ГА РФ. Ф. 5508);

Центральные газетные курсы при ЦК ВКП(б) (РГАСПИ. Ф. 618).

3) цензурные документы Главлита (ГА РФ. Ф. 9425с) и личного фонда курировавшей это ведомство Р.С. Землячки (ГА РФ. Ф. 5446. Оп. 56 и Ф. 7523. Оп. 92).

4) фронтовые и тыловые письма советских граждан, отложившиеся в фондах руководителей партии и государства: К.Е. Ворошилова (ГА РФ. Ф. 5446. Оп. 54), В.М. Молотова (РГАСПИ. Ф. 82), А.А. Жданова (РГАСПИ. Ф. 77), П.Н. Поспелова (РГАСПИ. Ф. 629), А.С. Щербакова (РГАСПИ. Ф. 88) и др.

5) коллекции визуальных источников: выставки, плакаты, марки, значки, фото- и кинодокументы (РГАСПИ. Ф. 7М. Оп. 1; Ф. 14М. Оп. 1; Ф. 632. Оп. 1; ГА РФ. Ф. 10050. Оп. 1).

По своей тематике документы можно условно разделить на две большие группы. Первую представляли собой сообщения о зверствах немецко-фашистских захватчиков³. Здесь были установлены определенные правила подачи информации. В частности, запрещались к распространению сообщения из оккупированных областей, которые не вызывали достаточного чувства ненависти. Но, с другой стороны, не допускался выпуск плакатов, демонстрировавших беззащитность советских людей – жертв фашистского террора. Если ненависть Гитлера по отношению к славянам широко освещалась в печати, то об антисемитизме нацистов советские газеты предпочитали умалчивать.

Во вторую группу можно включить призывы (в разной форме) к населению полностью отдать себя делу победы. В образец для подражания были превращены героические действия советских бойцов: воздушные тараны, противостояние танкам с «коктейлями Молотова» или закрытие вражеских амбразур собственным телом⁴. При этом герои-символы военной поры, главным пропагандистским качеством которых была преданность системе, неминуемо служили опорой сталинскому режиму.

Из пропагандистских документов периода Великой Отечественной войны можно извлечь следующую информацию:

1) об институтах и органах пропаганды: их структуре, подчиненности и соподчиненности, а также функциональных обязанностях органов власти и управления, осуществлявших пропагандистскую деятельность;

2) о системе партийного руководства пропагандой;

3) об институциональных особенностях пропаганды для фронта и для тыла, на оккупированной, освобожденной и остальной территории страны;

4) об иерархии пропагандистского аппарата;

5) о социальном, половозрастном, национальном и профессиональном портрете работников пропагандистского аппарата;

6) о механизмах, формах и методах агитационно-пропагандистской работы;

7) об объемах и доступности для населения различных видов пропагандистской продукции;

8) об «экономике пропаганды»: бюджетах, планах и их выполнении;

9) об основных пропагандистских образах, символах и мифах;

10) о глубине и эффективности пропагандистского воздействия;

11) о формах реакции населения на пропагандистскую обработку;

12) о региональных, национальных и культурных различиях в восприятии пропаганды;

13) об основных ценностях, сформированных под влиянием пропаганды.

Что касается институциональной составляющей пропаганды, то архивные документы позволяют выявить несколько трендов в развитии институтов. Прежде всего, речь идет о расширении численности как штатных, так и внештатных пропагандистов и агитаторов, особенно низового уровня, на фронте и в тылу. В этих целях, начиная с января 1942 г., формируется система партийных и пропагандистских школ и курсов разного уровня (районных, областных (краевых), межобластных, республиканских) и разной временной протяженности (от двух месяцев до года). Кроме того, первая половина 1942 г. стала началом процесса профессионализации пропагандистских кадров. На протяжении 1942 – начала 1945 гг. были созданы группы при Управлении пропаганды и агитации ЦК партии, Совет военно-политической пропаганды при ГЛАВПУР РККА, Бюро по пропаганде на вражеские и оккупированные страны при Совинформбюро, заочная Высшая партийная школа, Центральная комсомольская школа при ЦК ВЛКСМ и пр. 1943 г. ознаменовался коренной перестройкой системы советской пропаганды, прежде всего, на фронте. Это было связано с ликвидацией в мае этого года института заместителей командиров по политчасти и переносом пропагандистской работы в первичные партийные организации⁵.

Анализ ресурсной составляющей советской военной пропаганды показывает, что в ней были представлены все возможные средства информации: изображение, текст и звук. В сферу пропаганды были вовлечены (часть принудительно) члены профсоюзов работников культуры и искусства⁶. Согласно отчетам ЦК РАБИС на начало 1944 г. к военной пропаганде были привлечены свыше 3 тыс. бригад деятелей искусства, было проведено 280 тыс. концертов в госпиталях и 24 тыс. - в резервных частях. «Окна ТАСС» выпускали до 5 тыс. плакатов в месяц. Активную пропагандистскую работу вел и Радиокомитет. Однако, Илья Эренбург в октябре 1941 г. писал в Отдел пропаганды и агитации ЦК партии о «нудном» характере «Литературных передач», лишенных монтажей, сцен, памфлетов, способных «вдохновить и вызвать ненависть к врагу». Критиковал он и рассылку ТАСС фотографий с изображениями восстанавливаемых немцами

русских поместий и усадеб, недоумевал по поводу того, что советская «печать и радио не отозвались на падение Киева и уничтожение плотины Днепрогэса», когда «об этом все говорят»⁷. Подобное замалчивание или искажение правды о военных действиях только раздражало население, ослабляя авторитет пропагандистского аппарата и власти в целом.

Но основной упор в пропаганде и агитации делался на печатную продукцию. В этих целях к пропагандистской работе, преимущественно в качестве военных корреспондентов, были привлечены примерно тысяча литераторов. Несмотря на недостаток бумаги, только в 1944 г. на фронте выпускалось около 800 армейских и 270 партизанских газет⁸.

Архивные документы позволяют выявить особенности пропагандистских технологий, направленных за пределы СССР. Например, А.С. Щербаков на заседании Совинформбюро по пропаганде 17 января 1944 г. сформулировал следующие общие принципы пропаганды за границу: ненавязчивость пропагандистских материалов; «пропаганда военных усилий нашей Родины»; «контрпропаганда, особенно наша пропаганда, обезвреживающая немецкую пропаганду, старающуюся ликвидировать единство союзников»; распределение материала по странам, где главный критерий – не размеры страны, а «ее удельный вес, что она может сделать и какую роль играет в мировой политике»⁹. Впрочем, И. Эренбург еще в октябре 1941 г., когда враг стоял у ворот Москвы, предлагал издать для заграницы и для Советского Союза книгу о немецкой армии, составленную исключительно из немецких документов, свидетельствующих о зверствах, грабежах и погромах. При этом писатель считал необходимым воздержаться от свидетельских показаний или анализа, а давать документы с кратким предисловием. Также Эренбург предложил выдающимся советским ученым и писателям обратиться с индивидуальными письмами к ученым и писателям Америки и Англии, чтобы «привлечь к нам писателей, которые по разным мотивам прежде отошли от нас, но теперь высказались за поддержку»¹⁰.

С выходом Красной Армии на границы СССР совпал и пропагандистский поворот в соотношении патриотического и интернационального компонентов советской военной пропаганды. Уже с начала 1944 г. в СМИ развернулась кампания критики тех, кто слишком руководствовался примерами и опытом далекого прошлого¹¹. Говорилось не только об опасности механического перенесения минувшего опыта на современность, но и напоминалось о революционных традициях и примерах героизма из истории партии, жизни вождей и опыта Красной Армии. Исторические дискуссии лета 1944 г. также сосредоточились на критике попыток использования «прогрессивно-исторических, народных традиций» в «духе буржуазного национализма». Впрочем, звучали и голоса против «абстрактно-классового» подхода, отрицающего моменты общегосударственного и национального единства в российской истории¹². Именно в этот период пробивал себе дорогу новый концепт «советского патриотизма» (патриотизм плюс интернационализм), содержащий ряд конструкций для «внутреннего пользования»: многонациональной Красной

Армии, особой роли Октября и Гражданской войны в трансформации сущности патриотизма и т.п. Хотя документы демонстрируют отсутствие согласия в этом вопросе. Так, на совещании в Политиздате 30 октября 1944 г. было решено освещать тему Красной Армии как освободительницы «всех свободолюбивых народов» и «борца за демократию»¹³. С другой стороны, цензура (см. сводку изъятий в материалах печати за 1944 г.) не приветствовала прямые указания на то, что в войне «мы боремся не только за свое освобождение, а осуществляем великую освободительную миссию по отношению ко всем народам»¹⁴. Даже в середине 1945 г. «пропагандистский маятник» продолжал колебаться между патриотическим и интернациональным полюсами. Завершением «пропагандистского поворота» можно считать весну 1946 г. Так, в апреле 1946 г. А.А. Жданов и Г.Ф. Александров направили в Политбюро «Предложения о мероприятиях по улучшению руководства агитпропработой и по укреплению аппарата Управления пропаганды ЦК ВКП(б)». В записке уже явственно прослеживаются критика «одностороннего увлечения исторической тематикой» и призывы к усилению классово-партийной составляющей пропаганды¹⁵.

Помимо пропаганды на заграничную аудиторию, архивные документы помогают реконструировать основные механизмы пропагандистской работы на освобожденных от оккупантов территориях. Ведь только в РСФСР вражескому нашествию по административному делению 1944 г. подверглись 23 края, области и автономных республики¹⁶. Подобный масштаб и, в ряде случаев, длительные сроки оккупации диктовали необходимость «ресоциализации» населения. А в случае с территориями, вошедшими в состав СССР накануне войны, продолжение процесса политической социализации. Одной из самых проблемных зон была работа с новым пополнением армии, которое во многом состояло из призывников с ранее оккупированных территорий¹⁷. К декабрю 1943 г. в освобожденных районах было восстановлено 1066 партийных кабинетов и организовано 65 книжных магазинов. К апрелю 1944 г. на освобожденной советской территории издавалось 28 краевых и областных, и 872 районные газеты. В 1943 - 1944 гг. была в основном восстановлена и радиосеть. Кроме того, в освобожденных районах создавались «политические школы» (передвижки при сельсоветах и агитационные машины), а за каждым цехом, бригадой или звеном закреплялись агитаторы¹⁸.

Отдельный пласт документов представляют собой материалы цензуры. Последняя, как и пропагандистская работа, не была сосредоточена в одном институте, а функционировала в рамках целой сети учреждений и неформальных практик, включая механизмы самоцензуры: Главное управление литературы (Главлит), Управление пропаганды и агитации ЦК партии; Совинформбюро, партийные организации, военная цензура и военная контрразведка (СМЕРШ). Цензурные «вычерки» помогают очертить круг того, что категорически не допускалось к публикации: сообщения о стигматизации трусов и о женщинах, сожительствовавших с оккупантами;

факты вымышленного героизма; сообщения об обменной торговле и тактических ошибках собственных армий; изображения советских жертв немецких репрессий беспомощными; сведения о негероическом поведении советских заложников; данные о героической смерти немецких солдат или сотрудников оккупационной администрации¹⁹. По сведениям Военного отдела Совинформбюро до начала 1944 г. было запрещено к издательству 4% из 50 тыс. текстовых и изобразительных публикаций и радиопрограмм²⁰. В мартовской (1942 г.) сводке цензурных исключений указывалось, что в № 7-8 журнала «Социалистическая законность» цензор сняла заметку Гиндина «О квалификации уклонения от военной службы в условиях военного времени», показывающую факты уклонения от военной службы и дезертирства по материалам народных судов Куйбышевской области²¹. Эти и другие сводки позволяют увидеть, как под «ножницами» цензора обретали кровь и плоть различные пропагандистские документы.

В целом анализ архивных документов позволяет сделать ряд выводов о специфике советской пропаганды в годы Великой Отечественной войны:

во-первых, наличие трех уровней инициирования пропагандистских кампаний: «с самого верха», из партийной среды и ее интеллектуального окружения, из отдельных групп населения;

во-вторых, в отличие от немецкой пропаганды, измерявшей свой успех количеством перебежчиков²², для советской критерием эффективности было число убитых захватчиков²³ (классический пример тому - «счет мести»). В этом плане весьма показательным является письмо солдат одной из частей к рабочим своего родного города: «И пусть фашистская мразь знает, что советские бойцы не сложат оружия до тех пор, пока не уничтожат немецко-фашистских мерзавцев всех до единого. ... Да будет проклят тот из нас, кто, увидев немца, не убьет его!»²⁴;

в-третьих, среди разнообразных приемов пропагандистского воздействия особое распространение в годы войны получило использование «родительских» («материнских» и / или «отцовских») символов – «Родина-мать», «Отец народов» и др.;

в-четвертых, стержнем пропагандистских кампаний военных лет стало патриотическое воспитание. В начале 1943 г. Главное политическое управление Красной Армии направило в войска специальную директиву о воспитании патриотизма на примерах героического прошлого русского народа. Причем этот патриотизм варьировался от советского патриотизма вообще до местного патриотизма, сфокусированного на родном крае. Но если до 1944 гг. мужество и героизм солдат и офицеров на фронте были достаточным доказательством «советскости», то затем на первый план в очередной раз выдвинулись вопросы марксистско-ленинской пропаганды²⁵;

в-пятых, советская пропаганда имела дело не столько с недостатком доверия (как национал-социалистическая), сколько с недостатком профессионализма, ресурсов, идеологической ограниченностью и бюрократизацией управления пропагандистской работой как на фронте, так и в тылу. Острой даже в конце войны оставалась проблема квалифицированной

корреспондентской сети, в силу чего из вновь освобожденных республик (Прибалтики, Украины, Белоруссии и Молдавии) шло очень мало информации, а иногда ее не было в течение месяцев²⁶. В частности, только корреспонденты газет «Красная звезда» и «Известия» имели в своем распоряжении самолеты;

в-шестых, успех в пропагандистской работе достигался тогда, когда пропагандистские «послания» ориентировали их «потребителей» в желаемом и ожидаемом для последних направлении. А таковым было достижение Победы над врагом.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ См., например: Tumarkin N. *The Living & the Dead. The Rise and Fall of the Cult of World War II in Russia*. New York, 1985.

² ГА РФ. Ф. 4459. Оп. 14. Редакция центральной и московской информации; Оп. 15. Редакция союзной информации; Оп. 21. Редакция фронтовой информации и т.д.

³ Подобные материалы публиковались еще в годы войны. См.: Материалы о зверствах фашистов и о нашей ненависти к ним. М., 1942; Фашистские зверства над пленными. М., 1941; Чудовищные зверства немецких фашистов. М., 1942. и др.

⁴ Как и материалы первой группы, в годы войны Главными управлениями политической пропаганды РККА и ВМФ выпускались многочисленные брошюры на эту тему: Батарея героев. М., 1942; Герой Советского Союза Иван Михайлович Сивков. М., 1943; Герой Советского Союза гвардии рядовой Александр Матросов. М., 1943. и др.

⁵ См.: Горячева В.М. Агитационно-пропагандистская работа партийных организаций тыла в годы Великой Отечественной войны 1941-1945: Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 1954. С. 9-10; История Великой Отечественной войны Советского Союза. 1941-1945. В 6-ти тт. Т. 2 (июнь 1941 – ноябрь 1942 г.). М., 1963. С. 566; Т. 3 (ноябрь 1942 – декабрь 1943 г.). М., 1964. С. 224,226; Т. 4. 1944 год. М., 1962. С. 631; Т. 6. Итоги Великой Отечественной войны. М., 1965. С. 355,357.

⁶ Stites R. (Hg.) *Culture and Entertainment in Wartime Russia*. Bloomington, 1995. С. 9-27.

⁷ РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 35. Л. 89-91.

⁸ Добренко Е. *Метафоры власти. Литература сталинской эпохи в историческом освещении*. Мюнхен, 2003. С. 232.

⁹ РГАСПИ. Ф. 88. Оп. 1. Д. 998. Л. 2-4,7.

¹⁰ РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 35. Л. 89-91.

¹¹ Козлов Н.Д. *Общественное сознание в годы Великой Отечественной войны (1941-1945)*. СПб., 1995. С. 52-54.

¹² РГАСПИ. Ф. 623. Ф. 77. Оп. 3. Д. 26. Л. 16–17; Ф. 88. Оп. 1. Д. 1051. Л. 71-73,121-122.

¹³ РГАСПИ. Ф. 623. Оп. 1. Д. 125. Л. 5-5об.

¹⁴ ГА РФ Ф. 9425. Оп. 1. Д. 287. Л. 3об,5об.

¹⁵ РГАСПИ. Ф. 77. Оп. 3. Д. 24. Л. 20-43.

¹⁶ Кондакова Н.И. *Идейно-политическая работа Коммунистической партии среди населения районов РСФСР, освобожденных от немецко-фашистской оккупации (1941-1945 гг.)*: Автореф. дис. ... докт. ист. наук. Л., 1972. С. 6.

¹⁷ ГА РФ. Ф. 8127. Оп. 1. Д. 33. Л. 118; РГАСПИ. Ф. 88. Оп. 1. Д. 972. Л. 5-6.

¹⁸ Кондакова Н.И. *Указ. соч.* С. 27-28.

¹⁹ ГА РФ. Ф. 9425с. Главлит. Оп. 1. Д. 287-289,391. и др.

²⁰ ГА РФ. Ф. 8581. Оп. 1. Д. 98. Л.18.

²¹ ГА РФ. Ф. 5446. Оп. 56. Д. 31. Л. 109.

²² Подробнее по этому вопросу см.: Berkhoff K. C. *Harvest of Despair. Life and Death in Ukraine Under Nazi Rule*. Cambridge; London, 2004.

²³ Сенявская Е.С. Психология войны в XX веке. Исторический опыт России. М., 1999. С. 224-225.

²⁴ Цит. по: Кузьминых А.Л. Военнопленные и северяне: становление диалога (1939-1949 гг.) // *Отечественная история*. 2005. № 2. С. 121.

²⁵ Barber J., Harrison M. *The Soviet Home Front, 1941-1945: A Social and Economic History of the USSR in World War II*. London; New York, 1991. P. 69.

²⁶ ГА РФ. Ф. 4459. Оп. 11. Д. 1270. Л. 12-13.