

ЦЕЛИ И СПОСОБЫ ВЛИЯНИЯ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПАТРИОТИЗМА В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

В. В. Попова

*к.и.н., доцент кафедры истории МИЭМ
г. Москва*

Говоря о деятельности средств массовой информации в военный период, следует помнить, что культ личности И.В.Сталина, сосредоточившего в своих руках огромную власть, привёл к серьёзным ошибкам в организации агитационно-пропагандистской работы предвоенных лет, которые были вызваны его неверной оценкой возможного времени нападения гитлеровской Германии на Советский Союз.

Буквально за неделю до начала войны (14 июня 1941 года) в газетах было опубликовано сообщение ТАСС, официально опровергающее намерение Германии разорвать пакт и напасть на Советский Союз. В той же статье содержалось и утверждение, что слухи о подготовке СССР к войне с Германией "являются лживыми и провокационными".¹ Вместо того чтобы готовить население к предстоящей войне, пресса создавала у людей ложное ощущение военной неуязвимости Советского Союза, а в случае войны — лёгкой победы над возможным противником. До самого начала войны средства массовой информации хранили полное молчание о развёртывании немецких войск у советских границ.

Такой самообольщающий тон давал о себе знать и в первые месяцы войны, когда в газетах время от времени появлялись высказывания о скорой победе, предположения о неизбежности разложения вражеской армии в ходе военного столкновения с СССР, о приближающемся крахе коалиции фашистских государств. Более того, в прессе встречались и утверждения о том, что Советская Армия отступает по заранее продуманному Верховным командованием "плану активной обороны", которого в действительности не существовало. В первый период войны отступление носило вынужденный характер и сопровождалось огромными человеческими жертвами и потерями в живой силе и технике.

С началом войны перед средствами массовой информации была поставлена задача, во-первых, вернуть утраченное доверие населения, и во-вторых, организовывать и воодушевлять народные массы на отпор врагу.

Главным в выполнении этой задачи было разъяснение справедливо-го, освободительного характера войны, с первых дней войны средства массовой информации рассказывали о сильнейшем патриотическом

¹Правх.а.-1941,-14 июня.

подъёме, охватившем всю страну, о создании народного ополчения, о перестройке всех организаций и учреждений на военный лад, о митингах, проходящих на предприятиях и в учреждениях.

Одним из важнейших направлений работы средств массовой информации была борьба с пропагандой противника, которая велась в основном по двум направлениям — по радио и в печати, причём, как нетрудно догадаться, больший упор делался на вторую, так как изъятие из частного пользования радиоприёмников значительно затруднило проведение радиопропаганды. Одной из форм фашистского идейного воздействия были газеты, издаваемые на русском языке, часто под советскими названиями с сохранением того же формата, шрифтов и вёрстки при антисоветском их содержании. Активно использовалась агентурная пропаганда и рассылка жителям анонимных писем антисоветского содержания, а также распространение в больших количествах листовок и воззваний, осуществляемое с помощью авиации, артиллерии и агентов.

Наряду с общеполитическими темами фашистская пропаганда уделяла большое внимание и местной проблематике, в частности, московской. Наибольшие возможности для этого предоставились в октябре 1941 года, когда отступление Красной Армии, стремительно приближающийся фронт, незнание реальной обстаноки, вызванное отсутствием точной информации о возможностях, имеющихся у государственного и военного руководства для защиты Москвы, породили в городе сомнения, растерянность, отчаяние, а иногда даже панику.

В этих условиях крайне необходима была чёткая и эффективная работа контрпропагандистов. Известно, что контрпропаганда всегда ведётся по двум направлениям: защита своей армии и населения от Идеологического воздействия противника и работа среди населения и войск враждебной стороны с целью дискредитации в их глазах его идеологических установок. Добиваться решения этих задач можно разными способами, главным из которых является постоянное *умелое* разоблачение целей и методов вражеской пропаганды. Необходимость в эффективной контрпропаганде понимали многие. В частности, об этом писал И. Эренбург, обращаясь к руководству Совинформбюро.¹

В Москве руководство города вместе с правоохранительными органами для противодействия фашистской пропаганде использовало все имеющиеся средства. Прежде всего, необходимо было стараться не пропустить сюда материалы нацистской пропаганды, а параллельно с этим разыскивать и уничтожать уже попавшие в город. Всё это проводилось на фоне продолжающейся работы по разоблачению самой идеологии фашизма и формированию патриотического сознания жителей Москвы. Из числа агитаторов и политорганизаторов были созданы особые груп-

¹ТГАСПИ ф. 17, оп.125, д.35, л.74.

пы, занимавшиеся учётом настроений. Они проводили индивидуальную разъяснительную работу с теми, кто поддавался пораженческим, упадническим или оппозиционным настроениям — последние, впрочем, часто оказывались впоследствии объектами пристального внимания органов Ентрених дел.

В формировании патриотического сознания посредством печати (так же, как и с помощью радиовещания) важное место отводилось обращению к историческому прошлому нашей страны. Газеты и журналы регулярно публиковали тематические статьи и материалы, документы, подборки и справки, вопросы и ответы на исторические темы. В журнале "Большевик" уже в июне 1941 года, наряду с передовой статьей, посвященной Великой Отечественной войне советского народа, в которой подчёркивалось, что это не только война против немецко-фашистских войск, а борьба против фашизма и его изуверского человеконенавистнического учения, было опубликовано три авторских статьи о борьбе восточнославянских народов против германских захватчиков в прошлом.¹ В 1942-1944 годах вопросам истории, традиций и моральных качеств народа, разоблачению фашизма в журнале было посвящено 75 документов из 86, 46 передовых и редакционных статей, 138 из 175 авторских публикаций.²

С первых дней войны на ряде предприятий и учреждений стали выходить "Боевые листки", оперативные бюллетени, газеты-молнии и т.д., посвященные трудовым подвигам мирного населения, борьбе за выполнение срочных оборонных заказов и за производительность труда. В них рассказывалось об эпизодах героической борьбы защитников Москвы, помещались злободневные антифашистские карикатуры с едкими эпиграммами, подписями и заголовками.

Печать стала одним из важнейших средств организации и развития Всесоюзного социалистического соревнования, начавшегося по инициативе ряда коллективов предприятий в мае 1942 г., в труднейший период Великой Отечественной войны и призванного дать в кратчайший срок при наименьших затратах как можно больше продукции фронту.

Одной из форм работы печати в военное время было существование выездных редакций, одной из основных функций которых было усиление контроля за ходом развернувшегося соревнования, широкая пропаганда успехов передовиков и его победителей, критика отстающих. Все это содействовало выполнению главной задачи момента — повышению производительности труда и увеличению выпуска военной продукции. С этой целью (как наиболее эффективные формы отражения трудового состязания, подведения его итогов, морального поощрения соревнующих-

¹ Пропагандист.- 1941.- №15

² Пропагандист.- 1985.- №4, С.68.

ся, общественного признания их заслуг) по решению партийных комитетов в газетах были учреждены "Доски почета".

Серьёзное внимание выездные редакции уделяли пропаганде рационализации и изобретательства, считая их важнейшими резервами для производства военной продукции. Была развернута большая работа по организации и проведению конкурсов месячников, декадников рационализатора, организованы переключки новаторов.

Новый подъём трудовой активности пришёлся на 1943 г. Инициатором его выступили комсомольцы Москвы и Ленинграда: между ними началось социалистическое соревнование за достойную встречу 25-летия ВЛКСМ. В печати началась пропагандистская кампания по увеличению производительности труда среди молодёжи, повышение квалификации, изготовление оборонной продукции во внеурочные часы сверх плана, за экономию и бережливость и т.д. В некоторых газетах были введены специальные рубрики: "Навстречу XXV-летию ВЛКСМ", "В честь 25-летия ВЛКСМ", осветившие путь, ход развития патриотического движения молодежи.

В годы войны массовый характер приобрело патриотическое движение трудящихся за сбор личных средств на строительство боевой техники для фронта. В конце декабря 1942-начало 1943 г. "Комсомольская правда" публиковали подборки, откопанные под них иногда целые полосы, с обращениями коллективов трудящихся чаподои, учреждений, колхозов и т.д., а также отдельных лиц к принятию на строительство боевой техники. Тут же помещались ответные телеграммы командующих фронтами с благодарностью за заботу об армии и флоте. Этими публикациями печать не только способствовала усилению патриотического самосознания народа, но и осуществляла его политическое и патриотическое воспитание. Ис остались в стороне и сами работники печати. В начале мая 1942 г. московские журналисты обратились с призывом к работникам печати всей страны начать сбор средств на постройку танковой колонны "Работник печати". Это обращение нашло самую горячую поддержку. Сотрудники газет, журналов, издательств, радиовещания передавали в фонд строительства танков свои личные сбережения, гонорары за публикуемые работы. Работники "Комсомольской правды" внесли свой вклад — 82300 рублей на танк "Комсомольская правда" танковой колонны "Правда". Вскоре построенная танковая колонна "Работник печати" была передана в действующую армию.

По мере наступления Красной Армии и оживления промышленности появляется больше возможностей для выпуска печатных изданий, и они постепенно возобновляют и расширяют свою деятельность. Так, 17 февраля 1944 года Бюро МК ВКП(б) приняло постановление "О работе фабрично-заводских газет Московской области". Было решено просить ЦК ВКП (б) о возобновлении выпуска газет на 17 восстановленных и

вернувшихся из эвакуации предприятиях, об увеличении тиража газет на 10 и периодичности - на 16 предприятиях области.

Анализ документов позволяет сделать вывод о том, что серьёзной проблемой в 1943-44 годах стала нехватка журналистских кадров. Для её решения при партийных курсах МК и МГК ВКП(б) в феврале 1944г. была открыта шестимесячная школа для подготовки работников районных и фабрично-заводских газет и местного радиовещания.¹

Важную роль в формировании патриотического сознания, в мобилизации на решение задач, стоящих перед городом сыграла фабрично-заводская печать. Многотиражные газеты систематически освещали все важные события в жизни предприятия. Основное место на страницах газет занимали корреспонденции, написанные непосредственно рабочими. И хотя количество многотиражных газет в первые годы войны резко сократилось, они сыграли значительную роль в повышении трудовой активности рабочих.

Задачи печати в годы войны были сформулированы в письме Управления пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) от 3 марта 1942 г. "О работе районных газет": "Вся работа редакций газет должна быть подчинена интересам фронта и задачам организации разгрома немецко-фашистских захватчиков. Газеты обязаны повседневно разъяснять трудящимся опасность, которая угрожает нашей стране... развивать советский патриотизм, воспитывать ненависть к немецким оккупантам, готовность отдать все свои силы для разгрома врага".²

В обязанности местных средств массовой информации входило расширение тематики местной информации. В частности, в Москве городским газетам и радио было предложено расширить тематику местной информации, сообщать читателям и слушателям о самоотверженности и инициативах москвичей, о военной подготовке населения, деятельности МПВО, партийно-политической работе горкома и райкомов партии и т.п.

Следует отметить, что постановления бюро и секретариата обкома и горкома партии о радиовещании печати воспринимались коллективами радио и газет как программа для практической деятельности. Все средства массовой информации находились под постоянным контролем партийного руководства города, вся информация и подготовленные материалы подвергались цензурованию.

Постоянные трансляции и публикации с поддержкой всей страной являлись источником веры в свои силы, укрепляли моральную стойкость населения, вселяли мужество и оптимизм, вдохновляли на отпор врагу. В первый период Великой Отечественной войны печать и радио вели большую работу по организации мобилизации населения, по перестрой-

¹Московский большевик. 1944, 9 февраля.

²О работе районных газет // 0 партийной и советской печати, радиовещании и телевидении. Сборник документов и материалов.- М: Мысль, 1972.-С.214.

ке работы всех предприятий и учреждений на военный лад. Все материалы в средствах массовой информации оперативно рассказывали о ходе создания дивизий народного ополчения, о патриотических движениях, о постройке оборонительных сооружений, предупреждали о необходимости быть готовыми в любую минуту к защите своей страны и города.

Средства массовой информации были неопределимым по силе воздействия рычагом перестройки на военный лад всей жизни страны — организационной, хозяйственной, духовной, психологической. В условиях военного времени требовалась максимальная оперативность печатного слова. Резко возросла потребность людей в информации. Одной из важнейших задач средств массовой информации газет и радио явилось формирование патриотического сознания или военно-патриотического (как оно называлось и годы войны) воспитания. Важнейшими направлениями этой работы являлись пропаганда идей о защите Отечества, патриотических традиций и героизма советских людей, разъяснение характера и целей борьбы советского народа и разоблачение фашизма. Особое место отводилось пропаганде исторических и боевых традиций, обращению к памяти великих людей Отечества.

БОЕВЫЕ ПОДВИГИ СОВЕТСКИХ ГРАЖДАН В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ФАЛЬСИФИКАТОРЫ ЕЕ ИСТОРИИ

Н.А. Шерстянников

*к.и.н., профессор Российского государственного
геологоразведочного университета им. С. Орджоникидзе
г. Москва*

Великая Отечественная война Советского Союза против гитлеровской Германии и ее сателлитов была схваткой двух противостоящих цивилизаций, в которой западный мир ставил своей целью уничтожение СССР - России как независимого государства. Гитлеровцы планировали захватить значительную часть территории СССР, а на остальных - образовать подвластные им марионеточные режимы. Нацистский план «Ост» предусматривал «очищение жизненного пространства» на Востоке и уничтожение более 100 миллионов советских людей, не считая жертв на фронте. Колонизация Германией захваченных земель предполагала выселение оставшихся в живых русских, украинцев и белорусов в Сибирь и заселение территорий до Урала немцами.

В последнее время отдельные публикации, изданные за рубежом и в Российской Федерации продолжают традиции пропаганды Й. Геббельса.