
РЕФЕРАТ

Тема: Наши патроны: наука, слово, песня, танец

Студенты: Стасеева Лидия Александровна, 1 курс

Голиков Павел Аркадьевич, 1 курс

Руководители работы: Михайлова Н.В., Сайкова А.Б.

Г.Оха

2015г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
ВВЕДЕНИЕ	3
1. ГЛАВА. Вклад советской науки в агитационно-массовую и пропагандистскую работу в годы Второй мировой войны	
1.1. Пропагандистская и психологическая составляющая в войне	5
1.2. Вклад советских научно-исследовательских центров и советской психологии в Победу над фашизмом	7
2. ГЛАВА. Влияние пропаганды на психологию масс в годы Второй мировой войны	
2.1. Пропаганда как часть военного искусства	9
2.2. Особенности немецкой пропаганды и ее влияние на положение дел на фронтах	10
2.3. Особенности советской пропаганды и ее вклад в победу советского народа в войне с фашизмом	13
3. ГЛАВА. Особенности современной пропаганды	17
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	19
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	21
ПРИЛОЖЕНИЯ	
Приложение А «Бланк анкеты для социологического опроса «Отношение к пересмотру итогов войны»	22
Приложение Б «Перечень работ психологов в годы войны»	24
Приложение В «Немецкая пропаганда»	24
Приложение Г «Советская пропаганда»	25

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день очень остро встаёт проблема искажения понимания и затушёвывания значимости многих знаменательных дат отечественной истории.

Итоги Второй мировой войны привели народы мира к осознанию той опасности, которую несут войны.

Первый урок заключается в том, что Победы в Великой Отечественной войне удалось достигнуть благодаря духовной силе и стойкости советского народа и армии. Глубокий патриотизм стал основой духовно-нравственного превосходства Советского Союза над фашистской Германией.

Второй урок войны состоит в том, что успехи на фронте и в тылу были возможны только благодаря сплоченности общества, единству народа и армии.

Третий урок войны заключается в том, что вопросы укрепления обороны страны, повышения боевой готовности и боеспособности Вооруженных Сил должны постоянно находиться в центре внимания руководства государства.

Четвертый урок Второй мировой войны говорит о необходимости не допускать в обществе малейших проявлений идеологии фашизма.

Пятый урок из опыта войны заключается в том, что предотвратить надвигающуюся войну могут только коллективные усилия государств и народов, усилия международных организаций.

Шестой урок Второй мировой: победа над фашизмом была достигнута благодаря мощной экономической базе государств - членов антигитлеровской коалиции.

Сегодня уроки Второй мировой войны не только не утратили своей актуальности спустя десятилетия после ее окончания, но и приобрели большую значимость. Тема итогов Второй мировой до сих пор является предметом острого идеологического, научного и информационно-психологического противостояния в отечественной и мировой историографии.¹ В этом споре нередко допускаются искажения в оценке событий, а подчас и ложь. Особенно опасным является искажение событий Второй мировой со стороны бывших союзников России, которые эту великую Победу советского народа у нас пытаются отнять. На этом фоне особенно актуальным был и остается вопрос воздействия пропаганды. Был ли

¹ Д.Самосват, А.КУРШЕВ. Уроки Второй мировой войны и основные направления её фальсификации. <http://voenn.info/docs/ogp/ogp-kl/2011/2011-06-3.html>

Советский Союз готов к информационной войне? Можно ли говорить о том, что была развита индустрия пропаганды? Кто был вовлечен, кто руководил, как это работало?

Цель работы: выявление отличия советской и немецкой пропаганды, влияния пропаганды на сознание масс, идеологическое, научное и информационно-психологическое противостояние врагу.

Задачи:

1. Изучить историко-психолого-публицистическую литературу по вопросу и влияния пропаганды на психологию масс и сознание народа.
2. Рассмотреть вклад научно-исследовательских и психологических центров в дело Победы.
3. Провести сравнительный анализ советской и немецкой пропаганды в годы Великой Отечественной войны.

Методы работы над темой:

1. Изучение историко-психолого-публицистической литературы.
2. Социологический опрос «Отношение к пересмотру итогов войны».
3. Методы математической статистики с целью получения количественных данных результатов социологического опроса.

Практическая значимость данной работы состоит в том, что обращение к военному периоду в развитии научно-исследовательских центров и отечественной психологии и пропаганды имеет не только исторический интерес, но и представляется актуальным на современном этапе развития общества. Особенно важным это становится на фоне событий, происходящих на Украине и в странах Евросоюза, когда предпринимаются попытки пересмотра истории и фальсификации событий Второй мировой войны.

1 ГЛАВА. Вклад советской науки в агитационно-массовую и пропагандистскую работу в годы Второй мировой войны

1.1. Пропагандистская и психологическая составляющая в войне

Война! Жесточе нету слова.
Война – печальней нету слова.
Война - святее нету слова
В тоске и славе этих лет
И отношения другого у нас
Не может быть и нет.

Шел 1941-й год... Переполненные берлинские площади, вздымая к трибунам руки, чернея нарукавными свастиками, неустанно ревели тысячами глоток: «Зиг-хайль!» Бледные лбы лоснились, глаза горели горячечным огнём иступления... В них была неумолимая жажда завоевателей мира. Они пели гимн Хорста Веселя. В нём звучала неистовая преданность кровавому братству СС. На паучье-чёрных штандартах, вея смертью, ядовито сверкали незримые полудевизы-полузаклинания: «Германия превыше всего! Совесть – химера! Убивай, убивай!» Весь мир казался пышным рождественским тортом, в который легко и мягко войдёт нож с надёжной маркой немецкой стали.

Генералы, увешанные знаками отличия за победы в Европе, склонялись над картами. Фельдмаршалы не выпускали из воинственно сжатых пальцев свои жезлы. Гитлер, по солдатски оттопыривая бабий зад, пожимал руки героям Германии... Уже по брусчаткам завоёванных европейских государств мощно гремели стальные траки танков... Уже немецкие дивизии сосредоточивались на границе Советского Союза. Это был апогей фашизма.²

Великая Отечественная война явилась всесторонней проверкой прочности советского общественного и государственного строя, тяжелейшим испытанием для всего нашего народа и его Вооруженных Сил. Суровому экзамену в годы войны подверглись наша экономическая система и идеология, наша наука и культура, все духовные ценности и образ жизни. Организуя разгром жестокого и коварного врага, Коммунистическая партия большое внимание уделяла мобилизации науки для нужд фронта и потребностей тыла. Перед наукой была поставлена задача своими исследованиями и научно-пропагандистской деятельностью помогать воинам Вооруженных Сил и труженикам тыла изыскивать наиболее эффективные средства

² Болдина М.В. Дорогами фронтовых агитбригад. <http://www.openclass.ru/node/119577>

борьбы с врагом. От теоретических разработок требовались конкретность и четкость, позволяющие быстро находить правильное практическое решение.

Партия призывала ученых в своей исследовательской, организаторской и пропагандистской деятельности активнее опираться на труды В.И. Ленина, который исследуя факторы победы в войне, подчеркивал, что во всякой войне победа, в конечном счете, обуславливается состоянием духа тех масс, которые на поле брани проливают свою кровь.³

«Все силы народа — на разгром врага». Такова была цель, сформулированная 3 июня 1941 г. в выступлении Председателя Государственного Комитета Обороны И. В. Сталина и объединившая весь народ в борьбе за защиту Отечества. Научная интеллигенция активно включилась в общенародную борьбу с агрессором. Уже 28 июня 1941 г. Академия Наук СССР обратилась к ученым с призывом направить все силы для защиты человеческой культуры от «коричневой чумы». В воззвании говорилось: «В этот час решительного боя советские ученые идут со своим народом, отдавая все силы борьбе с фашистскими поджигателями войны — во имя защиты своей Родины и во имя защиты мировой науки и спасения культуры, служащей всему человечеству».⁴ Ответом на этот призыв стали решения сессий Академии Наук, подчеркивающие, что практическое обслуживание нужд фронта является основной целью деятельности ученых.

Пропагандистская и психологическая составляющая в войне тесно взаимосвязаны. Целью войны являлась победа, а достичь ее было невозможно без определенного морально-психологического состояния населения страны и армии. Война всегда сопровождается комплексом пропагандистских акций, которые подчеркивают справедливый характер ведения войны своей страной. И в этих условиях партия опиралась на психологию общества, на массовые настроения, стремясь оказывать влияние на них. В полной мере это относится к использованию ресурсов советских научно-исследовательских центров и отечественной психологической науки в годы войны.

³ Ленин В.И. Полн. собр. соч., т. 39, с. 320.

⁴ Кольцова В.А., Олейник Ю.Н. Психологи в годы ВОВ: подвиг на века. /Знание, понимание, умение. №2/2005г.

1.2. Вклад советских научно-исследовательских центров и советской психологии в Победу над фашизмом

С первых дней войны активно включилась в борьбу с фашизмом советская психология, организовавшая работы с учетом потребностей фронта. Значительная часть специалистов вступила в ряды вооруженных защитников Отечества и героически сражалась с врагом, принимала участие в боях, в подготовке воинов и руководстве боевыми действиями, помогала командирам, политработникам, штабам разрешать самые различные вопросы фронтовой жизни с учетом психологического фактора.

В годы войны научные сотрудники в области психологии активно участвовали в агитационно-массовой, пропагандистской работе. Используя результаты психологических исследований, они стремились своими выступлениями помочь советским людям духовно перестроиться на военный лад, повышать их идейную зрелость, вселять уверенность в нашей полной победе над фашистскими агрессорами.

По каким же направлениям осуществлялась работа психологов в интересах потребностей фронта?⁵

1. Поведение научных исследований по пропагандистской и оборонной тематике.
2. Помощь командирам и политработникам глубже осознать психологическую суть боевой деятельности, ее многогранные связи с личными качествами воинов, пути и условия ее совершенствования, развертывание научно-просветительской, санитарно-гигиенической и профилактической работы в боевых частях.
3. Обеспечение психологической подготовки кадров для тыла и армии и учебно-воспитательного процесса. Поиск путей формирования у воинов высоких морально-политических и боевых качеств, анализ психологических основ воспитания и обучения личного состава.
4. Исследования сенсорных и перцептивных процессов (зрительная, слуховая чувствительность бойцов).
5. Работа в эвакогоспиталях по восстановлению здоровья раненых бойцов (разработка научно обоснованного подхода к восстановлению движений и высших психических функций, нарушенных в результате ранений и контузий).

⁵ Кольцова В.А., Олейник Ю.Н. Психологи в годы ВОВ: подвиг на века. /Знание, понимание, умение. №2/2005г.

6. Обращение внимания к отечественной истории, к славным традициям народов, населяющих нашу страну. Пересмотр отечественного психологического наследства, изучались психологические взгляды Л.Н. Толстого А.М. Горького.
7. Исследования в интересах борьбы с фашистской идеологией.

К числу военно-психологических проблем, которые получили известное освещение на страницах военной печати в годы Великой Отечественной войны, относятся следующие: особенности боевой деятельности воинов, личные качества офицера, личные качества бойца, отбор по военным специальностям, выносливость и борьба с утомлением, страх и паника, боевая и политическая подготовка, специальные методы тренировки отдельных психологических функций бойцов. (см. Приложение Б)

Следуя призыву партии «Все для фронта, все для победы!», советские психологи стремились оказывать всемирную помощь делу обороны страны. Это благодаря их исследованиям, политруками армий был введен час общения, когда после боя с бойцами проводились беседы на тему «Личный счет фашистам». На счету исследовательских центров использование так называемых «слухачей» (людей с потерей зрения) для своевременного предупреждения населения о летящих на города бомбардировщиках. Это их исследования особенностей цветопередачи помогали осуществлять маскировку наиболее ценных исторических объектов в стране. Под руководством научно-исследовательских центров велась агитационно-массовая и пропагандистская работа не только в войсках, но и с населением страны: разрабатывались макеты листовок, уже через два дня после начала свою работу Совинформбюро, к работе были подключены поэты, писатели, карикатуристы и художники.

Таким образом, советская психология решала задачу формирования нравственного эталона поведения человека в условиях боевой деятельности, а так же основ пропагандистской и идеологической работы. Таков далеко не полный круг направлений, характеризующий вклад психологической науки в военные годы. Но и сказанное позволяет утверждать, что годы Великой Отечественной войны советская психология, во взаимодействии с советской пропагандой смогла спасти страну в почти безнадежной ситуации начала войны, помогла выстоять в противостоянии беспощадному и фанатичному врагу.

2 ГЛАВА. Влияние пропаганды на психологию масс в годы Второй мировой войны

2.1. Пропаганда как часть военного искусства

"В современное время основной задачей в войне является не уничтожение, сил противника, как это было, а подрыв морального состояния населения вражеской страны в целом и до такого уровня, чтобы оно заставило свое правительство пойти на мир. Вооруженное столкновение армии - это лишь одно из средств к достижению этой же цели".

П.Г.Уорбертон историк, психолог.

Пропаганда - это составная часть военного искусства. В годы Великой Отечественной Войны развернулось настоящее информационное сражение. Военная пропаганда нацелена на 2 уровня воздействия: воздействие на противника; воздействие на собственное население, донесение целей войны, распространение слухов о зверствах, бесчеловечности захватчиков.

Война – это не просто вооруженное противостояние сторон. Потому стремление повлиять на противника средствами пропаганды, дезинформации, запугивания и т.д. с древнейших времен является неизменным спутником всех войн. Особое значение в противостоянии враждующих сторон является психологическое воздействие на противника, стремление поколебать его веру в правоту защищаемых им идей, веру в будущую победу.

Военная пропаганда – это использование информационных каналов в интересах политической поддержки ведущихся военных действий. Умелая организация работы по воздействию на морально-психологический потенциал противника во время Великой Отечественной войны имела достаточно высокую эффективность. Начав формироваться в качестве средства устрашения, информационно-психологическое воздействие в ходе войны стало неотъемлемой частью военного искусства, которое имело цель оказать деморализующее воздействие, направленное на ослабление психики человека, обострения его чувства самосохранения с целью снижения морально-боевых качеств, а также на формирование положительных установок у противника по отношению к сдаче в плен. Основными формами психологического воздействия в ходе ВОВ явились печатная и радиопропаганда. В меньших масштабах были представлены устная пропаганда и наглядная агитация.

2.2. Особенности немецкой пропаганды и ее влияние на положение дел на фронтах

«Всякая пропаганда, — писал Гитлер, — должна быть доступной для массы; ее уровень должен исходить из меры понимания, свойственный самым отсталым индивидуумам из числа тех, на кого она хочет воздействовать».⁶ В 1933 году в Германии появилось Министерство пропаганды, в нем были собраны лучшие пропагандистские кадры нацистов, было занято 1902 человека, сотрудники были убеждёнными нацистами. Немцы поняли, что пропаганда не менее мощное оружие, чем артиллерия, подводные лодки и авиация.

К моменту вторжения на советскую территорию в немецких войсках было сформировано 19 рот пропаганды и 6 взводов военных корреспондентов СС. В их состав входили военные журналисты, переводчики, персонал по обслуживанию пропагандистских радиоавтомобилей, сотрудники полевых типографий, специалисты по изданию и распространению антисоветской литературы, плакатов, листовок.⁷

Основными целями немецкого пропагандистского воздействия на красноармейцев и командиров РККА, а также гражданское население в прифронтовой полосе являлось:

- устрашение противника; усиление пораженческих настроений;
- создание позитивного представления о плене; подрыв авторитета государственного и военно-политического руководства СССР;
- побуждение к добровольной сдаче в плен и к дезертирству; подрыв авторитета командиров и начальников, неповиновение им;
- усиление недовольства гражданского населения положением в стране;
- побуждение населения к лояльному отношению к военнослужащим вермахта;
- усиление тревоги за судьбу родных.

Немецким войскам предписывалось подчеркивать, что германские вооруженные силы пришли в страну не как враги, а как "освободители", стремящиеся "избавить людей от советской тирании". Самым эффективным средством морально-психологического разложения советских войск войны стали немецкие пропагандистские листовки. Их изготавливали в огромном количестве. Первоначально листовки изготавливались в Германии, но по мере продвижения

⁶ <http://slogpost.ru/2010/08/nemeckie-listovki/>

⁷ Военная пропаганда во время Великой Отечественной. <http://www.otvoyna.ru/statya44.htm>

германских войск в глубь советской территории их производство было налажено непосредственно в войсках, а также на захваченных советских типографиях. Это были краткие призывы переходить на сторону немцев, уничтожать командиров и комиссаров (в некоторых листовках за сдачу комиссара обещали 100 рублей) или просто маленькие книжечки с пропусками для целого подразделения в виде отрывных талонов. Они получили название "Для тебя и твоих друзей".

Были и более сложные материалы, например, фотоколлажи, иллюстрировавшие прелести немецкого плена, какие товары можно купить в немецких магазинах, как устроены немецкие школы и т.п. В отличие от пропагандистских плакатов, адресованных населению оккупированных территорий, "окопные" листовки для распространения в зоне боевых действий, отличались небольшим форматом – размером почтовую открытку. Их было удобнее разбрасывать с самолетов, а диверсантам – переносить на себе за линию фронта.

Особые усилия немецкой пропаганды были сосредоточены на фигуре Иосифа Сталина. В одной из листовок привычная аббревиатура СССР расшифровывалась как "Смерть Сталина Спасет Россию.

Зная, что основную массу красноармейцев составляли выходцы из крестьян – самого обездоленного и обиженного Советской властью сословия, немецкие пропагандисты сделали одним из главных пунктов своей программы обещание ликвидировать колхозы и вернуть крестьянам единоличные хозяйства.

В начале войны пропагандистский натиск немцев приносил результаты: нередко в советских деревнях немцев встречали как освободителей от колхозов, налогов и репрессий. Однако суть "нового аграрного порядка" крестьяне оккупированных территорий поняли довольно быстро. Весь урожай поступал в распоряжение немецких властей. Ничего нового по сравнению с большевистской властью немецкий "новый порядок" крестьянам не дал: те же принудительные общественные работы, изъятие излишков, репрессии, голод и нищета.⁸

В фондах Государственных архивов есть примеры окопных листовок и газет (см. Приложение В) Пропаганда была по живому. Голодным, уставшим от войны людям предлагали немедленный мир и тарелку супа в придачу. В случае сдачи в плен противник обещал достойные, а то и роскошные, условия содержания до конца войны.

⁸ Александров К. Под немцами. Воспоминания, свидетельства, документы. 2011 г.

Активно использовались факты захвата в плен или гибели значимых фигур противника (сына Сталина Якова, сына Хрущёва – Леонида, крупных военачальников), в том числе и с элементами фальсификации материалов (фотоснимков, высказываний и т. п.).

На оккупированных восточных территориях немцы пытались создать ощущение, что жизнь продолжается — работали кинотеатры, выходили газеты, проводились культурные мероприятия. Населению внушалось, что грабительская большевистская власть закончилась, предъявлялись фотомонтажи, на которых германские солдаты позировали якобы в Москве и Ленинграде. Проводилась серьёзная работа по предупреждению поддержки партизанского движения. В пропагандистских материалах партизаны представляли ворами и убийцами, сотрудничество с ними каралось смертью. Отдельного упоминания заслуживают пропагандистские кампании, обеспечивавшие переселение жителей оккупированных районов в Германию. Немцы создавали и показывали специальные фильмы, в которых угоняемым обещали райскую жизнь вдалеке от фронта.

Из лагерей для советских военнопленных с пропагандистскими целями по приказу Гитлера было выпущено около 800 тысяч человек, главным образом выходцев с Западной Украины, из Западной Белоруссии и Прибалтики. По замыслам германского руководства, выпущенные на свободу военнопленные должны были стать проводниками "миролюбивой" политики Третьего рейха.

Таким образом, вся нацистская пропаганда была построена на лживых тезисах, многократно повторенных для промывки мозгов. Немецкое командование применяло негативную (деструктивную) пропаганду, которая навязывает людям те или иные убеждения по принципу «цель оправдывает средства». Их целью было разжигание социальной вражды, эскалация социальных конфликтов, обострение противоречий в обществе, которые позволяют разобщить людей, сделать их послушными воле пропагандиста. Сама война в пропаганде со стороны немцев была справедливой, обусловленной необходимостью решения важной общенациональной задачи - «спасения европейской цивилизации от большевизма».

2.3. Особенности советской пропаганды и ее вклад в победу советского народа в войне с фашизмом

В начале Великой Отечественной Войны советская пропаганда потерпела поражение, потому что была направлена на классовые характеристики и формулировалась в следующих выражениях: "Солдаты, немцы вы такие же крестьяне и рабочие, поэтому ненужно воевать против таких же крестьян и рабочих, возвращайтесь домой". Смысла этих призывов немцы этого не понимали, в их понимании невозможно воевать против Гитлера, обещавшего дать землю, работу.

Но уже на 3-ий день войны советская пропаганда начала изменяться. 22 июня на совещании Сталина, Молотов сказал, что нужно говорить правду о начале войны, что она ужасна, а враг коварен и война будет продолжительной.

24 июня начинает свою работу СОВИНФОРМ БЮРО. По радио передавали сводки с фронта, продвижение советских войск, потери, достижения трудового фронта, зачитывались письма с фронта, письма на фронт.

Уже в начале войны одним из элементов советской пропаганды являлось обращение к глубокой истории, предпринятое психологическими центрами нашей страны (Александр Невский, Кутузов, Суворов), ранее этого не было. Появились новые образы: Родины – матери. Патриотизм стал звучать как любовь к родине на примерах исторических событий древней Руси: битва на Чудском озере, Бородино. Однажды Эзенхауэр (американский государственный и военный деятель, генерал армии (1944), сказал: «Смотрите, русские перевели патриотизм в простую формулу - все для родины матери и все для победы».⁹ Тексты листовок, плакатов периода ВОВ основаны на возвращении темы русского народа и преемственности Древней Руси и советского союза, как единого русского советского народа.

Печать тоже стала главным оружием пропаганды. Был налажен многомиллионный выпуск листовок, разработанных с привлечением художников, специалистов слова, карикатуристов. Главное в них - это краткий яркий текст, рисунок, карикатуры (Кукрыниксы). Во время войны было выпущено 2,5 миллиардов листовок.

Появились новые технологии. Примером одной из технологий является «Личный счет немцам», что подразумевает под собой систему НЛП (нейролингвистического программирования, широко используемого психологами),

⁹ История пропаганды. <http://propagandahistory.ru>

самопрограммирование. Политруки собирали бойцов после боя и спрашивали: «Какой у тебя личный счет к фашистам? Почему?» Это кодирование людей было эффективным, потому, что у каждого бойца был свой счет к немцам: разрушенные жизни, планы на жизнь, потеря родных и близких людей, собственные ранения...

В 1943 году появились первые погоны, ордена Славы, Кутузова, Суворова, их появление и вручение укрепляло боевой дух советских солдат и широко освещалось в прессе.

Так, в ноябре 1942г. штаб 2-й немецкой армии отмечал систематичность, продуманность и целеустремленность работы советской пропаганды на немецких солдат и население. Основной удар направлялся против фюрера и НСДАП с целью оторвать их от народа. Термин "фашист" стал синонимом "нелюдя", человека-оборотня, порожденного темными силами капитализма, нечеловеческим экономическим политическим строем и идеологией фашистской Германии. Фашисты изображались бездушными автоматами, методичными убийцами, эксплуататорами, насильниками, варварами.

В противовес этому облик советских воинов Советская пропаганда рисовала как простых и скромных людей, очень незлобивых в мирное время, настоящих друзей. Эти плакаты были мощнейшим средством информационно-психологического воздействия. Они выполняли две важных функции – информировать и создавать четкий негативный образ врага у населения, а потому способствовали настрою на уничтожение противника и помощь всеми силами своему государству. Одними из самых знаменитых плакатов Великой Отечественной войны были «Окна ТАСС».

Плакаты этой серии состояли из нескольких взаимосвязанных рисунков с соответствующими текстами. Широкую популярность получили периодические серии: «Слава героям Великой Отечественной Войны», «Боевые эпизоды», «Герои и подвиги», и др.

Малой формой плаката явились фронтовые и партизанские листовки. В содержание пропаганды входило изображение превосходства союзных сил, обширность русской территории и несправедливый характер войны со стороны Германии. Радио также использовалось для целей пропаганды. По радио передавались не только фронтовые новости, но и активно создавались героические образы собственной армии и образ ненавистного врага.

Уже с зимы 1942 г., после разгрома фашистов под Москвой, советская контрпропаганда приняла активный наступательный характер. По мере того, как среди красноармейцев стала распространяться информация об истинном положении советских военнопленных в немецком плену, действенность нацистской "пропаганды разложения" значительно поубавилась, а после 1943г., с завершением коренного перелома в войне и массовым отступлением частей германской армии по всему фронту, и вовсе стала ничтожной. Советская пропаганда навсегда перехватила инициативу.

С целью склонения немецких военнослужащих к сдаче в плен в советской пропагандистской войне также получил дальнейшее развитие способ информационно-психологического воздействия на противника – обратный отпуск военнопленных. В случае безысходного положения частей противника и низкого боевого духа его войск использование этого способа было весьма эффективным.

Когда советская армия перешла на территорию Румынии пропаганда стала другой. До 44 года поддерживался настрой, заданный с первых лет войны. С 1944 года цели пропаганды меняются, теперь ориентиром становятся победы Красной армии в 1918 году. Армия становится освободительницей целых народов от ига фашизма. В это время важным становится внимание власти к дальнейшей социализации населения - война вот-вот закончится, а население должно остаться советским. После освобождения советских территорий стали собирать информацию как устную, так и письменную, фотографии о том, как населению жилось при немцах, начали собирать материалы для будущего трибунала против немцев.

Уже в послевоенное время советские агитплакаты военных времен были признаны лучшими в мире по эффективности воздействия на людей. Недаром великого карикатуриста Бориса Ефимова Гитлер назвал своим личным врагом.

На протяжении почти всей войны широко использовались возможности около 4 тысяч фронтовых бригад, в 42 тысячи актёров, многие выступали на фронтах по 300 раз. Под руководством П.М. Садовского 20 февраля 1942 г. в направлении Западного фронта выехала первая бригада. Бригада побывала в шестнадцатой армии Рокоссовского, и дала 45 концертов. В одном из многочисленных отзывов говорилось: «Весь личный состав части очень доволен вашим выступлением. Правда, оно было прервано боевой тревогой и лётчики прямо с концерта под его

впечатлением с улыбкой на устах ушли в воздух на выполнение боевого задания и в успешном выполнении его есть частица вашего труда...».

Концерты и постановки фронтовых бригад не только давали возможность бойцам «перевести дух». Расслабиться в полевых условиях, но и несли большую смысловую нагрузку: пропаганда, демонстрация того, что раз мирная жизнь не за горами. Кроме концертов, некоторые бригады создавали публицистические представления, подчиненные конкретной боевой задаче. Использовались отрывки из сочинений и речей государственных деятелей, сводки Совинформбюро, приказы Верховного главнокомандующего и эпизоды из новых военных пьес. К их работе предъявлялись требования в духе военного времени: мобильность, готовность и способность выступать в непосредственной близости к передовой, играть везде — на палубах военных кораблей, под открытым небом, на аэродромах, в землянках, в блиндажах, на вокзалах, в агитпунктах, в медсанбатах, на лесных полянах, в оврагах.

Пропаганда СССР в годы Второй мировой войны как в пределах страны, так и за границей, была удивительно успешной. За границей Москва смогла сыграть на симпатиях народов мира к советскому строю и народу, так пострадавшему от зверств нацистов. Советские люди были для большинства людей освободителями Европы, победителями «коричневой чумы».

ГЛАВА 3. Современная пропаганда

В XXI веке ни одно государство не в состоянии обеспечить свою безопасность, опираясь только на военную мощь. Вооруженные силы развитых государств имеют в своем составе специальные структуры, отвечающие за информационно-психологическое воздействие на военнослужащих и население противника. Пропганда перешла в фазу информационной войны.

В ФРГ такая структура представлена органами оперативной информации, в Великобритании и Италии — психологических операций, в Китае — пропаганды среди войск и населения противника. Но наиболее мощным аппаратом ведения информационной войны обладают США. Высокую эффективность данной структуры можно объяснить повышенным вниманием руководства страны, современным техническим оснащением, а также богатым опытом, полученным в ходе многочисленных войн и вооруженных конфликтов – в Корее, Вьетнаме, на Балканах, в Афганистане, Ираке, Ливии.

Сегодня неприемлемо очень часто оправдывают гитлеровцев или ставят наших дедов на одну доску. Но это возможно только потому, что по-настоящему историю у нас не учат. На уроках истории на изучение великой отечественной войны отведено всего лишь несколько часов, естественно это ведет к катастрофическому понижению представлений молодого поколения о том, что это была за война.

Во XXI веке информационные войны вышли на качественно новый уровень. Наряду с традиционными методами, представленными печатью, пропагандой, устной агитацией, теле- и радиовещанием, стали активно использовать современные технологии социальных медиасетей (Египет, Ливия, Сирия). Это позволило значительно повысить степень эффективности информационно-психологического воздействия стратегического уровня.

Например, внешняя политика Соединенных Штатов Америки с момента проведения террористических актов 11 сентября 2001 года как две капли воды похожа на агрессивную политику нацистской Германии в 1931-1941 годах. Тогда Германия, устроив провокацию на Германо-польской границе, захватила сначала Западную Польшу, а потом и другие европейские государства вплоть до Франции. США же ведут себя практически идентично: с 11.09.2001 они вторгаются и захватывают Афганистан под предлогом борьбы с терроризмом; потом происходит

вторжение и захват Ирака с целью якобы пресечь разработку оружия массового поражения; далее чуть было не началась вооруженная акция против Ирана, под предлогом того, что Иран якобы ведет разработку своего собственного ядерного оружия.

Все это происходит на фоне обесценивания в молодежной среде результатов Великой Отечественной войны. Вот результаты социологического опроса, проведенного среди обучающихся техникума:

- На вопрос «Должна ли была Советская Армия остановиться на границе и не освобождать от фашизма страны Европы» - 13% ответили, что не должна.
- На вопрос «Как вы относитесь к появлению фашистских настроений в Украине и Прибалтике – 33% ответили, что относятся к этому равнодушно».
- На вопрос «Интересуетесь ли вы событиями, произошедшими в годы ВОВ» - 27% обучающихся дали отрицательный ответ.
- На вопрос «Что вы думаете о новой трактовке событий ВОВ? К примеру, как вы относитесь к утверждению о том, что «Освенцим» освобождала Украина» - 20% обучающихся ответили, что относятся к этому равнодушно.

Анализировать такие ответы можно бесконечно, так цифры довольно ясно показывают, что молодежь уже имеет свои взгляды на события семидесятилетней давности. Причем, налицо вывод, что ВОВ идет до сих пор, только как война информационная.

Подводя итог, можно сделать вывод, что вне зависимости от стороны, на которой принимало участие в войне то или иное государство, почти каждому из этих государств будет выгодно применять политику переосмысления итогов Второй мировой войны в отношении России. Следует напомнить, что государство, занимающее географическое положение Российской Федерации, по определению представляет собой объект пристального захватнического интереса развитых и развивающихся стран. Не даром, Александр III Миротворец говорил: «У России только два союзника: армия и флот».

Сейчас нам нравится это или нет, идет другая война информационная и тоже мировая за память. 70 лет назад наши отцы и деды победили в мировой войне. И мы внуки и правнуки Великой Победы не имеем права проиграть. Тогда в сороковые они защитили наше будущее. Теперь настал наш черед поступать также.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Уроки Второй мировой войны не утратили своей актуальности даже спустя десятилетия после ее окончания, приобрели большую значимость. Тема итогов Второй мировой до сих пор является предметом идеологического, научного и информационно-психологического противостояния в мировой историографии. В этом споре нередко допускаются искажения в оценке событий, а подчас и ложь. Особенно опасным является искажение событий Второй мировой со стороны бывших союзников России, которые эту великую Победу советского народа у нас пытаются отнять.

Пропагандистская и психологическая составляющая в войне тесно взаимосвязаны. Целью любой войны является победа, а достичь ее невозможно без определенного морально-психологического состояния населения страны и армии. Война всегда сопровождается комплексом пропагандистских акций, которые подчеркивают справедливый характер ведения войны своей страной. И в условиях военных лет партия опиралась на психологию общества, на массовые настроения, стремясь оказывать влияние на них. В полной мере это относится к использованию ресурсов советских научно-исследовательских центров и отечественной психологической науки в годы войны.

Война складывается из четырёх основных сфер: вооружённой борьбы, политического, экономического и идеологического противостояния воюющих сторон. Основой идеологической борьбы является пропаганда, которая сыграла свою роль в войне между Германией и Советским Союзом.

Советские научно-исследовательские институты и советская психология решали задачу формирования нравственного эталона поведения человека в условиях боевой деятельности, а так же основ пропагандистской и идеологической работы. Проведенное исследование позволяет утверждать, что годы Великой Отечественной войны советская психология, во взаимодействии с советской пропагандой смогла спасти страну в почти безнадежной ситуации начала войны, помогла выстоять в противостоянии беспощадному и фанатичному врагу.

Особенность немецкой пропаганды состояла в том, что командование применяло негативную (деструктивную) пропаганду, навязывавшую людям те или иные убеждения по принципу «цель оправдывает средства». Ее целью было

разжигание социальной вражды, эскалация социальных конфликтов, обострение противоречий в обществе, которые позволяют разобщить людей, сделать их послушными воле пропагандиста. Сама война в пропаганде, по мнению немцев, была справедливой, обусловленной необходимостью решения важной общенациональной задачи - «спасения европейской цивилизации от большевизма».

Пропаганда СССР в годы Второй мировой войны как в пределах страны, так и за границей, была удивительно успешной. За границей Москва смогла сыграть на симпатиях народов мира к советскому строю и народу, так пострадавшему от зверств нацистов. Советские люди были для большинства людей освободителями Европы, победителями «коричневой чумы».

Вторая мировая война кардинально изменила образ современного мира. Старая концепция пропаганды переродилась в нечто новое. Многие приемы воздействия на массовую аудиторию получили широкое распространение и в наше время.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барабанщиков А.В. Советская психология в годы Великой Отечественной войны. //Вопросы психологии №2, 1985г.
2. Болдина М.В. Дорогами фронтовых агитбригад. <http://www.openclass.ru/node/119577>
3. Власть и общество в годы Великой Отечественной войны http://histerl.ru/kurs_sssp/podrobno/vlasti_obshestvo_v_godi_voini.htm
4. Военная пропаганда во время Великой Отечественной. <http://www.otvoyna.ru/statya44.htm>
5. История пропаганды. <http://propagandahistory.ru>
6. Кольцова В.А., Олейник Ю.Н. Психологи в годы ВОВ: подвиг на века./Знание, понимание, умение. №2/2005г.
7. Кому выгоден пересмотр итогов ВОВ. <http://rassvet-info.ru/events/rossiya/komu-vygoden-peresmotr-itogov-vov.html>.
8. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Мн.: Харвест, 1999. С. 281
9. Ленин В.И. Полн. собр. соч., т. 39, с. 320.
10. Международный кризис 1939 года. М. МИМО МИД России, «Аспект Пресс», 2009.
11. Немецкие листовки. <http://slogpost.ru/2010/08/nemeckie-listovki/>
12. Александров К. Под немцами. Воспоминания, свидетельства, документы. 2011г.
13. Самосват Д., Куршев А. Уроки Второй мировой войны и основные направления её фальсификации. <http://voenn.info/docs/ogp/ogp-kl/2011/2011-06-3.html>.
14. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны. <http://topwar.ru/7640-sovetskaya-propaganda-v-gody-velikoy-otechestvennoy-voyny.html>.
15. Тегеран-Ялта-Потсдам. Сборник документов. 3-е издание М.: «Международные отношения», 1971. - С.386
16. Фальсификация истории Великой Отечественной войны. <http://www.yburlan.ru/biblioteka/falsifikacija-istorii-velikoj-otechestvennoj-vojny>.

Бланк анкеты для социологического опроса
«Отношение к пересмотру итогов войны»

1. В каком году началась ВОВ?
2. Интересуетесь ли Вы событиями, произошедшими в годы ВОВ?
3. Каковы источники ваших знаний о событиях военных лет?
 - А) воспоминания родных
 - Б) встреча с ветеранами Великой Отечественной войны
 - В) просмотр документальных фильмов о войне
 - Г) просмотр кинофильмов о войне
 - Д) чтение художественной литературы
 - Е) школьные уроки истории, обществознания и т.п.
4. За что, по Вашему мнению, сражались советские люди в годы ВОВ?
5. Какие чувства преобладают у Вас при размышлении о ВОВ?
6. Укажите имена людей, которые, по Вашему мнению, повлияли на ход событий в войне.
7. Достаточно ли, по Вашему мнению, в нашей стране проводится мероприятий посвященных ВОВ?
8. Должна ли была Советская Армия остановиться на границе и не освобождать от фашизма страны Европы?
9. Как вы относитесь к появлению фашистских настроений в Украине и Прибалтике?
10. Что вы думаете о новой трактовке многих событий Великой Отечественной? К примеру, как вы относитесь к утверждению о том, что «Освенцим» освобождала Украина?
11. Считаете ли Вы себя патриотом своей страны?

Перечень работ психологов, изданных в годы войны.

- «Психологические основы боевой деятельности» (З.И. Ходжава)
- «Психологическая сущность героического поступка и типология героев» (Д.И. Рамишвили)
- «Воля как фактор боевой деятельности» (Р.Г. Натадзе)
- «Роль эмоций в боевой деятельности» (Н.А. Коновалов)
- «Ум и воля военачальника» (Б.М. Теплов)
- «Воспитание моральных качеств» (К.Н. Корнилов)
- «Воля и характер бойца» (Н.Д. Левитов)
- «Смелость и ее воспитание» (М.М. Рубинштейн)
- «Воспитание смелости и мужества» (М.П. Феофанова)
- «О мужестве и путях его воспитания» (С.Х. Чавдаров)
- «Психология дисциплины бойца» (Л.Н. Москава)
- «Проблема формирования сложных навыков у летчиков» (Е.В. Гурьянов)
- «Психология обучения радиотелеграфистов» (Е.А. Ракша)
- «Методы борьбы с ослеплением глаз светом прожекторов, методы ускорения темновой адаптации, сенсбилизации слуха и зрения, уточнения глазомерной оценки расстояния, методы тренировки различения быстро движущихся объектов, методы звукомаскировки, приемы повышения эффективности наблюдения, проводимого с помощью оптических приборов» (труды Института психологии под руководством К.Х. Кекчеева)
- «Бунт звериного инстинкта против человеческого разума» (Б.М. Теплов)
- «Психологическое обоснование методов допроса пленных» (Ф.Н. Шемякин)
- «Приемы пропаганды» (Г.А. Корман)
- «Проблемы ускорения и рационализации изобретательской работы в условиях Великой Отечественной войны» (С.М. Василейский)
- "Воспитание бесстрашия и презрения к смерти" (Сетковский)
- "Воспитание храбрости по Суворову " (К.А. Шерышев)
- "Воспитание героизма" (З.В. Столица)
- «Дети и Отечественная война» (М.Н. Волокитина, Н.Д. Левитов, Н.А. Менчинская, М.В. Нечаева, М.М. Рубинштейн)
- Разработаны рекомендации по психологическим основам цветомаскировки (Б. Ананьев) о цветомаскировке ряда зданий Ленинграда с целью их сохранения при массированных артобстрелах города.

Немецкая пропаганда

Жители Ленинграда!

Слушайте нас, пока не поздно. Ваши управилы призывают вас на защиту Ленинграда. Если вы последуете этому приказу, вы обречете сами себя на верную гибель.

Германцы за эту войну заняли столицы многих государств. Все большие города, население которых отказалось от бессмысленной защиты, остались целыми, их жителям не было причинено никакого вреда.

Например Париж:
Эта фотография изображает столицу Франции после передачи города немецким властям.

Города же, жители которых, слушаясь преступных советов, решились на укрепление домов и на военную оборону, были уничтожены ураганом германских бомб и снарядов.

Например Варшава:
Эта фотография показывает столицу Польши после бомбардировки.

Жители Ленинграда, хотели бы вы погибнуть под развалинами вашего города? Нет! Вам хочется жить. Поэтому не содействуйте сопротивлению и требуйте мирную передачу Ленинграда германским властям.

Германцы не являются врагами народов СССР. Не верьте наглая лжи, которой вас запугивают ваши комиссары. Германцы - народ культурный и уважают мирное население.

Долой войну!

ПОЛИТРУК ЛЖЕТ

В германском плену Вас не мучают и не убивают, а обращаются с Вами хорошо. КРАСНОАРМЕЙЦЫ ПЕРЕХОДИТЕ К НАМ!

Ты знаешь, что Тебе под покровительством немцев жилось гораздо лучше, чем Тебе придется теперь в РККА!

Не бойся, что Ты еще не обмундирован, а уже имеешь оружие в руках!
Не бойся, мы Тебя не тронем!
Воспользуйся пропуском и переходи к нам!
У нас Тебе обеспечено культурное обращение и хорошие условия жизни.
Ты сможешь остаться на родине, если Ты не предпочтешь, по собственному желанию, стать на работу в другом месте.
Ты наверняка останешься в живых под германским покровительством.

Этот пропуск действителен для всех бойцов и не обмундированных красноармейцев!

Ваша жизнь в плену немцев



Эта фотография изображает Ваших товарищей перешедших к нам

полный	полный
ВОИНСКИЙ	ВОИНСКИЙ
ДЕТСКИЙ	ДЕТСКИЙ
ТАЛОН ЗА СКОРОСТЬ	ТАЛОН ЗА СКОРОСТЬ
ВЫХОД из лагеря	ВЫХОД из лагеря
От ст. М.Б.С. № 1	От ст. М.Б.С. № 1
М.С. А № 018311	М.С. А № 018311

Путевка к СВОБОДЕ

ПЕРЕХОДИТЕ К НАМ! ВАС НАКОРМИТ! ВЫ ВЕРНЕТЕСЬ К СВОЕЙ СЕМЬЕ!

Мы едем в Германию РАБОТАТЬ

За мир и лучшее будущее.

С приобретенными знаниями, вернувшись на родину, ты всегда найдешь хорошее место

Красные партизаны несут вам смерть.

ВАШИМ ДОМАМ И ВАШЕЙ СТРАНЕ РАЗОРИЕНИЕ

БОРЯСЬ И РАБОТАЯ ВМЕСТЕ С ГЕРМАНИЕЙ,

ТЫ И СЕБЕ СОЗДАЕШЬ СЧАСТЛИВОЕ БУДУЩЕЕ

ГИТЛЕР

ОСВОБОДИТЕЛЬ от сталинского колхозного ярма!

Значит — Гитлер друг крестьянина!

Чего же ждать?

ПОЙДУ К ГИТЛЕРУ!

Эта фотография изображает бойцов Красной армии, которые переходят к немцам.

МИР!

Боец Красной армии. Переходи и ты к германским войскам, и твои товарищи спасутся. Тогда и для тебя война будет окончена!

Тексты немецких листовок и газет, хранящихся в государственных архивах страны.

«Мы знаем, что ты насильно призван! Мы знаем, что ты недостаточно обучен! Мы знаем, что ты не обмундирован! Мы знаем, что тебя плохо кормят! Ты знаешь, что у нас ты будешь жить беззаботно, у нас будешь иметь работу и хлеб, у нас ты не будешь репрессирован, у нас по воскресеньям ты будешь свободен и сможешь побывать в церкви! Ты знаешь, что тебе под покровительством немцев жилось гораздо лучше, чем тебе живется теперь в Красной армии!» «Не бойся, что ты еще не обмундирован, но уже имеешь оружие в руках! Не бойся, мы тебя не тронем! Воспользуйся пропуском и переходи к нам! У нас тебе обеспечено культурное обращение и хорошие условия жизни! Ты сможешь остаться на Родине, если ты не предпочтешь по собственному желанию, стать на работу в другом месте. Ты, наверно, останешься в живых под Германским покровительством!»

Также в архивах сохранились окопные немецкие газеты, состоящих из фотоиллюстраций и коротеньких предложений, которые повествуют, как славно живется советским солдатам в немецком плену: «Ваша работа – легка и полезна! В свободное время – музыка! В Германии неограниченные запасы продовольствия, поэтому никто из перешедших к германским войскам не будет голодать! И командному составу хорошо живется в плену! Даже сын Сталина, старший лейтенант Яков Джугашвили, бросил это бессмысленное сопротивление! Боец Красной армии! Переходи и ты к Германским войскам, как твои товарищи здесь! Тогда и для тебя война будет окончена!»

Советская пропаганда

