

ЭВОЛЮЦИЯ СОВЕТСКОЙ АГИТАЦИИ В ПЕРЕЛОМНЫЙ ПЕРИОД ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ 1942-1943 гг.*

Аннотация. Данная статья посвящена проблемам советской пропаганды в переломный период войны. Основной целью исследования является выяснение методов трансформации агитационного внушения из прямого в косвенное – наилучшее для восприятия. Основное внимание уделено способам оперативного пропагандистского воздействия и результатам решения проблем.

Ключевые слова: внутренние противоречия, агитационное воздействие, кризис политического сознания, ПуРККА, Приказ № 227, сглаживание национальных противоречий, наступательная концепция.

Наглядная агитация – зеркало состояния армии, демонстрирующее все внутренние противоречия и конфликты массового сознания бойцов, а также цели и задачи той или иной стороны.

В ходе военных событий конца 1941 – начала 1942 гг. на фронте установилось относительное равновесие сторон. Подобная же ситуация сложилась и в пропаганде. Успехи немцев показывали, что враг по-прежнему силен. Успешное советское контрнаступление под Москвой и ряд локальных успехов позволяли утверждать – враг не столь силен, сколь ему хочется таковым казаться.

Массовый кризис политического сознания, пришедшийся на лето – осень 1941 г. и нанесший серьезный урон оценке боеспособности армии, ее боевому составу, заставил ПуРККА полностью начать пересматривать ранее существовавшие пропагандистские установки. О том, что агитация начального этапа войны была неудачной, косвенно говорит следующий факт – планы ПуРККА за 1941 г. до сих пор не рассекречены, хотя последующие материалы находятся в свободном доступе. Это позволяет сделать вывод о наличии в них компрометирующих Красную Армию материалов. Другим подтверждением этого являются попытки приграничных частей развивать наступление на численно превосходящего противника в первые дни войны, а не удерживать оборону. В. Неvejeин объясняет это воспитанием красноармейцев исключительно в наступательном духе, т.е. сам вопрос возможности отступления Красной Армии агитаторами даже не обсуждался.

Похожая ситуация уже складывалась в советской агитационно-пропагандистской работе предвоенного периода. Так, в своем докладе –

анализе итогов Финской кампании на пленарном заседании 10 мая 1940 г. начальник ПуРККА Л.З. Мелхис был вынужден констатировать, что армия нуждается в модернизации. Линия Маннергейма была названа первоклассным оборонительным сооружением, были признаны недостатки управления, недостаточно разъясненная перед бойцами задача, а армия только после зимней кампании стала современной – это была первая ласточка в процессе переосмысления оценки Вооруженных сил. Кардинальная же переоценка сил и ресурсов, инструментов мобилизации и внушения произошла в ходе отступления Красной Армии летом – осенью 1941 г. В этот период советские агитационно-пропагандистские органы смогли выработать и успешно применить на практике следующие установки: «Отстоим родную столицу!», «Зарвавшийся Гитлер получит то же, что и Наполеон!». Тогда народ и партия в едином рывке тяжелейшим напряжением спасали страну и нацию; каждый понимал и осознавал необходимость самопожертвования.

Беда от Москвы отошла. Опять начали сказываться старые нерешенные проблемы в агитации, лучшей иллюстрацией которых являются архивные документы, которые демонстрируют наличие острых противоречий между пропагандистскими установками и действительностью в Красной Армии.

Документы начала 1942 г. прекрасно показывают, что в это время происходит очередная переоценка значимости пропагандистской работы, появляется потребность в мобилизации грамотных агитаторов из числа бойцов, приходит изменение агитационной направленности. Лучшей иллюстрацией подобного состояния дел является выписка из приказа начальника главного политического управления Красной Армии А.С. Щербакова, в которой присутствовали следующие положения:

«2. Об использовании освободившихся политработников отделов и отделений по работе среди частей Красной Армии и партизанских отрядов, действующих в тылу противника военным советам предоставить свои соображения в Политуправление фронта для представления в ГлавПУРККА.

3. На должность агитаторов подобрать лучших политработников, обладающих даром слова, могущих выступать перед красноармейцами, любящих и знающих агитационную работу.

Начальникам политотделов армии доло-

* © Мошев А.В.

жить исполнение к 1 сентября 1942 года» [1].

Как видно из приказа, теперь подход к комплектованию частей агитаторами осуществлялся исходя, прежде всего, из профессиональных возможностей политработников, а не как ранее, из их количества и массовости. Происходит качественная переоценка знаний и навыков пропагандистов низового звена (помощников политруков). Теперь кандидат на эту должность должен был не только быть безупречен как красноармеец, но и разбираться в политической обстановке. В этом небольшом приказе ярко отражено отношение к агитации, понимание ее важности руководством, ответственность за ее качество.

Своеобразным зеркалом эпохи является целый ряд документов, уточняющих и разъясняющих местным армейским и агитационным органам основные положения и принципы знаменитого приказа № 227, более известного как «Ни шагу назад!». Таким документом является, например, приказ от 30\20 августа 1942 г. за номером 001459. Проанализируем ряд его положений.

«Некоторые начальники, командиры и военкомы соединений и частей не поняли существа приказа товарища СТАЛИНА. Не поняли, что у нас «не хватает порядка и дисциплины в ротах, батальонах, полках, дивизиях, в танковых частях, в авиаэскадрильях. В этом теперь наш главный недостаток. Мы должны установить в нашей армии строжайший порядок и железную дисциплину, если мы хотим спасти положение и отстоять нашу Родину»/ Приказ НКО № 227/.

Политотделы ряда армий и соединений всю работу по доведению и разъяснению приказа товарища СТАЛИНА № 227 свели к очередной кампании, не организовали конкретных организационных мероприятий по выполнению приказа...

...Боевая служба патрулей, секрета и боевого охранения поставлена неудовлетворительно, в результате – имел место ряд случаев проникновения вражеских разведчиков в расположение нашей обороны. Боевая подготовка проводится на низком уровне, многие пулеметчики не знают материальной части своего оружия, большое количество красноармейцев в совершенстве не владеет винтовкой и плохо ухаживают за своим оружием. Эти факты показывают, что командиры и политработники еще не отрешились от беспечности и благодушия, не сделали для себя всех выводов из приказа товарища СТАЛИНА.

Количество чрезвычайных происшествий, аморальных явлений и других нарушений воинской дисциплины в первой половине августа месяца в частях 10, 33 и 43 армий не уменьшилось. Происходит это потому, что в частях многие военнослужащие не проявляют необходимой бдительности, командиры и политра-

ботники очень плохо изучили личный состав и особенно – новое пополнение. Крайне слабо проводят среди красноармейцев и младших командиров партийно-политическую работу и не умеют сочетать методы убеждения с методами принуждения...

В 1-й заградительный отряд 5 армии были зачислены 53 чел. бойцов и младших командиров, которые по состоянию здоровья, боевым и политическим качествам, не отвечают требованиям и неспособны выполнять приказ НКО №227...

2. Всех красноармейцев и младших командиров, направленных в штрафные роты за различные проступки, но не провинившихся в нарушении дисциплины, по трусости или неустойчивости, как это указано в приказе № 227, – НЕМЕДЛЕННО из штрафных рот откомандировать в соответствующие части...

Покончить с благодушием и либеральным отношением к трусам, паникерам и пораженцам, полностью использовать против них требования приказа НКО №227» [2].

Документ за подписями командующего войсками зафронта генерал-полковника И.С. Конева и члена военного совета западного фронта Н.А. Булганина позволяет говорить о кризисе духа и политической неопределенности солдатских масс. Неграмотное объяснение политической ситуации агитаторами позволило вкратце в сознание бойцов сомнениям о необходимости дальнейшей борьбы. То, что названо в тексте документа «благодушием», – не что иное, как неопределенность в необходимости борьбы, непонимание роли и значения Сталинградской битвы.

Приказ № 227 «Ни шагу назад!» является идеальным образцом грамотной агитационной установки, вся агиткампания лета-осени 1942 г. построена на нем. И все же даже в реализации этой важнейшей агитационной установки было допущено множество ошибок.

«Политуправление Воронежского фронта издало и распространило листовку «Ни шагу назад», обращенную к бойцам фронта. Эта листовка по содержанию представляет собой образец безграмотности, неряшливости, пестрит грубейшими ошибками и опечатками. Выпуск в свет безграмотной и вредной листовки можно объяснить только тем, что Политуправление фронта формально бюрократически отнеслось к изданию политических листовок для бойцов...

Обращаю внимание начальников политотделов на то, что факты формально-бюрократического отношения к изданию листовок имеют место в отдельных армиях нашего фронта. В 20 армии изданы две безграмотные, полные бахвальства и неточностей листовки» (Последняя строка редактирована вручную, далее текст зачеркнут. Приведены конк-

ретенные цитаты из листовок, но их сочли не нужным доводить до сведения политсостава...» [3].

Листовки выполнены на низкопробной бумаге, отталкивающих розовых или желтых цветов и, как описано выше, действительно имеют неадекватные данные о состоянии врага, значительно занижена оценка немецкой армии. Например, враг назван «раненым зверем», и листовка призывает добить его в период немецкого наступления под Сталинградом. Подобная заниженная оценка противника приводит к неправильному пониманию происходящих событий и, в свою очередь, ведет к лишним жертвам среди объектов агитации.

Конкретные меры по улучшению адекватности пропаганды предложены в документе № 01754 от 15.10.42. Начальник политуправления запфронта, бригадный комиссар В. Макаров, критично относясь к ранее проделанной работе, дает ценнейшие инструкции по осуществлению улучшения пропаганды среди войск противника:

«...Издаваемые листовки зачастую шаблонны и однообразны по содержанию, внешне плохо оформлены. Иногда листовки задерживаются в печати, в результате чего отстают от событий и теряют свое оперативное значение. Мало еще издается листовок построенных на противоречиях в германской армии...» [4]

Что же конкретно предлагает Макаров?

«Предлагаю:

1. Начальникам политотделов армий усилить конкретное руководство и контроль за выполнением директивы ГлавПУРККА о недостатках в пропаганде среди войск противника, не отдавая эту работу на откуп начальникам 7-х отделений.

2. Всем отделениям изучать противника всесторонне. От военнопленных на допросах получать действительно необходимые сведения о противнике, в оперативной пропаганде и для правильных выводов о политико-моральном состоянии и боеспособности, которые могли бы быть использованы.

...Обратить особое внимание на улучшение качества печатной и устной оперативной пропаганды, на тщательную отработку текста листовок. Издавать больше листовок, построенных на противоречиях в германской армии...

4. Так как трофейные документы представляют огромную ценность для изучения противника, начальникам политотделов армий и дивизий принять меры к своевременному и полному сбору всех немецких документов...

7. Обратить серьезное внимание на содержание наглядной агитации. Беспредметные шаржи и карикатуры заменить убедительными плакатами, рисующими силу Красной Армии и антигитлеровской коалиции, неизбежную гибель немецких солдат, цифры потерь, ужасы русской

зимы, тяжелое положение солдатских семей. В наглядной агитации шире использовать местный оперативный материал» [5].

Для сглаживания национальных противоречий и лучшего восприятия агитации бойцами нерусской национальности тот же Марков на основании документа № 0023\п «О состоянии воспитательной работы с красноармейцами и младшими командирами нерусской национальности» предлагает:

«2/ Смелее и решительнее выдвигать из числа бойцов и младших командиров нерусской национальности на агитаторов низовых подразделений. Выдвигать надо людей безусловно надежных, проверенных в бою и знающих русский язык. На этот актив и следует опираться в политико-воспитательной работе. Повседневную работу с самим активом, проводить совещания, инструктировать в индивидуальном порядке, держать с ними постоянную связь, вовремя оказывать нужную помощь...

4/ Обратить особое внимание на создание в каждом подразделении атмосферы братского и боевого содружества между бойцами различных национальностей. Решительно пресекать самые малейшие проявления национальной розни и недоверия. Повседневную разъяснять, что русские, украинцы, казахи, узбеки и другие – все равноправные бойцы Красной Армии и решают единую, общую, великую задачу, защищают свою социалистическую родину – Советский Союз, свою национальную независимость. Воспитывать русских бойцов и командиров в духе уважения к бытовому укладу, привычкам и навыкам той или иной национальности, не допуская никаких насмешек и, тем более, оскорблений на этой почве...

6/ Всеми средствами устной и печатной агитации популяризировать бойцов нерусской национальности, отличившихся в борьбе с немецкими захватчиками...» [6].

Насколько удачны оказались данные меры? Исходя из планов ПуРККА и судя по Плану «Работа отдела агитации политуправления запфронта» с 1 по 15.1.1943 г. в пункте «Работа групп лекторов и агитаторов» предусмотрено не только продолжение ранее поднятых тем, таких, как «Национальное единство советского народа», но и важнейшая установка – мы можем и должны очистить советскую землю от гитлеровской нечисти, т.е. приходит убеждение в наступательной концепции, в борьбе до победного конца. Используя положительные итоги Сталинградской победы, агитаторы подводят солдат к мысли о неизбежном поражении немецкой армии. Но, с другой стороны, решение подобных проблем на втором-третьем году войны говорит и о наличии недостатков в общей, базовой агитационной установке начала войны. Так

как планы ПуРККА на 1941 г. засекречены, остается только предполагать, что абстрактная идея борьбы с фашизмом как мировым злом не полностью реализовала себя. Требовались очень значительные доработки. Прежде всего, необходимое качественное обоснование борьбы с немецким оккупационным режимом, предлагавшим различные материальные блага добровольно перешедшим на его сторону. Документы 1942-1943 гг. позволяют нам говорить об огромной агитационной работе, проделанной советскими пропагандистами. Основными положениями которой стали не только выявление и раскрытие человеконенавистнической сути фашизма, но и доведение этой идеи до логического конца – его уничтожения. Выявление недостатков, оперативные реакции на возникающие проблемы частного характера – все это в комплексе позволило к середине 1942 г. зародиться, а к началу 1943 г. – окончательно оформиться лозунгу «Дойдем до Берлина!».

В отличие от пропаганды в немецкой армии, моральное состояние бойцов Красной Армии во многом напрямую зависело от успехов на фронте. Оценивая моральное состояние противника, мы не будем брать в расчет зверства немецких солдат при отступлении – они продиктованы идеями нацизма. Подобные вещи на территории Германии были редкостью. Речь идет о преступлениях солдат на своих собственных территориях, с гражданами собственной страны. Большая часть правонарушений, исходя из документов, приходится на осень 1942 г., т.е. периода отступления и неопределенности в ходе Сталинградской битвы.

Читаем в приказе №1881 от 20.11.42:

«Проверкой, проведенной работниками Политуправления фронта, установлено, что в последнее время в частях и соединениях Вашей армии резко возросло количество чрезвычайных происшествий. Только в 330 сд с 1 по 25 октября 1942 года имело место 25 чрезвычайных происшествий. Из них: 12 – переходов на сторону врага и 3 – дезертирства. Такое же положение и в частях 323 сд.

...Длительное пребывание частей армии в обороне и отсутствие активных боевых действий создали атмосферу благодушия, самоуспокоения и беспечности...

Агитационно-пропагандистская работа оторвана от боевых задач частей и подразделений, от жизни и запросов бойцов...» [7].

Далее следует перечень преступлений и инструкции по их предотвращению. Из текста документа следует, что агитация в дивизии отставала от текущих событий, не объясняла бойцам положения и нужд фронта, не показывала необходимость беспощадной борьбы до победного конца. Отсутствие четко поставленной цели и привело к описываемым событиям. Но при этом не стоит за-

бывать о критическом положении на фронте, приведшем к указанным нарушениям.

В начале 1943 г. ПуРККА всерьез пересмотрело состав пропагандистских радиопередач. Теперь обязательными являлись передачи для нерусских бойцов, в которые входили вести из республик, выступление бойцов и командиров на родном языке, прослушивание национальных песен. Для немцев предполагались политические программы с обзором международного положения Германии и выступления пленных. Данный тезис, выведенный из анализа плана работы звуковещательной и звукозаписывающих станций Политуправления Западного фронта, позволяет утверждать, что проблема понимания противника по-прежнему не решена. Сам факт решения на втором-третьем годах войны таких проблем, как национальная терпимость и необходимость войны до победного конца говорит, что меры были проведены по модернизации пропаганды весьма эффективно, но с опозданием.

Реальную же силу воздействия на неприятеля советская пропаганда обрела только в конце 1943 – начале 1944 гг., когда стремительное наступление Красной Армии и политический крах гитлеровского режима стали теми двумя факторами, вынуждавшими немцев прислушиваться к агитации противника. Что же касается успешности воздействия советской пропаганды на собственную армию, то о ее качестве лучше всего говорят грамотно проведенная модернизация 1942 г. и последовавшие за этим победы 1943-1945 гг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Центральный архив Министерства обороны (далее ЦАМО). Ф. 208. Оп. 2526. Д 105. Л. 4 об.
2. ЦАМО. Ф. 208. Оп. 2526. Д 105. Л. 7-9 об.
3. ЦАМО. Ф. 208. Оп. 2526. Д 105. Л. 11 об.
4. ЦАМО. Ф. 208. Оп. 2526. Д 105. Л. 27 об.
5. ЦАМО. Ф. 208. Оп. 2526. Д 105. Л. 27-28 об.
6. ЦАМО. Ф. 208. Оп. 2526. Д 105. Л. 29 -30 об.
7. ЦАМО. Ф. 208. Оп. 2526. Д 105. Л. 35 об.

A. Moshev

THE EVOLUTION OF SOVIET PROPAGANDA DURING THE CRITICAL PERIOD OF WORLD WAR THE SECOND 1942-1943

Abstract. Article contains problems of soviet propaganda during the great step of World War the second. The main aim of quest is methods of transformation of propaganda suggestion from direct in indirect - more understandable. The basic attention is given ways of operative propaganda influence, and results of the decision of problems.

Key words: Internal contradictions, propaganda influence, crisis of political consciousness, PuРККА, the Order №227, smoothing of national contradictions, the offensive concept.