

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»

На правах рукописи

Аринов Алемжан Галымжанович

**СОВЕТСКАЯ ВОЕННАЯ ПЕЧАТЬ В МАРТЕ 1944 – МАЕ 1945 г.:
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И ПРОПАГАНДИСТСКИЕ АСПЕКТЫ**

РЕЗЮМЕ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата исторических наук

Научный руководитель:
доктор исторических наук, профессор,
Будницкий Олег Витальевич

Москва 2022

Работа выполнена в Аспирантской школе по историческим наукам Школы исторических наук Факультета гуманитарных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Научный руководитель: **Будницкий Олег Витальевич**

доктор исторических наук, профессор

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Пропаганда играла в советском обществе значительную роль. В Советском Союзе пропагандистская деятельность стала приоритетным направлением государственной политики. Так, страну советов при В. И. Ленине и И. В. Сталине исследователи часто называют первым в мире пропагандистским государством («propaganda state»), ключевыми характеристиками которого выступают идеология, пропаганда и массовая индоктринация¹. Пропаганда же была призвана контролировать мышление и действия тех групп советского населения, к которым она была обращена, т.е. фактически всех². Одним из главных инструментов идеологического контроля являлась периодическая печать. Феномен советской газеты формировался вместе с развитием административно-командной системы. Массовая пропаганда осуществлялась через миллионные тиражи партийных, комсомольских и других изданий³.

¹ О государственной пропаганде см.: *Kenez P. The Birth of Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization, 1917–1929. Cambridge, 1985; Brandenberger D. Propaganda State in Crisis: Soviet Ideology, Indoctrination, and Terror under Stalin, 1927–1941. New Haven; London, 2011.*

² *Berkhoff K.C. Motherland in Danger: Soviet Propaganda during World War II. Cambridge, London, 2012.*

³ *Лысакова И. Воздействие русского газетного текста на менталитет личности // Russian Language Journal. 1995. Vol. 49. No. 162/164. P. 287.*

Военная периодическая печать является одним из аспектов советской пропагандистской «машины» и отражает как общие вызовы, стоявшие перед пропагандой, так и проблемы советского общества, по крайней мере тех миллионов людей, который побывали за границей в период войны. Особое значение военная периодическая печать приобрела в годы войны, когда она должна была мотивировать миллионы советских солдат на борьбу по защите собственной страны, а затем на не менее кровопролитные сражения за освобождение стран Европы. Начиная с 2000–х гг., активно ведутся дискуссии о взаимодействии Красной армии с гражданским населением как в освобожденных от немецкой оккупации странах, так в Германии и союзных с нею государствах⁴. Как функционировала советская военная печать в этот период и как отразилась в ней проблематика освободительного похода Красной армии в Европу? В данном контексте советская военная печать еще не становилась предметом специального исследования.

Изучение истории военной печати, в частности, в период европейской кампании Красной армии с марта 1944 г. по май 1945 гг., позволяет понять, как функционировала советская пропаганда в этот период, какие цели она преследовала; как она объясняла более высокий уровень жизни за границей в сравнении с советскими реалиями, особенно в свете того, что в предвоенный период печатная пропаганда провозглашала СССР передовой во всех отношениях страной; каким образом она пыталась воздействовать на советских военнослужащих. Изучение советской военной печати позволит дать ответы на эти вопросы.

Новые источники, прежде всего недавно рассекреченные архивные материалы, позволяют комплексно исследовать организационные основы советской военной печати (механизмы управления, цензуру, тиражную политику, структуру редакций, подготовку и деятельность военных

⁴ Катализатором дискуссий послужила работа *Beevor A. The Fall of Berlin, 1945. New York, 2002*; Работа переведена на русский язык: *Бивор Э. Падение Берлина. 1945. М., 2004.*

журналистов), контент и пропагандистские практики военных газет, а также отношение красноармейцев к печатной пропаганде в период боевых действий в Европе. Это определяет новизну и актуальность диссертационной работы.

Степень научной разработанности темы

Исследовательскую литературу по рассматриваемой в диссертации проблеме можно разделить на несколько групп. **Одну** из них составляют исследования советских историков, посвященные истории советской периодической печати и опубликованные в период с 1940–х по 1980–е годы⁵. Важным моментом на этом этапе стало появление в 1981 г. монографии Николая Горохова и Николая Попова, в которой подробно и обстоятельно изучались вопросы функционирования военной печати⁶. Работа была основана на архивных документах и материалах газет. Авторы рассматривают деятельность ГлавПУРККА (Главное политическое управление Рабоче-крестьянской Красной армии) и ГлавПУВМФ (Главное политическое управление Военно-морского флота), политических органов фронтов и флотов по руководству военной печатью, анализируют структуру и состав редакций войсковых и флотских газет, тиражи и подготовку журналистских кадров. В то же время историки не могли уделить внимание таким вопросам, как цензура, или попытаться представить объективные оценки действенности печатной пропаганды.

⁵ Жуков С.И. Фронтная печать в период завершающих побед Советской армии в Великой Отечественной войне Советского Союза (1944–1945 гг.). М., 1963; Айнутдинов А.К. Татарская фронтная печать (1942–1945 гг.). Казань, 1971; Шапошников Н.М. Деятельность фронтной печати по повышению уровня работы армейских партийных организаций на заключительном этапе Великой Отечественной войны (по материалам печати 1–го Украинского и 1–го Белорусского фронтов, октябрь 1944 – май 1945 года). М., 1972; Попов Н.П. Советская военная печать в годы Великой Отечественной войны (опыт фронтных и армейских газет 1941–1945 гг.). М., 1972; Ревуцкий М.И. Фронтная печать сибирских дивизий в битве за Ленинград (декабрь 1941 г. – август 1944 г.). Томск, 1973; Перегонцева Г.И. Роль фронтной печати в работе партии по организации разгрома немецко-фашистских войск под Курском (на опыте работы фронтных и армейских газет). М., 1974.

⁶ Попов Н.П., Горохов Н.А. Советская военная печать в годы Великой Отечественной войны. М., 1981.

В **другую** группу включены исследования по истории военной печати, выпущенные после 1991 года⁷. В частности, на современном этапе историки военной печати обратились к проблеме организационного устройства печати в отдельных регионах, в том числе показав ее деятельность на примере Карельского фронта⁸. Тем не менее, все еще отсутствует комплексное исследование системы советской военной печати, в котором в полной мере были бы использованы ранее секретные документы, лишь недавно ставшие доступными историкам. Кроме того, в последнее десятилетие стала очевидной тенденция подчеркивать эффективность работы аппарата политических работников, доводивших содержание газет до солдат. Но за рамками исследований по-прежнему остается вопрос о восприятии пропаганды военнослужащими Красной армии.

В **отдельную группу** выделены работы по советской центральной печати за период войны. Наиболее полную трактовку содержания советской прессы времен Второй мировой войны дал нидерландский историк Карел Беркхофф в работе «Родина в опасности»⁹, которая идет значительно дальше предыдущих исследований военной пропаганды. В книге анализируется процесс производства и распространения, содержания и восприятия сообщений советских печатных СМИ их читателями¹⁰. Автор ставит под

⁷ Обзор современной историографии см.: *Антипенков И.И.* К проблеме историографии отечественной печатной пропаганды в довоенный период и во время Второй мировой войны [Электронный ресурс] // Вестник архивиста. 2012. 5 авг. URL: <https://www.vestarchive.ru/istoriografiia/1998-k-probleme-istoriografii-otechestvennoi-pечатnoi-propagandy-v-dovoennyi-period-i-vo-vremia-vtoroi-m.pdf> (дата обращения 14.09.2021); *Он же.* Советская пограничная печать в условиях Второй мировой войны 1939–1945 гг.: Исторический опыт и уроки: дис. ... канд. ист. наук. М., 2014.

⁸ *Нилов В.М.* Оружием слова (красноармейская печать Карельского фронта). Петрозаводск, 2021.

⁹ *Berkhoff K.C.* Motherland in Danger.

¹⁰ Как справедливо подчеркивает Э. Модсли, Карел Беркхофф имеет дело только с одной конкретной целевой «аудиторией» пропаганды военного времени – гражданским населением неоккупированных территорий СССР. Автор не освещает пропаганду, направленную на красноармейцев, на жителей оккупированных территорий, на немецкие войска и их союзников, на население стран, оккупированных нацистской Германией, либо стран-союзников по антигитлеровской коалиции. См. *Mawdsley E.* Review of: *Berkhoff K.C.*

сомнение тезис о том, что советские граждане формировали свое внутреннее «я» с опорой на официальный дискурс. Вместо этого он считает официальную пропаганду неэффективной, а граждан – более зависимыми от того, что они узнавали из устного и неформального общения.

Для определения специфики советской военной печати, следует обратиться к истории **военных газет союзников**, в частности американских и британских военных периодических изданий. Синди Элмор¹¹, рассматривая издание «Stars and Stripes», отмечает, что военные власти периодически осуществляли контроль и вмешательство в редакционную политику газеты. Элмор приводит любопытные сведения о том, как штатные журналисты и даже офицеры, курировавшие газету, энергично боролись с вмешательством сверху, игнорируя поступающие указания, передавали информацию о попытках цензуры в другие газеты, чтобы предать ее огласке, угрожали прекратить публикацию, массово просили о переназначении. Можно сказать, что проблема цензуры и контроля были общими для советских и зарубежных военных периодических изданий, однако подобный «бунт» против курирующих органов трудно себе представить в советской прессе.

В свою очередь, Саймон Маккензи исследовал британские военные газеты¹². Историк указывает на то, что армейские газеты отражали, а не формировали мнение армии, что в корне отличалось от советских военных газет. Кроме того, сами власти опасались превращения газет в «бюрократические стенограммы». Иначе «войска не стали бы их читать», подчеркивает Маккензи¹³. То есть, в отличие от американских и британских

Motherland in Danger: Soviet Propaganda during World War II // Slavonica. 2013. Vol. 19. No. 1.

¹¹ *Elmore C.* Stars and stripes. A Unique American Newspaper's Historical Struggle against Military Interference and Control // Media History. 2010. Vol. 16. No. 3.

¹² *MacKenzie S.P.* Vox Populi: British Army Newspapers in the Second World War // Journal of Contemporary History. 1989. Vol. 24. No. 4.

¹³ *Ibid.* P. 679.

газет, редакции советских изданий обладали намного меньшей свободой и меньше заботились о том, как их воспринимают читатели.

В контексте данной диссертации важное историографическое направление представляют **работы по истории пребывания Красной армии в Европе** с марта 1944 по май 1945 годов. Центральным направлением в этих исследованиях выступает тема мести. Исследователи обсуждают несколько ключевых моментов: масштабы насилия; количество жертв изнасилований; сопоставление «цивилизации» и «варварства», «Востока» и «Запада» в дискурсе сексуального насилия во время и после войны; сравнение опыта сексуального насилия на Восточном фронте с историей сексуального насилия в Германии¹⁴. В этой дискуссии до сих пор не учитывается роль военных периодических изданий политических органов Красной армии.

В особую группу отнесены работы, затрагивающие **проблемы «советскости» и «человека советского»**¹⁵. Советская военная печать прилагала немало усилий для сохранения «советскости» красноармейцев во

¹⁴ *Naimark N.M.* The Russians in Germany: A History of the Soviet Zone of Occupation, 1945–1949. Cambridge, 1995; *Grossmann A.* A Question of Silence. The Rape of German Women by Occupation Soldiers // *October*. 1995. No. 72. P. 43–64; *Ibid.* The ‘Big Rape’: Sex and Sexual Violence, War, and Occupation in Post-World War II Memory and Imagination // *Sexual Violence in Conflict Zones: From the Ancient World to the Era of Human Rights* / ed. in E.D. Heineman. Philadelphia, 2011; *Heineman E.* The Hour of the Women: Memories of Germany’s ‘Crisis Year’ and West German National Identity // *The American Historical Review*. 1996. Vol. 101. No. 2. P. 354–396; *Merridale C.* Ivan’s War: Life and Death in the Red Army, 1939–1945, New York, 2006; *Burds J.* Sexual Violence in Europe in World War II, 1939–1945 // *Politics & Society*. 2009. Vol. 37. No. 1. P. 35–74; *Slaveski F.* The Soviet Occupation of Germany: Hunger, Mass Violence and the Struggle for Peace, 1945–1947. Cambridge, 2013; *Edele M.* Soviet Liberations and Occupations, 1939–1949 // *The Cambridge History of the Second World War*. Vol. 2: Politics and Ideology. New York, 2015; *Гебхардт М.* Когда пришли солдаты. Изнасилование немецких женщин в конце Второй мировой войны. М., 2018.

¹⁵ *Fitzpatrick S.* Stalin’s Peasants: Resistance and Survival in the Russian Village After Collectivization. New York, 1994; *Fitzpatrick S.* Everyday Stalinism: Ordinary Life in Extraordinary Times. Soviet Russia in the 1930s. Oxford, 1999; *Fitzpatrick S.* Tear Off the Masks! Identity and Imposture in Twentieth-Century Russia. Princeton, 2005; *Kotkin S.* Magnetic Mountain: Stalinism as a Civilization. Berkeley, 1995; *Hellbeck J.* Revolution on My Mind: Writing a Diary under Stalin. Cambridge, 2006; *Cheng Y.* Creating the ‘New Man’. From Enlightenment Ideals to Socialist Realities. Honolulu, 2009; *Hoffmann D.* Cultivating the Masses: Modern State Practices and Soviet Socialist, 1914–1939. Ithaca, 2011; *Johnston T.* Being Soviet: Identity, Rumour, and Everyday Life under Stalin, 1939–1953. Oxford, 2011.

время их пребывания за границей. Исследователи расходятся в своих оценках того, насколько глубоко было советизировано советское общество к началу войны. Одни считают, что советизация была исключительно поверхностной; другие – что советские граждане глубоко усвоили новую идеологию, язык, способы поведения. В любом случае, руководство военной печати считало необходимым прилагать большие усилия для поддержания «советскости» в армии.

В целом, проблемы функционирования советской военной периодической печати в период европейской кампании Красной армии недостаточно разработаны в историографии и требуют дальнейшего изучения. Основной акцент в имеющейся литературе сделан на анализе структуры редакций, кадрового состава журналистов и военных корреспондентов. Однако и эти вопросы нуждаются в уточнении и даже переоценке в связи с открывшимся доступом ко многим ранее секретным документам. Стоит также подчеркнуть, что в то время как проблема центральной печати довольно глубоко исследована, особенности формирования и управления фронтовой, армейской и дивизионной печатью все еще остаются малоизученными и требуют более тщательного исследования.

Объектом исследования является комплекс документов центральных, фронтовых, армейских и дивизионных политических органов Красной армии касающихся военной печати, источники личного происхождения, а также материалы фронтовой, армейской и дивизионной периодики в период ведения Красной армией боевых действий на территории европейских стран (март 1944 – май 1945 гг.).

Предметом исследования диссертации являются структура и деятельность советской военной периодической печати в период европейской кампании Красной армии.

Цель исследования – выявить особенности системы советской военной периодической печати, включая ее организационные и

пропагандистские практики в период европейской кампании Красной армии с марта 1944 по май 1945 годов.

Для достижения поставленной цели требуется решение следующих **задач:**

Во-первых, рассмотреть особенности политического и цензурного руководства военной печатью.

Во-вторых, проанализировать условия работы редакций и выяснить кадровый состав работников военной печати.

В-третьих, определить характер и степень интенсивности идеолого-пропагандистских кампаний, выявить ведущие темы в содержании военной прессы в период пребывания Красной армии в Европе (март 1944 – май 1945 гг.)¹⁶.

В-четвертых, выявить факторы, которые формировали отношение красноармейцев к пропаганде в военных газетах.

Новизна исследования

Советская военная периодическая печать очевидно является недостаточно исследованной. Несмотря на наличие важных публикаций, таких как издания документов по истории советской пропаганды и исследований, посвященных политическому руководству военными газетами, структуре редакций, аспектам работы военных корреспондентов, до сих пор нет всеобъемлющего обзора функционирования советской военной

¹⁶ Страны Европы, где велись боевые действия в период с марта 1944 по май 1945 гг., в данном исследовании поделены на два блока: 1) Государства Европы, освобожденные Красной армией от нацистской оккупации (Польша, Чехословакия, Югославия, Австрия); 2) Третий рейх и его союзники (Румыния, Болгария, Венгрия). В работе не рассматривается Финляндия, так как на ее территории в 1944 г. не велись боевые действия с участием войск Красной армии.

периодической печати во время войны, в нашем случае в период европейской кампании Красной армии с марта 1944 г. по май 1945 года.

СССР являлся закрытым обществом, в котором власть могла рассказывать гражданам практически все что угодно в любом удобном для нее ключе. Однако в период похода Красной армии в Европу впервые возникает ситуация, когда миллионы советских граждан оказались за границей и своими глазами могли увидеть жизнь за пределами страны. В связи с этим возникает ряд вопросов: как реагировала на это печать? Как она пыталась объяснить реалии заграницы, отличные от советских? Как читатели реагировали на печатную пропаганду? Ввиду этого, перед органами военной печати встают новые вызовы. Также у целевой аудитории военных газет появляется возможность сравнивать продвигаемый в печати пропагандистский нарратив и реальность.

Диссертационная работа основана в значительной степени на архивных материалах, впервые вводимых в научный оборот: документах Главного политического управления РККА, политических управлений фронтов и политических отделов армий, хранящихся в фондах Центрального архива Министерства обороны Российской Федерации, процесс рассекречивания которых начался 10 лет назад и продолжается до сих пор. Рассмотрение поставленной проблемы будет являться вкладом в изучение советской пропаганды в военный период в целом, но также расширит наши знания о том, как функционировала военная периодическая печать.

Теоретическая и практическая ценность работы

Теоретическая ценность диссертации выражается в применении новой перспективы при рассмотрении истории советской военной периодической печати в 1944–1945 годах. В настоящей работе предпринята попытка отойти от традиционного взгляда на военную периодическую печать как

преимущественно на инструмент мобилизации. Исследование рисует более сложную картину, куда включены различные идеологические, пропагандистские техники, призванные в том числе сохранить «советскость» красноармейцев в период их пребывания в Европе.

В практических целях материалы диссертации и ее выводы могут быть использованы при подготовке лекционных курсов, семинарских занятий и учебно-методических пособий, посвященных истории советской пропаганды в период Второй мировой войны.

Источниковая база исследования включает широкий круг источников. Первая и основная группа источников представлена документами ГлавПУРККА (часть из них была издана ¹⁷), которые отложились в соответствующем фонде Центрального архива Министерства обороны Российской Федерации (ЦАМО РФ)¹⁸. Раскрывая сущность основных форм и методов руководства военной печатью, данные документы дают возможность комплексно проанализировать процесс выработки решений по управлению газетами. Управление армейскими и дивизионными периодическими изданиями осуществляли политуправления фронтов и политотделы армий, документы которых также отложились в фондах ЦАМО¹⁹. Эти материалы позволяют наиболее полно выявить механизмы контроля, формы и методы руководства военной печатью со стороны политорганов Красной армии.

Вторую группу составляют документы, содержащиеся в фонде Союза писателей СССР в Российском государственном архиве литературы и искусства (РГАЛИ). В ходе подготовки работы изучались материалы Военной комиссии союза писателей²⁰. Эта структура координировала работу писателей

¹⁷ См.: Русский архив: Великая Отечественная. Т. 17 (6). Главные политические органы Вооруженных сил СССР в Великой Отечественной войне, 1941–1945 гг.: Документы и материалы. М., 1996.

¹⁸ ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 11302.

¹⁹ ЦАМО РФ. Ф. 233. Оп. 2374; Ф. 236. Оп. 2675; Ф. 237. Оп. 2414; Ф. 240. Оп. 2772; Ф. 241. Оп. 2656; Ф. 243. Оп. 2914; Ф. 244. Оп. 900247; Ф. 401. Оп. 9533; Ф. 421. Оп. 6570.

²⁰ РГАЛИ. Ф. 631. Оп. 16.

– специальных корреспондентов во фронтовых, армейских и центральных военных газетах.

Третья группа – комплекс фронтовых и армейских газет, хранящийся в фондах Российской государственной библиотеки. Коллекция военной печати насчитывает около 500 наименований газет, которые издавались в походных военных типографиях²¹. Газеты фронтов и армий издавались 26 раз в месяц, дивизий – 15. Все фронтовые, армейские и дивизионные соединения имели свои военные периодические издания, которые распределялись в зоне действия конкретного войскового соединения. Так как газеты выходили регулярно, они позволяют проследить меняющееся содержание советской военной печати, как она реагировала на конкретное развитие событий на фронтах.

Функционирование советской военной периодической печати также отразилось в источниках личного происхождения. В ходе работы над настоящим исследованием был проанализирован ряд дневников и воспоминаний военных журналистов²². Большая часть из них принадлежит литературным сотрудникам и специальным корреспондентам редакций военных газет. Все они затрагивают аспекты внутриредакционного устройства, существовавших журналистских практик, типографской работы, взаимоотношений между редакционными сотрудниками, связей с вышестоящими политическими органами.

Пятая группа источников – коллекция устных воспоминаний, находящаяся в открытом доступе на платформе проекта «Я помню» и содержащая более 2500 интервью с советскими ветеранами Второй мировой

²¹ См.: *Баушев И.С.* Советская военная литература и фронтовая печать периода Великой Отечественной войны (1941–1945) в фондах РГБ как источник патриотического воспитания граждан Российской Федерации // Румянцевские чтения – 2015: материалы междунар. науч. конф. (14–15 апреля 2015): в 2 ч. Ч. 1. М., 2015.

²² Нами было проанализировано 28 источников личного происхождения, авторы которых – военные журналисты.

войны²³. В коллекции представлены различные голоса – от героев Советского Союза, как, например, летчик-испытатель Степан Микоян, сын одного из ближайших соратников Сталина, Анастаса Микояна – до бывших заключенных лагерей; от преданных коммунистов до идеологически неуверенных и всех тех, кто находился между ними²⁴. В интервью ветераны касаются вопроса эффективности советской пропаганды, в частности ее печатной составляющей. Особенностью данного корпуса источников является принадлежность респондентов к категории «фронтовиков», что позволяет сравнивать их индивидуальный и коллективный опыт восприятия материалов военной периодической печати.

Методология исследования

В качестве методологической основы исследования использован *институциональный подход*, позволяющий представить военную периодическую печать как институт, имеющий собственную организационную и социальную структуру, регламентированный определенными нормами и осуществляющий распространение информации, прежде всего пропагандистской. В рамках этого подхода исследованы правила и нормы, регламентировавшие взаимодействие политических органов Красной армии с редакциями военных газет по вопросам функционирования редакционных коллективов и содержания военных периодических изданий. Такой подход дает также возможность проанализировать формы взаимодействия редакций и военных корреспондентов.

Для понимания технологии проведения пропагандистских кампаний и определения их особенностей эффективным является применение метода

²³ О проекте [Электронный ресурс] // Проект «Я помню». URL: <https://iremember.ru/about/> (дата обращения 14.09.2021).

²⁴ *Edele M., Glisic I. The Memory Revolution Meets the Digital Age // Geschichte und Gesellschaft. 2019. Vol. 45. No. 1. P. 99.*

контент-анализа. Он позволяет выявить и проанализировать информацию о степени интенсивности той или иной пропагандистской кампании на основе таких свойств, как устойчивость и повторяемость отдельных элементов. Методика контент-анализа предусматривает определение категорий – ключевых понятий, в соответствии с которыми сортируются элементы содержания. С целью выявления удельного веса темы, то есть отношения количества газетных материалов, где упоминаются ключевые понятия, к общему их количеству, единицей текста была выбрана одна газетная публикация, вне зависимости от ее размера или литературной формы.

Для обработки текстов военной печати использована выборка из всех газет, хранящихся в фондах Российской государственной библиотеки. Газеты для изучения кампаний отбирались по ряду критериев. Во-первых, выбирались печатные издания именно тех соединений, которые были вовлечены в боевые действия в рамках каждой конкретной кампании. В частности, в рамках пропагандистской кампании, проводимой в связи со вступлением советских войск в Румынию, отобраны пять армейских и одна фронтовая газета, то есть печатные органы тех соединений, которые были задействованы в боях на территории Румынии. Во-вторых, определяющую роль в отборе газет играла непрерывность освещения кампании. В случае кампании, связанной с освобождением Чехословакии, выбраны газеты трех армий, – 1-й гвардейской, 18-й, 38-й, – так как из всех частей Красной армии, принимавших участие в освобождении Чехословакии, только эти три армии имели постоянную дислокацию на чехословацкой территории с сентября 1944 по май 1945 года.

Согласно распространенной методике количественных исследований, для оценки роли отдельных тем в рамках каждой кампании был сформирован их единый список. В нем представлены ключевые тематические блоки. Необходимо отметить, что каждый из блоков выделен нами на основе содержания просмотренных газетных публикаций. Определены следующие

тематические блоки: 1). Публикации официальных материалов; 2). Взаимодействие с гражданским населением; 3). Пропаганда мести; 4). Пропаганда по противодействию влиянию «мира капитала» на военнослужащих Красной армии.

Положения, выносимые на защиту:

- Несмотря на то, что политические органы Красной армии осуществляли повседневный контроль над военной печатью с помощью конкретных указаний, сохранялось некое «пространство свободы», в тех случаях, когда указания от политорганов задерживались либо вовсе не поступали. Редакторы руководствовались собственной интерпретацией материалов центральной прессы, извлекая установки, необходимые, по мнению редакторов, для военных газет.
- По замыслу вышестоящих политорганов газеты должны были быть «голосом» армии, строиться на материалах писем самих военнослужащих. В действительности, львиная доля текстов писалась сотрудниками редакций. Широкое распространение получила практика «самозаполнения» газет.
- Одно из центральных мест в военной печати занимала пропаганда мести, которая прошла определенную эволюцию. Она возникает как основная линия пропаганды в августе 1941 г., но достигает кульминации во второй половине 1944 г., когда Красная армия подошла к границе Германии. Вместе с тем, в феврале 1945 г. произошла корректировка установок мести – теперь пропагандировалось сохранение захваченной собственности, отказ от поджогов, прекращение грабежей и мародерства. В апреле 1945 г. происходят еще более радикальные изменения политической линии: военнослужащим предписывалось гуманно

обращаться с немцами, как с военнопленными, так и с гражданскими лицами. Соответственно изменились установки политорганов и газет.

- Отношение военной печати к гражданскому населению в европейских странах различалось в зависимости от участия или неучастия страны в войне с СССР, а также от времени ее выхода из войны и перехода на сторону союзников.
- Антикапиталистическая пропаганда включала в себя главный нарратив о разделении капиталистического общества на богатое меньшинство и неимущее, эксплуатируемое большинство. Пропаганда не отрицала более высокого уровня жизни в европейских государствах, но рассматривала его в контексте эксплуатации рабочих, крестьян и интеллигенции. В то же время СССР изображался страной передовой промышленности и зажиточной колхозной жизни.
- Отношение красноармейцев к печатной пропаганде зависело от ряда факторов. С одной стороны, ее действенности способствовали усилия политаппарата, продвигавшего пропаганду, а также публикации советских писателей. С другой стороны, усилия военной печати ослабляло: несоответствие пропагандистского нарратива реальности; частое отсутствие экземпляров газет в частях; неучастие политработников в боевых действиях.

Степень достоверности и апробация результатов

Степень достоверности диссертации основывается на обширном комплексе проанализированных исторических источников, релевантных поставленным целям и задачам, а также на использованных в работе методах.

Основные положения настоящего исследования были апробированы на трех международных конференциях. Статьи, посвященные проблематике диссертации, опубликованы в журналах, которые индексируются в базах

цитирования Scopus, а также входят в список рекомендованных журналов НИУ ВШЭ.

Структура и краткое содержание диссертации

Настоящее исследование состоит из введения, четырех глав, заключения, списка источников и литературы, а также списка иллюстраций.

В первой главе «Механизмы управления военной периодической печатью» рассматриваются различные формы контроля над военными газетами со стороны политорганов. В *первом параграфе* «Материальные условия создания и распространения военных периодических изданий» анализируется политика политорганов в отношении выпуска и распределения печатной периодической продукции в Красной армии. В то же время, в анализируемый период, впрочем, как и в течение всей войны, в СССР существовала проблема нехватки бумаги, вследствие чего тираж газет постоянно менялся в зависимости от наличия бумаги. Военные газеты распространялись в соответствующих воинских соединениях. Как правило, на передовой стрелковая рота получала до 50 экземпляров газет – 5 центральных, 10 фронтовых, 15 армейских, 20 дивизионных. Существовали различные формы доведения политработниками содержания материалов военной печати до красноармейцев: читки, групповые беседы, политинформации, митинги, красноармейские собрания и наглядная агитация.

Во втором параграфе «Политическое руководство военной периодической печатью» дается характеристика управления военной печатью со стороны политорганов Красной армии. Контроль над фронтовыми изданиями осуществляло ГлавПУРККА. Военные советы, политуправления фронтов и политотделы армий занимались газетами армий и дивизий. В данном разделе диссертации высказывается тезис о том, что руководство политорганов газетами не всегда отличалось действенностью и

оперативностью, что вынуждало редакторов импровизировать. Поэтому редакторы обращались к центральной прессе, из содержания которой извлекали соответствующие установки для своих газет. У редакторов в этом случае оставалось пространство свободы для собственных интерпретаций.

В третьем параграфе «Цензура военной периодической печати» рассматривается деятельность военных цензоров. До декабря 1943 г. в Красной армии действовало «Положение об организации военной цензуры» от 1935 г., которое не соответствовало требованиям военного времени, а именно не был определен порядок назначения цензоров в округах и армиях; права работников цензуры оставались неопределенными; критерии запрета разглашенной информации оставались неясными. Ситуацию исправило новое «Положение...», которое определило порядок назначения цензоров, их права и должностные обязанности, «объекты» запрета. Цензором назначался наиболее подготовленный офицер из состава штаба соответствующего соединения. Деятельность цензоров регламентировалась «Правилами по сохранению военной тайны в печати Красной армии». На изменение и дополнение состава сведений, составлявших военную тайну, оказывал влияние ход боевых действий. Предметом цензуры являлось предотвращение разглашения военных тайн, ошибок политического характера и сведений нежелательных к опубликованию. Несмотря на жесткую цензуру, в печать периодически попадала запрещенная информация. Однако, учитывая значительные массивы информации, подвергавшиеся цензуре, процент выявлявшихся нарушений не являлся критическим, а цензоры справлялись с поставленными перед ними задачами.

Во второй главе «Структура редакций и кадровый состав» дана характеристика устройства редакционных коллективов и специфики работы в редакциях военных газет. *Первый параграф* «Структура редакций военных периодических изданий» показывает, что редакции военных газет состояли из двух отделов и группы информации. В штат входили военнослужащие и

вольнонаемные сотрудники. Причем часть работников являлась профессиональными газетными кадрами, работавшими в партийно-советской печати в довоенное время. Другая часть, вольнонаемный состав, набирался в непосредственной близости от дислокации редакций, «на местах». Впрочем, принадлежность военных журналистов к партийно-политическому аппарату не могла уберечь их от подозрений в недостаточной лояльности советской власти. Регулярно проводились проверки благонадежности сотрудников редакций.

Второй параграф «Практики подготовки журналистских кадров» посвящен системе подготовки военных журналистов, которая включала курсы по усовершенствованию газетных работников в тылу и обучение на фронте. Были организованы временные курсы усовершенствования газетных работников по военной и политической подготовке при Военно-политическом училище в г. Иваново, а также одногодичные курсы подготовки и переподготовки политсостава на базе Военно-политической Академии Красной армии. В армии подготовка журналистских кадров состояла из трех элементов: занятия внутри редакции; обучение в системе командирской подготовки совместно с работниками политорганов; проведение фронтовых и армейских семинаров, совещаний работников военной печати, на которых проводилась практическая отработка навыков военных журналистов.

В третьем параграфе «Военные корреспонденты» анализируется специфика работы военных корреспондентов. Основным инструментом получения материала для газет являлись штатные корреспонденты редакций. Они отправлялись на передовую с указаниями от редактора, который получал установки от политоргана относительно содержания следующего номера газеты. Героями заметок становились отличившиеся военнослужащие. Газеты писали героический нарратив войны – отбирались наиболее яркие боевые эпизоды. Показателем эффективной работы редакции являлось привлечение авторов из вне редакционного актива – военкоров, так как по мысли

политорганов военная газета должна была быть площадкой для публикаций самих военнослужащих, воплощая тем самым идею «красноармейской газеты» для красноармейцев. Но эта идея не была реализована, так как письма от военкоров, обычно не отличавшиеся глубиной и литературностью, «оседали» в редакциях и не публиковались в газетах. В результате газеты заполнялись материалами самих журналистов. Попытки политорганов усилить работу с военкорами носили характер точечных, разовых указаний отдельным редакциям. В итоге, практика «самозаполнения» газет процветала весь изучаемый период.

В четвертом параграфе «Писатели в системе военной периодической печати» показано, что творческую деятельность писателей координировала военная комиссия Президиума Союза советских писателей совместно с ГлавПУРККА. Основной задачей писателей являлось идейно-воспитательное воздействие на читателей-военнослужащих с помощью публикаций, оформленных в виде коротких материалов. Принципиальное значение имела оперативность подачи материала. Имеется ряд свидетельств, в которых зафиксировано недовольство писателей существовавшими рабочими рамками в военной печати. С одной стороны, от писателей требовался высококачественный литературный материал, с другой – у них отсутствовала творческая свобода. Им приходилось «жертвовать» большими литературными замыслами в угоду сиюминутных, оперативных публикаций.

Третья глава «Идеолого-пропагандистские кампании в 1944–1945 гг. в период похода Красной армии в Европу: структура и содержание» рассматривает идеолого-пропагандистские кампании в военной печати в контексте боевых действий Красной армии в различных странах Европы. В частности, *в первом параграфе* охарактеризована интенсивность различных кампаний, а также определены общие тематические блоки, такие как: публикации официальных материалов, взаимодействие с гражданским населением, пропаганда мести и антикапиталистическая пропаганда.

Второй параграф демонстрирует специфику публикаций официальных материалов (сводок Совинформбюро, приказов Верховного Главнокомандующего, сообщений ТАСС) в военных газетах. Количественный анализ показал их доминирующее положение в содержании военной прессы. Если другие публикации подвергались различным сокращениям, то официальная часть всегда публиковалась на страницах военных газет в полном объеме, иногда занимая все газетные полосы, что порождало недовольство редакционных сотрудников и военкоров.

В третьем параграфе «Пропаганда мести» проводится анализ пропагандистских материалов, содержавших риторику мести и ненависти в отношении врага. Режимы-союзники Германии выставлялись предателями интересов своих народов и становились предметом «мстительных» статей. В то же время, проводилось четкое разделение между правительствами – «прихвостнями Гитлера» и гражданским населением этих стран, в частности применительно к Румынии и Болгарии. Исключение составляет Венгрия. Разграничение, каким венграм мстить, а каким нет, в проанализированных газетах не встречается, по крайней мере в период боев 1944 года. В центре пропаганды мести находилась Германия. Однако в феврале 1945 г. политорганы стали отмечать вредоносность мести. Решением стало переопределение ее политики: предписывалось сохранять трофейное имущество, не поджигать немецкие города, прекратить мародерство и барахольство. Окончательно изменения в политико-идеологической работе политорганов и газет были закреплены в апреле 1945 года. Газеты стали призывать к корректному и гуманному обращению с немецким гражданским населением и военнопленными.

В четвертом параграфе «Установки о взаимодействии с гражданским населением» рассматривается содержание военных газет, касавшееся контактов советских войск с европейским гражданским населением. Пропаганда изобиловала положительными примерами встреч красноармейцев

с местным населением. Тем временем, анализ текстов газет, армии которых участвовали в боевых действиях в Венгрии, демонстрирует упоминания о венграх через негативные, враждебные коннотации. В отрицательном ключе фигурируют и немцы, которые представлялись в печати бенефициарами нацистских преступлений, разбогатевшими на разграблении СССР и оккупированных стран Европы.

В пятом параграфе «Антикапиталистическая пропаганда» анализируется антибуржуазная риторика в содержании военных газет. Пресса разоблачала капиталистическую действительность с ее массовой нищетой и индивидуальным богатством, подчеркивала противоречия между городом и деревней. Образу капиталистического неравенства в печати противопоставлялись материалы о СССР, изображавшие могущество советской страны – ее великие социалистические завоевания в сравнении с «отсталыми» в аграрном и промышленном отношениях европейскими странами.

В четвертой главе «Отношение военнослужащих Красной армии к пропаганде в военных газетах» рассматриваются факторы, с одной стороны, способствовавшие действенности пропаганды, с другой, ослаблявшие или даже сводившие на нет пропагандистские усилия военных газет. *Первый параграф* «Факторы действенности пропаганды в военных газетах» рассматривает факторы, способствовавшие положительному восприятию пропаганды, т.е. ее действенности. Анализ устных воспоминаний и источников личного происхождения показал, что положительному восприятию материалов пропаганды способствовали «эмоциональные», увлекательные по форме публикации советских литераторов в военной печати. Особой популярностью пользовались произведения Ильи Эренбурга и Александра Твардовского. Ряд фронтовиков отмечают значение довоенных пропагандистских кампаний, упоминая то, что пропаганда военного времени из-за этого воспринималась как понятная и привычная. Важную роль в

донесении пропаганды играл субъективный фактор. Если политработник разделял на равных с солдатами все риски боя, то соответственно заслуживал уважение, а информация, исходившая от него, удостоивалась внимания.

Во втором параграфе «Факторы, препятствовавшие действенности пропаганды в военных газетах» разбираются обстоятельства, не способствовавшие восприятию печатной пропаганды красноармейцами. Среди них было несоответствие пропагандистского нарратива реальности в газетных материалах. В этом отношении чаще всего упоминается приукрашенное изображение фронтовых реалий, а также противоречие заявляемой пропагандой картины и действительности, что особенно стало заметно после пересечения границ СССР. В числе иных факторов отмечается отсутствие экземпляров газет в частях и неостребованность пропаганды ненависти, так как многие солдаты сами являлись свидетелями немецких преступлений и в дополнительной агитации не нуждались. Значительную роль играло также недоверчивое отношение солдат к представителям политаппарата, которые появлялись на передовой в периоды затишья и затем отправлялись обратно в тыл, не сопровождая солдат в боях. Такое поведение подрывало в глазах красноармейцев их авторитет, и, следовательно, пропагандистские усилия не достигали нужного эффекта.

Заключение

В годы Второй мировой войны управление военной печатью осуществлялось ГлавПУРККА, работавшим на правах военного отдела ЦК ВКП(б). Обязанностью этой структуры являлся ежедневный контроль над фронтовыми изданиями. Тем временем, политуправления фронтов и политотделы армий занимались газетами армий и дивизий. Характеризуя механизм управления печатью, принято считать, что начальники политорганов руководили редакциями газет. Однако это не всегда соответствовало реальным практикам. Изученные источники личного

происхождения дают основание утверждать, что указания, исходившие от политорганов, не всегда приходили своевременно, либо вовсе не поступали. Поэтому редакторы обращались к центральной прессе, из содержания которой извлекали соответствующие установки для своих газет. В таком случае у редакторов оставалось некоторое пространство свободы для собственных интерпретаций.

Показателем эффективной работы редакции считалось привлечение авторов из вне редакционного актива – военкоров из среды военнослужащих. Изученные документы показывают, что между редакциями и военкорами взаимодействие практически отсутствовало. Журналисты игнорировали письма военкоров, которые «оседали» в редакциях и не публиковались в газетах. В результате, газеты заполнялись материалами самих журналистов.

Всего за рассматриваемый нами период в военной печати было проведено восемь крупных идеолого-пропагандистских кампаний (см. диаг. 1), затрагивающих тему похода в Европу. Как показывает контент-анализ, в газетах соединений, которые участвовали в боевых действиях, активно публиковались сведения и агитационно-пропагандистские материалы о странах, на территориях которых шли бои.

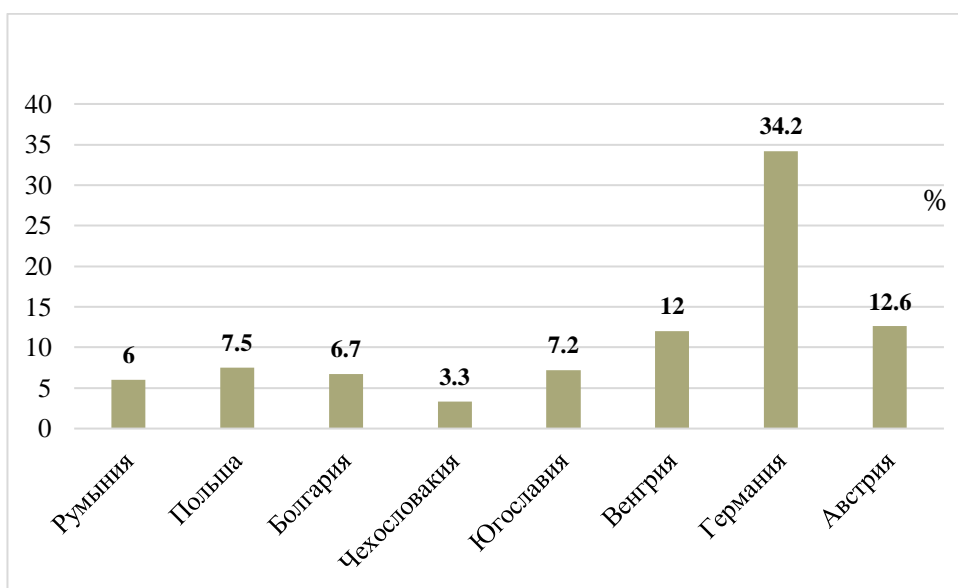


Диаграмма 1. Процент агитационно-пропагандистских материалов по конкретным странам в отношении к общему количеству публикуемых материалов в газетах соединений, которые участвовали в боевых действиях на территории указанных стран (март 1944 – май 1945 гг.).

В ходе исследования были выделены четыре тематических направления материалов военной печати. Это публикации официальных материалов, тексты о взаимодействии с гражданским населением, пропаганда мести и антикапиталистическая пропаганда. При анализе советской военной периодической печати встает вопрос действенности печатной пропаганды. В литературе распространены представления об ее ограниченном влиянии на военнослужащих. Источники, проанализированные в нашей работе, не позволяют сделать однозначный вывод о действенности пропаганды. И все же, в работе выявлены факторы, которые способствовали положительному восприятию пропаганды и те, которые этому препятствовали. В целом, из анализа функционирования системы советской военной печати за период европейской кампании Красной армии следует то, что она представляла собой аппарат, где на первое место выдвигалось выполнение требований и транслирование идеологических установок вышестоящих политических органов. Несмотря на попытки привлечь к работе в качестве военкоров простых военнослужащих, военные газеты оставались прежде всего рупором пропаганды и так и не стали «голосом» армии.

Основные публикации автора в журналах, включенных в список журналов высокого уровня, подготовленный в НИУ ВШЭ, а также индексируемых в базе Scopus:

1. Советская военная периодическая печать в период похода Красной армии в Европу (март 1944 – май 1945 г.): структура, нормативы, кадры // Вестник Пермского университета. Серия: История. 2020. Вып. 3 (50). С. 100–108.
2. Участие женщин в боевых действиях на фронтах Великой Отечественной войны в советской военной периодической печати // Женщина в российском обществе. 2021. № 4. С. 136–148.

3. To Seek Vengeance or Not? How the Evolution of Revenge Propaganda Occurred in the Soviet Military Periodical Press [Искать мести или нет? Как происходила эволюция пропаганды мести в советской военной периодической печати] // The Journal of Slavic Military Studies. 2021. Vol. 34. No. 3. P. 384–402.