

АГИТАЦИЯ КАК ОРУЖИЕ ПОБЕДЫ

Власова М. В.

Гродненский государственный медицинский университет
г. Гродно, Беларусь

Научный руководитель – подполковник м/с Князев И. Н.

Введение. Недаром агитацию называли третьим фронтом Великой Отечественной. Здесь разворачивалась битва за дух народа, которая, в конечном итоге, и решила исход войны. Великая Победа дала стране повод для законной гордости, которую ощущаем и мы, потомки героев, отстоявших родные города, освободивших Европу от сильного, жестокого и коварного врага. Образ этого врага, как и образ народа, вставшего плечом к плечу для защиты Родины, ярко представлен на листовках и плакатах военного времени, поднявших пропагандистское искусство на небывалую высоту, не превзойденную и доньше.

С развитием СМИ и средств связи пропаганда по праву занимает важное место в военном деле, ведь средства ее распространения становятся все проще. Ее силу сложно переоценить в современном мире: она способна разжигать войны и устанавливать дружбу между народами.

Цель. Анализ и оценка методов пропаганды СССР и фашистской Германии в период с 1941 по 1945 гг.

Материалы и методы исследования. В работе использовались такие методы, как научно-поисковый, литературный обзор и анализ. Основными источниками послужили книги: Е. М. Баркин «Пропаганда и агитация в СССР в годы Великой Отечественной войны», А. А. Карчагин «Эволюция пропаганды в годы Великой Отечественной войны», А. Н. Воропаев «Немецкая пропаганда и психологическая война в годы Второй мировой войны».

Результаты и их обсуждение. Пропагандистские материалы были важной частью Великой Отечественной войны. С первых дней наступления гитлеровской армии на улицах советских городов появились агитационные плакаты, призванные поднять боевой дух армии и производительность труда в тылу, как например агитплакат «Все для фронта, все для победы»!

В 1941-1942 гг., когда враг накатывал с запада, захватывая все новые города, прорывая советскую оборону, уничтожая миллионы мирных и военных жителей, пропагандистам было важно внушить веру в победу, в то, что фашисты не являются непобедимыми. Сюжеты первых плакатов были насыщены атаками и единоборствами, они подчеркивали

всенародность борьбы, связь народа с партией, с армией, они призывали уничтожить противника. В обстановке поражений и подступления фронта все дальше необходимо было не поддаваться упадническим настроениям и панике. В прессе не было ни слова о потерях, только лишь сообщения о личных победах солдат и их подвигах, и это было оправдано [1]. Враг на плакатах первого этапа войны представлялся как создание, творящее только бесчеловечные деяния. Немец как воплощение абсолютного зла превратился в существо, которое советские люди не имели права терпеть на своей земле.

В 1942 г. враг дошел к Волге, взял в блокаду Ленинград, был уже на Кавказе, захватил огромные территории с мирными жителями. В это время плакаты стали отражать страдания и безвыходность положения людей на оккупированной территории: женщин, детей, стариков и непреодолимое стремление Советской Армии разгромить Германию, помочь тем, кто не в силах постоять за себя.

Разгром немецко-фашистских армий под Москвой обозначил начало поворота военного перелома в пользу Советского Союза. Война оказалась затяжной, а не молниеносной. Грандиозная, не имеющая аналогов в мировой истории Сталинградская битва окончательно закрепила стратегическое превосходство за нами, были созданы условия для перехода Красной Армии в общее наступление [2]. Массовое изгнание врага с советской территории, о котором твердили плакаты первых дней войны, стало реальностью.

Важной частью пропаганды были плакаты, предназначенные для тыла, обращенные к советским рабочим, трудящимся на благо фронта всеми возможными силами.

А теперь давайте рассмотрим агитационную работу фашистской Германии. К началу 40-х годов пропогандистская машина Гельберга считалась одной из лучших в мире. Немцы с присущей им пунктуальностью работали сразу в нескольких направлениях. Одно направление агитационных плакатов было нацелено на жителей Германии. В плакатах ярко отражалась необходимость войны, превосходство немецкого народа над другими расами и правильность выбранного пути.

Другая группа плакатов-листовок была предназначена для распространения среди захваченного населения. Она была нацелена на убеждение людей в том, что на оккупационных территориях жить будет намного лучше, убеждало их в губительности советской власти, призывало к сотрудничеству с немцами и была полна обещаниями лучшей жизни. Существует мнение, что благодаря именно этой пропаганде, многие жители оккупационных стран переходили на сторону врага,

становились коллаборантами. Многие люди, прочтя данные листовки, проникались верой не в идеологию фашизма, а в то, что, предав Родину, у них появится шанс просто выжить.

Третья группа немецких листовок была нацелена непосредственно на Вооруженные Силы СССР. Она призывала солдат Красной Армии сдаваться и переходить на сторону немцев. Данные плакаты были актуальны в течение первых двух лет войны, после того как немецкая армия начала терпеть ряд поражений в 1943 г. актуальность данных плакатов потеряла всякий смысл.

Вывод. Несмотря на то, что к моменту начала войны немецкая пропагандистская машина была одной из лучших в мире, советские идеологи смогли добиться превосходных результатов в короткое время, найти все те точки воздействия на человека, благодаря чему их агитация имела оглушительный успех.

Наши плакаты военного времени можно сравнить с солдатами: они били точно в цель, формируя общественное мнение, создавая четкий негативный образ врага, сплачивая ряды советских граждан, рождая необходимую для войны эмоцию: гнев, ярость, ненависть, и в то же время любовь к семье, которой угрожает враг, к родному дому, к Родине.

Литература

1. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны. «Коммуникация убеждения» и мобилизационные механизмы / МГУ им. М.В. Ломоносова ; авт.-сост. А. Я. Лившин, И. Б. Орлов. – М.: РОССПЭН, 2007. – 806 с.
2. Карчагин, А. А. Эволюция пропаганды в годы Великой Отечественной войны / А. А. Карчагин. – Л. : Медгиз, 1972. – С. 202-215.

ОБУЧЕНИЕ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ

Володько Д. Н.

Военный факультет в учреждении образования
«Гродненский государственный университет им. Янки Купалы»
г. Гродно, Беларусь

Научный руководитель – подполковник Лушневский А. К.

Военно-патриотическое воспитание занимает особо значимую роль в воспитании молодежи. Основа такого воспитания направлена на развитие у молодежи стремления служить интересам своего государства,