

Kovalchuk O.O.

Museum of Book and Book-printing of Ukraine

PLACE OF FAMILY AND MARITAL RELATIONS IN THE LIFE OF MAKSYMOVYCH M.O.: INSIGHTS THROUGH THE LETTERS TO HIS WIFE

Summary

The article is based on almost unused epistle of outstanding scientist, lexicographer and writer Maksymovych M.O. By exploring the correspondence with his wife, the author distinguishes and characterizes such a life value of the scientist as "family". Despite numerous historiography studies devoted to the figure of the first Rector of the University of St. Volodymyr, the theme of family relations is still undisclosed. As the interest to the figure of Maksymovych M.O. gradually grows and the prosopographic science steadily evolves, this theme is innovative and deserves the attention of researchers.

Keywords: Maksymovych M.O., epistle, letter writing, family, marital relations, education.

УДК 316.77:32(47+57):94(100)"1944/1945"

ОСОБЕННОСТИ ПРОПАГАНДИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ФРОНТОВ ВО ВРЕМЯ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ КРАСНОЙ АРМИИ НА ТЕРРИТОРИИ ЕВРОПЫ В КОНЦЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Кущая О.Н.

Академия сухопутных войск имени гетьмана Петра Сагайдачного

Анализируются основные направления ведения пропагандистского сопровождения Белорусских фронтов Красной Армии, формы морально-психологического влияния и их практическое значение в ходе боевых действий советских войск на территории Европы на заключительном этапе Второй мировой войны. Задачи по организации и ведению пропаганды на вверенном фронтом участке боевых действий возлагались на отделы по работе среди войск противника. Осенью 1944 года в их состав введенные отделения по работе среди местного населения освобожденных стран. Организуя и проводя агитационные мероприятия, советские пропагандисты наиболее широко использовали такие ее формы как устное (звуковое) вещание и распространение печатной продукции.

Ключевые слова: пропаганда, политотделение, мощные громкоговорящие установки, листовки, митинги, устная агитация.

Постановка проблемы. Актуальность данного исследования заключается в последних тенденциях развития вооруженной борьбы современности. Конец XX века ярко доказал, что мир вступил в новую эру вооруженного противоборства. Все большее значение придается пропаганде или, как говорят современные военные специалисты, информационно-психологической войне. Все чаще кульминацией конфликтов и войн становятся миротворческие и стабилизационные миссии и операции. И хотя такие понятия, как «информационная война» и «информационно-психологическая борьба» являются терминами, рожденными концом XX века, значительный опыт истории пропагандистской и агитационной работы прошлых войн позволит более эффективно использовать возможности современных специальных органов в вопросах влияния на военную и гражданскую аудиторию.

Знание целесообразности, правильности и своевременности тех или иных пропагандистских мероприятий на исторических примерах служит переходом к верному пониманию планирования и проведения современного информационно-психологического противоборства, что и предопределяет актуальность исследования и его практическое значение.

Цель работы – проанализировать основные вопросы, касающиеся пропагандистской деятельности Белорусских фронтов на заключительном этапе Второй мировой войны на Европейском театре военных действий (ТВД).

Анализ исследований и публикаций. Историография деятельности советской пропаганды и

агитации в годы Второй мировой войны отличается как разнообразием научных взглядов, так и значительным объемом литературы разных жанров и направлений. Но это не означает, что выбранная для исследования тема разработана должным образом. Накопленные издания, документы и источники на современном этапе исторической науки еще только способствуют стиранию «белых пятен» и уточнению достоверности событий.

Рассмотрим основные из них. Отдельные этапы формирования органов пропаганды и их деятельность рассмотрены в работах Никонова С.М. (органы пропаганды до Второй мировой войны), Поваляева М.Г. (органы спецпропаганды), Жаркова В.В. (органы пропаганды во Второй мировой войне), Леонтьевой Л.Е. (критические взгляды на советскую пропаганду), Волковского Н.Л. (история информационно-психологической борьбы) и др. Но в вышеупомянутых исследованиях информация, касающаяся конкретно периода военных действий Красной Армии на территории Европы, отсутствует. В то же время работы некоторых авторов [1, 2, 3] дают возможность для изложения следующих обобщений по данному вопросу.

Информация о советских технических средствах пропаганды в структурированном виде на сегодняшний день отсутствует. Некоторые упоминания можно встретить в работах Волковского Н.Л. [4] и Никонова С.М., отдельные образцы технических средств пропаганды упоминаются в электронных публикациях Интернета, посвященных определенным родам войск [5, 6], на конкретных примерах их использования бази-

руются некоторые материалы Бюллетеней «Опыт работы» издания годов Великой Отечественной войны [7, 8], а также обобщающе рассматриваются в советских изданиях послевоенного периода, посвященных культурно-массовой работе в войсках [9]. При существовании ряда исследований по вопросу советской пропаганды в годы Второй мировой войны (неоднократно обозначены выше) их авторы в большей степени характеризовали общие черты работы органов спецпропаганды.

В современной историографии отсутствуют систематизированные данные об особенностях форм и способов советской пропаганды на территории Европы в период заключительных операций Красной Армии в 1944-1945 годах. В рамках исследования вопроса особенностей работы во время пребывания советских войск на территории Польши изложена работа автора данной научной статьи [10] и материалы Бюллетеней «Опыт работы» издания Главного политического управления РККА 1944-1945 годов [11-13], которые раскрывают значительный фактический материал на конкретных исторических примерах.

Особенностям советской пропаганды на немецкие войска в годы Второй мировой войны посвящено достаточно большое количество публикаций. Некоторые из них раскрывают весь период войны на советско-немецком фронте (Волгогонов Д., Волковский Н., Крысько С., Жарков В.), некоторые касаются определенных периодов или операций (Леонтьева Л., Никонов С.). В то же время неочень ценный материал для исследования предоставляют Бюллетени «Опыт работы» издания ГлавПУ военных и послевоенных годов [14-17], которые дают возможность конкретизировать определенные выводы современных исследователей истории спецпропаганды.

Выделение не решенные ранее частей общей проблемы. Автором предложен самостоятельный теоретико-методологический подход к изучению пропагандистского обеспечения боевых действий Красной Армии на узком примере работы спецпропагандистов Белорусских фронтов на вверенном им участке фронта (территориях Польши и Германии) в конце 1944 – начале 1945 годов. Акцентируя внимание именно на этапе военных действий в Европе, удалось расширить теоретическую базу по исследуемой проблеме, донести до широкой общественности значительное количество необработанных архивных документов и печатных источников.

Изложение основного материала. Необходимо отметить, что в боевых действиях в Европе в годы Второй мировой войны участвовали три Белорусских фронта. На них была возложена основная задача в Висло-Одерской, Восточно-Померанской, Варшавско-Познанской, Восточно-Прусской, Берлинской операциях. Основной задачей по линии пропагандистского обеспечения боевых действий в вышеуказанных операциях было создание благоприятного образа СССР, и Красной Армии в частности, перед гражданским населением Польши и Германии, а также снижение морально-психологического состояния войск противника на данном участке советско-германского фронта. Эти мероприятия носили разновекторный характер, который раскрывается в следующих основных составляющих.

Органы пропаганды. Общие задачи по организации и ведению пропаганды в СССР возлагались на Главное политическое управление Красной Армии (ГлавПУ РККА). В его состав входил

отдел по работе среди войск противника. Его порядковый номер был седьмым, поэтому с целью сохранения секретности его называли «седьмым отделом», а после реформирования, в 1943 году, «седьмым управлением». Соответственно в политуправлениях фронтов были созданы соответствующие отделы, а в политотделах армий – отделения [1, с. 126]. После перехода Красной Армией границы СССР (согласно приказа НКО № 0268 от 4 августа 1944 года) происходят изменения в структуре ГлавПУ РККА, а именно: дополнительно к управлению кадров, управлению агитации и пропаганды было придано управление по работе среди войск и населения противника [2]. Тогда же в состав фронтовых отделов по работе среди войск противника были введены отделения по работе с местным населением освобожденных стран (штат 5-6 человек). Аналогичные отделения из 5-6 человек были созданы и в политотделах армий [3].

Технические средства пропаганды. Общеполитическую пропаганду (военно-политическую проблематику, вопросы международной обстановки, соотношения сил и средств воюющих сторон и т.п.) доносили до противника и гражданского населения стран Европы, используя радио. Радиопередачи для населения Германии и других стран велись из Москвы, а также созданными при седьмых отделах политуправлений фронтов радиоредакциями [4, с. 382].

По линии устной пропаганды среди войск противника и на освобожденной территории использовались звуковещательные станции таких модификаций: МГУ-39, МГУ-44, МГУ-3500 (МГУ – мощная громкоговорящая установка), ЗВС-100 (ЗВС – звуковещательная станция), МЗС-40 (МЗС – мощная звуковещательная станция). Данная техника была предназначена для звуковещания и звукоимитации. Звуковещание проводилось фронтовыми политорганами с целью агитации и пропаганды среди войск противника через линию фронта. Перечисленная выше техника состояла в штатах полков связи и проводила звуковещание по заданиям седьмых отделов политуправлений фронтов. Звукоимитационные фильмы находились или при станциях, или на складах политуправлений фронтов [5].

Окопные громкоговорящие установки были основным средством устного вещания политотделов дивизии. Они были стационарными, монтировались на передвижных средствах, а также были переносными и работали на аккумуляторах. Мощность таких ОГУ – 70 Ватт, дальность действия – 1-2 километра [6].

Важная роль в агитационно-пропагандистской работе принадлежала агитмашинам. Их мобильность позволяла оперативно реагировать на требования по обеспечению боевых действий. Агитмашина была оборудована кинопередвижкой, радиоприемником, кинофильмами с субтитрами на языке страны пребывания, а также печатной агитационной литературой [7, с. 9; 9, с. 54]. По инициативе командиров и политработников в ряде частей оборудовались агитсани и агитповозки [9, с. 55].

Пропаганда на врага велась также простейшими техническими средствами при помощи жестяных рупоров и мегафонов. Подобные передачи велись рупористами-солдатами, учившими наизусть 3-5 лозунгов на иностранном языке [5]. Качество подобной пропаганды было невысоким из-за примитивизма лозунгов, грубых ошибок в произношении, сильного акцента дикторов, что вызывало насмешки вражеских солдат.

Печатные материалы общеполитического характера разрабатывались в Москве центральным аппаратом Рабоче-Крестьянской Красной Армии по работе среди войск противника. На фронтах получали как отпечатанные листовки, так и матрицы, с которых шло размножение пропагандистских материалов. Фронты использовали свою полиграфическую базу; в армиях обычно имелась походная типография; в дивизиях листовки самостоятельно практически не издавались [4, с. 382].

Для непосредственного изготовления пропагандистских материалов фронты имели в штате свои печатные базы, которые находились в железнодорожных вагонах или нескольких автофургонах. Армейские типографии располагались в одной машине [8].

Агитматериалы, издаваемые Главным политическим управлением Красной Армии, доставлялись на фронты самолетами специальной эскадрильи. На фронтах они распространялись авиацией фронтного и армейского подчинения, а в отдельных случаях, когда осуществлялись полеты в глубокий тыл врага (налеты на Кенигсберг, Берлин, Ростов и др.), – авиацией дальнего действия [6].

Практиковалось применение прицельных артиллерийских средств распространения: агитснарядов, агитмин, агитгранат как заводского, так и полукустарного производства. Наиболее распространенным из них был 152-мм гаубичный агитснаряд, вмещавший около 1 килограмма листовок [6].

С 1944 года в целях пропаганды советские войска стали применять новый агитснаряд 122-миллиметровой гаубицы, разработанной по германскому образцу (для гаубиц образцов 1909/37 г., 1910/30 г. и гаубицы М-30) [5]. Он предназначался для дистанционной стрельбы с целью получения разрывов в воздухе и обеспечения прицельного распространения. Пропагандистами Красной Армии применялась винтовочная агитационная граната ВАГ-42 (образца 1942 г.), запускавшаяся из накалиберной мортирки без прицела.

Применялись для распространения агитматериалов полукустарные технические средства: катапульты, агитзмеи, шары-пилоты и т.п. Их в основном задействовали в условиях отсутствия основных (заводских) средств, а использовались они с учетом находчивости пропагандистов и воинской смекалки солдат.

Особенности пропаганды на территории Польши. Прежде чем начать разговор об особенностях советской пропаганды на страны в зоне ответственности Белорусских фронтов, необходимо отметить, что она напрямую зависела от дипломатических отношений и исторических связей между конкретной страной Европы и СССР. Как известно, по вине польского правительства в эмиграции отношения СССР с ним были прерваны весной 1943 года. Поэтому принципиальное соглашение на вступление советских войск на территорию Польши советское Верховное Командование в начале июля 1944 г. получило от делегации созданного в Варшаве подпольного парламента – Краевого Совета Народового. Соответствующее соглашение между Советским правительством и Польским комитетом национального освобождения (созданным в г. Хелме 21 июля) было подписано несколько позже – 26 июля. Учитывая вышесказанное, можно предположить, что работа политорганов Белорусских фронтов с польской аудиторией велась несколько проще, чем с немецкими войсками и населением (на этом вопросе остановимся ниже).

Что касается основных форм информационно-психологического воздействия, которые применяли советские пропагандисты во время освободительной миссии на территории Польши в годы Второй мировой войны, то основными из них были: устная агитация, звуковещание и печатная пропаганда. В свою очередь устную агитацию можно сгруппировать по следующим видам: групповые беседы, митинги, торжественные собрания, крестьянские съезды [10].

Групповые беседы. Массовая работа среди населения освобожденных территорий начиналась, как правило, в первый же момент после освобождения города или населенного пункта. Первыми начинали проводить работу среди населения политработники и коммунисты частей, которые освободили данный населенный пункт. Политическая работа среди населения велась сначала с местным населением, которое собралось стихийно, желая поздравить Красную Армию и оказать ей помощь, и проходила в форме групповых бесед. Одновременно с этим агитационную работу разворачивали старшие инструкторы фронтов, которые распространяли среди местного населения документы, лозунги и плакаты о советско-польских отношениях [10].

Митинги. В первые 10-15 дней после освобождения города, села, поселка наиболее распространенной формой массовой работы с местным населением были митинги. В крупных городах в первые дни после их освобождения ежедневно возникали десятки стихийных митингов [11; с. 5], на которых представители местного населения выступали с целью выражения благодарности Красной Армии, а представители Красной Армии – с поздравлениями, в которых сообщали об успехах советских войск и всего советского народа в борьбе против немецко-фашистских захватчиков, а также разъясняли освободительную цель Красной Армии.

Торжественные собрания. Значительное место среди массовых мероприятий, проводимых с польским населением, занимали праздничные собрания, которые организовывались по поводу национальных польских праздников или в честь Советского Союза и его Красной Армии. Например, 7 ноября 1944 в связи с 27-й годовщиной Октябрьской революции во всех восточных уездах Польши были проведены торжественные собрания, а в большинстве городов и рабочих поселков были, кроме того, проведены митинги и демонстрации [11; с. 7].

Кроме праздничных митингов и торжественных собраний, на которые приглашались представители различных слоев населения, подобные собрания проводились различными польскими демократическими организациями при участии только своих членов.

Одной из форм ведения морально-психологического обеспечения и агитации, к которым активно привлекались советские пропагандисты, сопровождая вход и пребывание Красной Армии на территории Польши, в данный период было звуковещание.

В каждом только что освобожденном городе и в большинстве населенных пунктов для работы среди населения использовались МГУ. С помощью МГУ прежде всего передавались последние сведения, заявления, обзоры фронтовых газет и т.д.

В сентябре-декабре 1944 г. польское население восточных районов Польши систематически обслуживалось подвижными кинематографическими агитмашинами и МГУ политуправлений фронтов.

На МГУ помимо обычной аппаратуры была установлена кинопередвижная аппаратная [10]. Рейсы киноаппаратуры планировались с таким расчетом, чтобы обслужить в первую очередь отдаленные сельские пункты, в которых еще не проводилось разъяснительной работы.

Одновременно важнейшей формой влияния на любую аудиторию во все времена остается печатная пропаганда. На территории Польши в исследуемый период печатная пропаганда была начата раньше всех видов разъяснительной работы, проводимой политуправлениями фронтов среди польского населения. В печатной пропаганде, проводимой политуправлениями фронтов среди польского населения, например, 2-го Белорусского фронта, гражданам Польши доводилось, что Красная Армия вступает на территорию их государства для преследования и окончательного разгрома гитлеровской армии и оказания помощи польскому народу в его борьбе с немецкими захватчиками с целью восстановления независимой, сильной и демократической Польши. Польскому населению разъяснялось, что Советский Союз считает создание польских органов власти делом собственно польского народа и не намерен менять существующий в государстве общественный порядок [13, с.3]. Основными пропагандистскими материалами, которые распространялись среди населения освобожденных районов Польши были:

- 1) листовки на различные актуальные темы;
- 2) лозунги;
- 3) плакаты;
- 4) официальные документы Польского Комитета Национального освобождения, а затем Временного правительства Польской Республики;
- 5) официальные документы советского правительства, а также высказывания Сталина о советско-польских отношениях, которые издавались в виде листовок, плакатов, брошюр;
- 6) фронтовые газеты, в которых пропагандировалась роль Советского социалистического государства, боевое содружество Красной Армии и Войска Польского; рассказывалось о Красной Армии и состоянии дел на фронтах, о Польше и ее внутреннем строительстве и т.д. [10, 18].

Для населения освобожденных районов Польши с августа 1944 года издавались газеты на польском языке: Политуправлением 2-го Белорусского фронта – газета «Wolna Polska» («Свободная Польша»), Политуправлением 1-го Белорусского фронта – «Wolność» («Воля») [12; с. 176].

Особенности пропаганды на территории Германии. В Германию, которая активно вела боевые действия против Советского Союза, начиная с июня 1941 года, советские войска вступали по праву победителей и в силу военной необходимости с целью разгрома войск противника. Это обусловило и определенную особенность в советской пропаганде, начиная с 1944 года.

В этот момент приобретает значимость вопрос развития у воинов Красной Армии чувств человечности и гуманности в ходе боевых действий непосредственно на территории Германии. Следует отметить, что советское командование неоднократно встречало распространение призывов деморализующих армию в этом вопросе. Например, один из них находился в статьях И. Эренбурга «На Берлин»: «Нет, не люди перед нами... Как простить немцев?» [14, с. 2] или «Их нельзя осилить установками, их можно перевоспитать страхом» [14, с. 4].

Согласно такому положению вещей, в январе 1945 года военно-политическим командованием Советского Союза был издан ряд приказов и распо-

ряжений, в которых было категорически сказано: «не допускать грубого отношения к немецкому населению», «направить чувство ненависти на уничтожение врага на поле боя» и наказывать за мародерство, изнасилования, грабежи, бессмысленные разрушения [3, с. 220].

В сентябре 1944 г. пропаганда Белорусских фронтов на немецкие войска была сосредоточена главным образом на тезисе «Германия зажата в клещи». Превращение бывших союзников Германии в ее противников, выход англо – американских войск на немецкие границы и близость советских войск к Восточно-Прусской границе были основными темами различных листовок этого периода («Только поражения», «События развиваются с сумасшедшей скоростью», «падение Вествала» и другие) [15, с. 21].

Советские пропагандисты кроме аргументов относительно победного шествия Красной Армии использовали и данные о поражении немецких войск в Африке, о выходе из войны Италии, о бомбардировке Германии с воздуха, об угрозе массового уничтожения вследствие тотальных мобилизаций. В пропаганде постоянно подчеркивалось, что во всех поражениях немецкой армии и бедствиях народа виноваты Гитлер и его клика.

На важных участках действий Белорусских фронтов широко применялся действенный опыт концентрации всех средств пропаганды, особенно против окруженных гарнизонов и изолированных групп противника, а также массовая засылка военнопленных и лиц гражданского населения в тыл противника.

В октябре 1944 г., когда войска фронтов перешли границу Восточной Пруссии и вошли в ее пределы, пропаганда была сосредоточена вокруг этого основного события. В период с октября 1944 г. по январь 1945 г. советская печатная пропаганда и устная агитация строились главным образом на следующих утверждениях:

1. Гитлеровские утверждения про неприступность Восточно-Прусского вала – такая же ложь, как и слухи о непреодолимости Атлантического вала и «линии Зигфрида».

2. Гитлер перенес войну на территорию Германии. Красная Армия вошла в Восточную Пруссию, советские западные союзники – в Германию.

3. Бывшие союзники Германии разорвали отношения с Гитлером и тем самым спасли себя от катастрофы. Сотни тысяч немецких солдат порвали с Гитлером, покончили с войной и под руководством своих генералов сдались в плен.

4. Немецкие группировки «Центр», «Южная Украина», «Север» – разбиты. Очередь дошла до восточно-прусской группировки. Спасется лишь тот, кто своевременно оставит обреченную армию Гитлера.

5. Никто не может нанести Германии больше вреда, чем это делают немецкие солдаты, которые продолжают противостояние.

6. «Фольксштурм» – новый кровавый обман немецкого народа и солдат. Он не заменит уничтоженных кадровых дивизий. Гитлер организует не «народное ополчение», а народное убийство.

7. «Фольксштурм» создано потому, что у Гитлера нет больше резервов, – он больше не полагается на регулярную армию.

8. Созданное на Тегеранской конференции единство союзников прочно сейчас, как никогда. Геббельсовская пропаганда о том, что «Тегеран – война нервов», оказалась очередной ложью. Решения конференции выполняются с исключительной

точностью. Готовятся еще более мощные удары по гитлеровской Германии [15, с. 22].

С февраля 1945 г., когда восточно-прусская группировка была разделена на три части и отрезана от центральной Германии, в печатной пропаганде и устной агитации выдвигались следующие основные положения:

1. Опыт «котлов», которые создавала Красная Армия, учит, что окруженным войскам никогда не удавалось их прорвать (Сталинград, Витебск, Будапешт и др.).

2. Немецкие части в Восточной Пруссии находятся глубоко в тылу русских, и о возможности прорыва для них не может быть и речи.

3. У тех, кто окружен, остался небольшой кусочек территории, который ежедневно сокращается силами русских.

4. В рамках восточно – прусского «котла», созданного Красной Армией на территории Германии, находится и немецкое население, которое в случае продолжения противостояния немецких войск обрекается на смерть вместе с войсками.

5. Все порты на побережье Польши и Померании или захваченные русскими, или будут захвачены в ближайшие дни. Бежать некуда.

6. Российская авиация и подводный флот, который базируется сейчас на Балтийском побережье, имеют полную возможность топить немецкий транспорт.

7. Дождаться конца войны, оставаясь в «котле», никому не удастся. «Котел» будет ликвидирован раньше, чем завершится война. Все, кто не желает сдаваться, погибнут.

8. Победители не будут уничтожать ни пленных, ни немецкий народ. Уничтожены будут только германский империализм и нацизм [15, с. 21].

В период непосредственной подготовки к наступлению на Берлин перед спецпропагандистами фронтов командование поставило задачу – максимально усилить работу среди войск противника и тем самым способствовать подрыву политико-морального состояния немецких частей и соединений. Для этого в пропаганде были использованы успехи отдельных боевых операций, проводимых командованием с целью расширения плацдармов на Одере. На переднем крае непрерывно работали все средства звуковещания – мощные громкоговорящие установки, рупоры. Над главной оборонительной полосой противника, в тылу и над Берлином ежедневно распространялись сотни тысяч листовок.

Как только было получено сообщение о капитуляции берлинского гарнизона, все средства пропаганды начали использовать для помощи советским частям в ликвидации отдельных изолированных групп противника, которые, не обладая информацией о капитуляции, продолжали осуществлять противостояние. Через звуковещательные средства передавались приказ немецкого генерала Вейдлинга о капитуляции и выступления немецких офицеров с обращением к немецким солдатам сложить оружие [16, с. 31].

Кроме того, на переднем крае советскими пропагандистами были выставлены плакаты с изображением карты Германии, на которых раскрывались линии фронта на востоке и западе, а также транспаранты, призывавшие немецких солдат к сдаче в плен как единственному пути к спасению. В условиях резкого снижения политико-нравственного состояния войск противника эффективные результаты иногда давала отправка парламентариев. Парламентарские группы

обычно состояли из советских офицеров и переводчиков. Иногда в их состав включали немцев-военнопленных из числа офицеров. Отправка парламентариев вполне себя оправдала. В результате их переговоров тысячи немецких солдат сложили оружие, переходили на советскую сторону. В данном случае посылка парламентариев диктовалась тем, что еще не все солдаты знали о капитуляции берлинского гарнизона. К тому же 2 мая в 13 часов 30 минут адмирал К. Дениц обратился по радио к солдатам берлинского гарнизона с призывом продолжать противостояние [17, с. 27].

Последней листовкой, изданной в годы Отечественной войны, было обращение генерала армии И. Баграмяна (заместителя командующего 3-го Белорусского фронта) к остаткам немецких войск, которые оборонялись в устье реки Висла и косе Фриш-Неруг. В листовке говорилось о безоговорочной капитуляции германского верховного командования и устанавливался срок, к которому немецкие войска должны сложить оружие [15, с. 25].

Выводы и предложения.

1. Советские органы пропаганды накануне вступления Красной Армии на территорию Европы пережили определенные структурные изменения и перераспределение функциональных обязанностей, которые предоставили возможность фронтам выполнять задания, отвечающие требованиям конкретной обстановки на советско-германском фронте.

2. Советские технические средства для обеспечения пропагандистского сопровождения Красной Армии в ходе боевых действий были достаточно высокого, как для того времени, уровня. Их разнообразие позволяло вести агитационно-пропагандистскую работу как среди войск противника, так и среди мирного населения на освобожденных территориях Европы.

3. Организовывая и проводя агитационные мероприятия, советские пропагандисты наиболее широко использовали такие ее формы, как устное (звуковое) вещание (трансляция обращений, зачитывание текстов, выступления военнопленных, доведение происходящих событий на фронте и т.п.) и распространение печатной продукции (листовки, газеты, брошюры, плакаты).

4. Советское руководство, обеспечивая вступление и пребывание своих войск на территории Польши в конце Второй мировой войны, использовало разностороннюю палитру аргументаций необходимости данных действий и, учитывая победный ход Красной Армии, сумело создать необходимую политико-моральную обстановку для привития польскому населению мысли об освободительной миссии СССР в Восточной Европе, а впоследствии создать условия для привлечения страны в орбиту социалистических сателлитов Советского Союза.

5. Органы спецпропаганды Белорусских фронтов по работе среди немецких войск и населения вели разностороннюю агитационную, морально-психологическую работу, которая невзирая на отдельные недостатки была действенной основой для вступления и пребывания Красной Армии на территории Германии в октябре 1944 – апреле 1945 гг.

На современном этапе в историографии остается малоисследованным вопрос реакции на советскую пропаганду войск противника и население европейских государств, куда были введены войска Красной Армии, что и представляет перспективы дальнейшего исследования.

Список литературы:

1. Куцька О.М. Радянські органи пропаганди та їх функції в період Великої Вітчизняної війни (1941-1945 рр.) / О.М.Куцька // Наукові записки (Серія «Історичні науки»). – Острог, 2013. – Випуск 20. – С. 122-129.
2. Военная пропаганда Второй Мировой: общая структура советских органов пропаганды-введение // [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: <http://agitka.su/forum/viewtopic.php?f=6&t=4#p220>. – (Форум «Штыки в землю!»).
3. Мощанский И. Б. Информационная война: Органы спецпропаганды Красной армии / И. Б. Мощанский. – К.: Вече, 2010. – 406. – (Серия Забытые страницы Второй мировой) [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: <http://lib.rus.ec/b/356074/read>
4. Волковский Н.Л. История информационных войн. В 2 ч. – Ч. 2 / Н.Л.Волковский. – СПб.: ООО «Издательство «Полигон», 2003. – 729 с. – (Военно-историческая библиотека).
5. Военная пропаганда Второй мировой // [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: <http://agitka.su/forum/viewtopic.php?f=19&t=37> – (Форум «Штыки в землю!»).
6. Средства распространения агитационных материалов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: http://www.e-reading.org.ua/chapter.php/1007577/3/Moschanskiy_-_Informacionnaya_voyna._Organy_spcpropagandy_Krasnoy_armii.html
7. Из опыта работы среди населения освобожденных районов Польши // Бюллетень «Опыт работы». – М.: Типография ВВВПК, 1944. – №15 (24). – С.3-14. – экз. 102. – (Личный архив автора).
8. Суомалайнен М.А., Куорти Я.А., Ритары И.П., Гринин Н.А. Опыт работы политорганов Ленинградского фронта среди финских войск в период Великой Отечественной войны / М.А. Суомалайнен, Я.А. Куорти, И.П. Ритары, Н.А. Гринин // Бюллетень «Опыт работы». – М.: 3-я типография Управления Военного Издательства МВС СССР, 1948. – № 1(52). – С. 3-68. – Экз. 290. – (Личный архив автора).
9. Новиков В.П. Культурно-просветительная работа в армии и на флоте. Учебное пособие для высших военно-политических училищ / В.П. Новиков, П.С. Додычко, В.Е. Кирпич, В.А. Михайлов и др. – М.: Воениздат, 1977. – 316 с.
10. Куцька О.М. Пропагандистське забезпечення вступу та перебування Червоної Армії на території Польщі в період Другої світової війни / О.Куцька // Науковий збірник «Труди академії». – Київ: НАОУ, 2005. – № 64. – С. 245-252.
11. Формы и методы политической работы среди польского населения (1-й Украинский фронт) // Бюллетень Главного политического управления РККА «Опыт работы». – № 8(33). – 1945. – Июль. – 36 с. – Инв. № 191. – (Личный архив автора).
12. Работа заместителей военных комендантов по политчасти на территории Польши (1-й Украинский фронт) // Бюллетень «Опыт работы». – М.:1-я типография Управления Воениздата НКО им. С.К. Тимошенко. – № 7(32). – Июль. – 1945. – 32 с. – Инв. № 187. – (Личный архив автора).
13. Из опыта работы среди населения освобожденных районов Польши // Бюллетень главного политического управления РККА «Опыт работы». – № 15(24). – декабрь. – 1944. – 32 с. – Экз. 102. – (Личный архив автора).
14. Эренбург И. На Берлин! / И.Эренбург // Красноармеец. – 1944. – № 13-14. – С. 4; № 17-18. – С. 2.
15. Работа политорганов Западного фронта среди войск противника // Бюллетень «Опыт работы». – М.: Главное политическое управление вооруженных сил СССР, 1946. – № 4(37). – С. 15-35. – Экз. 295. – (Личный архив автора).
16. Работа среди войск и населения противника в период Берлинской операции // Бюллетень «Опыт работы». – М.: Главное политическое управление вооруженных сил СССР, 1947. – № 1(40). – С. 9-30. – Экз. 214. – (Личный архив автора).
17. Работа среди войск противника в период окружения Берлина // Бюллетень «Опыт работы». – М.: 1-я типография Управления Воениздата им. С.К. Тимошенко, 1945. – № 7(32). – С. 23-31. – Экз. № 38. – (Личный архив автора).

Куцька О.М.

Академія сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного

ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІЛОРУСЬКИХ ФРОНТІВ ПІД ЧАС БОЙОВИХ ДІЙ ЧЕРВОНОЇ АРМІЇ НА ТЕРИТОРІЇ ЄВРОПИ НАПРИКІНЦІ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ

Анотація

Аналізуються основні напрями ведення пропагандистського супроводу Білоруських фронтів Червоної Армії, форми морально-психологічного впливу та їх практичне значення в ході бойових дій радянських військ на території Європи на завершальному етапі Другої світової війни. Завдання з організації і ведення пропаганди на призначених фронтах ділянках бойових дій покладалися на відділи по роботі серед військ противника. Восени 1944 року до їх складу введені відділення по роботі серед місцевого населення звільнених країн. Організуючи і проводячи агітаційні заходи, радянські пропагандисти найширше використовували такі її форми як усне (звукове) мовлення і поширення друкованої продукції.

Ключові слова: пропаганда, політвідділення, потужні гучномовні установки, листівки, мітинги, усна агітація.

Kutskaja O.N.

Army Academy named after Hetman Petra Sagaidachnogo

FEATURES OF PROPAGANDA ON THE BELARUSIAN FRONTS DURING THE FIGHTING OF THE RED ARMY IN EUROPE AT THE END OF WORLD WAR II

Summary

The main directions of conducting propaganda that accompanied Belorussian Fronts of the Red Army, forms of the moral and psychological influence and their practical meaning during the fighting Soviet troops in Europe in the final stages of World War II. Tasks of the organization and conduction propaganda on the entrusted fighting fronts plot pinned on the service departments which were worked inside of the enemy troops. In the autumn of the 1944 in the composition of that department were entered the sections with responsibility to work with the local population of liberated countries. Organizing and carrying out agitation campaign activities, Soviet propagandists most widely used such forms as oral (sound) broadcasting and distribution of printed materials.

Keywords: propaganda, political office, powerful loud-speakers, leaflets, demonstrations, oral agitation.

УДК 94:726.8.03(477.83-25)

DZIAŁALNOŚĆ POLSKIEGO TOWARZYSTWA OPIEKI NAD GROBAMI BOGATERYW WE LWOWIE W OKRESIE MIĘDZYWOJENNYM

Charczuk K.

Lwowski Narodowy Uniwersytet Rolniczy

W artykule autor analizuje działalność Polskiego Towarzystwa Opieki nad Grobami Bogateryw we Lwowie w okresie międzywojennym. Analizowany wkład tego towarzystwa w zakładanie cmentarzy wojskowych i porządkowanie grobów poległych żołnierzy polskich z okresu wojny ukraińsko-polskiej w latach 1918-1919 i polsko-bolszewickiej w latach 1919-1921.

Słowa kluczowe: towarzystwo, społeczeństwo, cmentarz wojskowy, memorial, pomnik dziedzictwa.

Wszystkie państwa Europy, a w tym i Polska, do ktryej po 1919 r. wchodziła Galicja Wschodnia^{*1}, na warunkach traktatu pokojowego Wersalskiego, określonych w Saint Germain, podpisanego w Paryżu 10 września 1919 r. (artykuły 171 i 172)^{**2}, po I wojnie światowej, zobowiązały się do utrzymania porządku i opieki nad grobami poległych w tej wojnie żołnierzy. Ten szlachetny obowiązek miał spełniać rząd i władze Rzeczypospolitej. Rząd miał zająć się również opieką nad rozszanymi po całej Rzeczypospolitej mogiłami polskich żołnierzy z I wojny światowej (a także zmarłych bohaterów powstań listopadowego, styczniowego i innych walk wyzwolęczych), a obok nich również żołnierzy innych narodowości, którzy znaleźli na polskiej ziemi od kuli, czy bagnetu. O tym, czy groby mają w danym miejscu pozostać, czy też pochowane tam szczątki powinny być przeniesione do innego miejsca, miała decydować specjalna komisja, ktora opiekowała się cmentarzami. Organizacje rządowe i władze Rzeczypospolitej, do ktryej należała wywczas Galicja Wschodnia, były zobowiązane do opieki nad grobami polskich żołnierzy i żołnierzy z innych grup etnicznych i ugrupowań wojskowych, którzy zginęli na jej terytorium. Do takich komisji na terytorium Galicji Wchodnej należały, oprócz rządowych instytucji wojewodztw, także towarzystwa dobroczynne, ktrye dbały o ochronę grobów wojskowych i miały na celu utrwalanie historycznej pamięci o poległych żołnierzach. Do takich instytucji pyrządowych należało m.i. Polskie Towarzystwo Opieki nad Grobami Bogateryw, ktrye pomagało umożliwić polskiemu rządowi w trudnych

stosunkach finansowych wypełnić ten szlachetny obowiązek, nałożony przez wspomniany traktat pokojowy. Działalność Towarzystwa nie znalazła należytego opracowania w pracach historyków, zajmujących się zagadnieniami odnoszącymi się do danej problematyki. Częściowo o działalności tego Towarzystwa można dowiedzieć się z prac Marii Baczyńskiej [1], Ewy Szczerbańskiej [12], Jzefa Białyni Chołodeckiego [2], Aleksandra Medyńskiego [6] i również z publikacji w polskiej prasie międzywojennej [2, 8]. Ważne materiały o tej organizacji znajdują się we lwowskich archiwach [2, 5, 6] i również w materiałach, wydanych przez same Towarzystwo Opieki nad Grobami Bogateryw i Straż Mogił Polskich Bogateryw [10, 11, 13].

Po wojnie polsko-ukraińskiej, w lipcu 1919 r., z inicjatywy Marji Ciszkowej, żony lekarza i matki jednego z poległych w tej wojnie, utworzona została nowa organizacja charytatywna, ktora miała za zadanie opiekować się grobami poległych polskich żołnierzy. Maria Ciszkowa zwróciła się do ywczesnego dziekana wojskowego ks. Jzefa Panasia i prosiła go o wzięcie cmentarza w opiekę. Ks. Panaś wraz z p. Ciszkową i Julią baronową Jorkaschową utworzyli w tym celu specjalny Komitet. W tym samym 1919 r., gdy statut, ułożony przez ks. Panasia był gotowy, zarejestrowano we Lwowie Towarzystwo pod nazwą "Straż Mogił Polskich Bohateryw" [12, s. 6; 7, s. 35]. Na początku Towarzystwem kierowała Kazimierza Neumannowa, żona prezydenta Lwowa Jzefa Neumanna, a następnie – Wanda Mazanowska [7, s. 35]. Posiedzenia Towarzystwa odbywały się we lwowskim Ratuszu, a kancelaria mieściła się w mieszkaniu Wandy Mazanowskiej po to, by uratować rocznie znaczną kwotę, ktryą musiano by wydać na opłaty za lokal, światło, opał, telefon, woźnego, itp.

W pierwszych dniach działalności, w tym że 1919 r., "Straż Mogił Polskich Bohateryw" zajęła się założeniem cmentarza poległych we Lwowie

^{*1} 5 marca 1923 r. Rada Ambasadorów uznała polską suwerenność nad Galicją Wschodnią.

^{**2} Pyżnej był także podpisane postanowienie traktatu pokojowego w Rydziej (18 marca 1921 r.) odnośnie do żołnierzy rosyjskiej i ukraińskiej republiki sowieckiej.