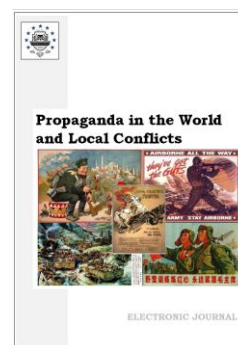


Copyright © 2024 by Cherkas Global University



Published in the USA
Propaganda in the World and Local Conflicts
Issued since 2014.
E-ISSN: 2500-3712
2024. 11(2): 59-62

DOI: 10.13187/pwlc.2024.2.59
<https://pwlc.cherkasgu.press>



Covert War Propaganda in Soviet Periodicals During the Second World War

Elizaveta D. Ivanova ^{a, *}

^a Udmurt State University, Izhevsk, Russian Federation

Abstract

The paper examines the role of print media in the Soviet Union during the war, focusing on their functions as instruments of state propaganda. Under strict state control, newspapers such as “Pravda” and “Izvestia” were used to form and reinforce the official ideology. One of the main techniques of covert propaganda was the use of thematic publications that emphasized the connection between the successes in socialist construction and the power of the armed forces. Visual elements such as illustrations of soldiers and military equipment enhanced patriotic sentiments among readers. Interviews were also conducted with military personnel who presented the army as a symbol of protecting the people. Cultural events such as parades were covered in the press, creating a positive image of military service. These same basic techniques were used during the war years, taking into account the military specifics. They used propaganda techniques to form public opinion supporting military initiatives, formed a mythology around the Red Army, creating a sense of unity between it and the people.

Keywords: hidden advertising, newspapers, propaganda, war.

1. Введение

Скрытая военная пропаганда в советских газетах – это интересный и многогранный аспект советской пропаганды, который отражает идеи того времени и отношение государства к своему народу. Основной задачей этой скрытой пропаганды было укрепление идеологии и формирование положительного имиджа вооруженных сил в сознании граждан.

2. Материалы и методы

Основными материалами исследования послужили газеты «Известия Советов депутатов трудящихся СССР» № 158 (7534) от 06. 1941 г.; № 26 (8019) от 02. 1943 г.; «Правда»; № 57 (9193) от 26.02.1943 г. Кроме сравнительного метода в работе использованы также элементы контент-анализа.

3. Обсуждение

Военной пропаганде в газетах посвящена обширная литература. Вероятно, одной из первых работ в этом направлении стал сборник документов 1954 г., выводы по которым предоставлялось сделать сами читателям (О партийной..., 1954). В 1999 г. появилась объемная работа по формированию соответствующего образа врага в СССР (Фатеев, 1999). В настоящее время общепризнано, что пропаганда стала мощным инструментом, например, для повышения обороноспособности государства как накануне войны (Слезин, Пузырев,

* Corresponding author
E-mail addresses: ivliza.767@gmail.com (E.D. Ivanova)

2010), так и в годы войны (Почепцов, 2015). Обеспечения, мобилизационных процессов (Советская пропаганда..., 2007), как бы сейчас сказали, здорового образа жизни – пропаганде физической культуры и спорта в годы войны (Стряпихина, 2015) и т.д. Интересно также и сравнение советских и германских пропагандистских приемов (Захаров, 2015). Наиболее комплексный анализ пропаганды в печатной продукции сделан Т.А. Срибной в ее диссертации (Срибная, 2005). Этот же автор отмечает феномен скрытой пропаганды. Однако специальных работ по этому вопросу автору не попадалось.

4. Результаты

Сразу следует отметить, что в советский период средства массовой информации находились под строгим контролем государства. Газеты, такие как «Правда» и «Известия», использовались как инструменты для передачи официальной идеологии. В них отсутствовала возможность публиковать критику или информацию, которая могла бы подорвать авторитет власти. Военная реклама плавно и незаметно вплеталась в общий контекст жизни, делая акцент на патриотизме и успехах армии.

Одним из ключевых приемов скрытой пропаганды было использование тематических публикаций. Например, в предвоенное время информационные материалы о социалистическом строительстве часто включали информацию о роли армии в обеспечении безопасности страны. В таких статьях подчеркивалось, как успехи в хозяйственной деятельности зависят от могущества вооруженных сил. Это создавало ассоциацию, что армия и трудовой фронт – неразрывно связанные понятия.

Следует также отметить, что газеты активно использовали визуальные элементы для формирования имиджа военных. Иллюстрации, изображающие солдат и военную технику, были призваны пробуждать у читателей чувство гордости и патриотизма. Подобные образы дополнялись текстами, которые подчеркивали доблесть и преданность армии своему делу. В результате, получался эффект скрытой рекламы, путем создания своего рода мифологии вокруг советских вооруженных сил и их роли в истории страны.

Кроме того, важно отметить, что в газетах часто публиковались интервью с военнослужащими и специалистами, которые подчеркивали значение службы в армии. Такие публикации предлагали читателям увидеть армию как нечто большее, чем просто военное учреждение – символ защиты народа и противостояния врагам. Эта риторика способствовала формированию общественного мнения, поддерживающего военные инициативы, даже когда они могли быть сомнительными с точки зрения рациональности.

Культурные мероприятия также играли важную роль в распространении военной пропаганды. Советы организовывали массовые мероприятия, такие как парады и праздники, где акцентировали внимание на героизме солдат. Газеты активно освещали эти события, с помощью чего создавали позитивный образ армейской службы в общественном сознании.

В военные годы центральные периодические издания, информирующие о новостях фронта должны были вызывать безусловное доверие у населения.

Анализируя такое периодическое издание как «Известия Советов депутатов трудящихся СССР», можно наглядно убедиться в вышесказанном. В номерах газеты, выпущенных в июне 1941 г., немецкие войска называют «разбойниками» и «бандитами» (См., например, «Известия Советов депутатов трудящихся СССР» № 158 (7534) от 06.1941 г.), что моментально стало крылатой фразой, употребляемой практически во всех последующих номерах.

Многие фотографии, карикатуры и маленькие плакаты, публикуемые в «Известиях», сопровождались агитационными «речевками», достаточно простыми, но емкими, которые, со временем, стали у народа «на слуху».

Подобные приемы встречаются и в газете «Правда»: *«Каждый день, каждый час приносит новые известия о неслыханных, о кровавых злодействах гитлеровских бандитов»; «Красная Армия, очищающая родную советскую землю от фашистской нечисти, находит кровавые следы преступлений немцев»* («Правда» № 57 (9193) от 26.02.1943 г.) и т.д.

Что касается культурных мероприятий, в периодических изданиях публиковались статьи, в которых рассказывается о праздниках, демонстрирующих несокрушимость Красной Армии. Например, в газете «Правда» встречается статья под парадоксальным

заголовком: «Празднование в Австрии 25-й годовщины Красной Армии» («Правда» № 57 (9193) от 26.02.1943 г.), что, несомненно, подбадривало граждан Советского Союза и давало чувство единения между армией и народом, а также свидетельствовало о пролетарском интернационализме.

Помимо корреспондентских статей, практиковалась публикация рассказов простых солдат. Так в «Известиях» можно прочесть историю под названием «На улицах Сталинграда» («Известия Советов депутатов трудящихся СССР» № 33 (9169) от 02.02.1943 г.) – простую зарисовку о фронтовой жизни.

5. Заключение

Таким образом, скрытая военная пропаганда в советских газетах – это яркий пример того, как медиа могут использоваться для формирования идеологии и манипуляции общественным мнением. Эти стратегии позволяли государству контролировать восприятие своего народа и укреплять патриотические чувства, а также готовность к защите Родины.

Литература

[Захаров, 2015](#) – Захаров В.А. Военная пропаганда Германии и СССР в годы Великой Отечественной войны // *Молодежный научно-технический вестник*. 2015. № 11. С. 75.

[О партийной..., 1954](#) – О партийной и советской печати: сборник документов. М.: Правда, 1954.

[Почепцов, 2015](#) – Почепцов Г.Г. Феномен советской пропаганды // *Новая газета*. 2015. № 9. С. 36-51.

[Слезин, Пузырев, 2010](#) – Слезин А.А., Пузырев А.Ю. Советская военная пропаганда в провинции как инструмент повышения обороноспособности государства накануне войны // *Национальная безопасность*. 2010. № 3 (8). С. 115-127.

[Советская пропаганда..., 2007](#) – Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «Коммуникация убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: РОССПЭН, 2007. 198 с.

[Срибная, 2005](#) – Срибная Т.А. Военно-патриотическая печатная пропаганда в предвоенные годы и во время Великой Отечественной войны. Дисс. ... канд. ист. наук. М.: РГБ, 2005.

[Стряпихина, 2015](#) – Стряпихина А.А. Политика советского правительства в области физической культуры и спорта в годы Великой Отечественной войны (по материалам газеты "Красный спорт") // *Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология*. 2015. № 1 (20). С. 184-186.

[Фатеев, 1999](#) – Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде. 1945-1954 гг. М.: Ин-т рос. истории РАН, 1999. 123 с.

References

[Fateev, 1999](#) – Fateev, A.V. (1999). Obraz vraga v sovetskoj propagande. 1945-1954 gg. [The image of the enemy in Soviet propaganda. 1945-1954]. M.: In-t ros. istorii RAN, 123 p. [in Russian]

[O partiinoi..., 1954](#) – O partiinoi i sovetskoj pechati: sbornik dokumentov [On the party and Soviet press: a collection of documents]. M.: Pravda, 1954. [in Russian]

[Pochepstov, 2015](#) – Pochepstov, G.G. (2015). Fenomen sovetskoj propagandy [The phenomenon of Soviet propaganda]. *Novaya gazeta*. 9: 36-51. [in Russian]

[Slezin, Puzyrev, 2010](#) – Slezin, A.A., Puzyrev, A.Yu. (2010). Sovetskaya voennaya propaganda v provintsii kak instrument povysheniya oboronosposobnosti gosudarstva nakanune voyny [Soviet military propaganda in the provinces as a tool for increasing the state's defense capability on the eve of war]. *Natsional'naya bezopasnost'*. 3(8): 115-127. [in Russian]

[Sovetskaya propaganda..., 2007](#) – Sovetskaya propaganda v gody Velikoi Otechestvennoi voyny: «Kommunikatsiya ubezhdeniya» i mobilizatsionnye mekhanizmy [Soviet propaganda during the Great Patriotic War: "Communication of persuasion" and mobilization mechanisms]. M.: ROSSPEN, 2007. 198 p. [in Russian]

[Sribnaya, 2005](#) – Sribnaya, T.A. (2005). Voenno-patrioticheskaya pechatnaya propaganda v predvoennye gody i vo vremya Velikoi Otechestvennoi voyny [Military-patriotic printed propaganda

in the pre-war years and during the Great Patriotic War]. Diss. ... kand. ist. nauk. M.: RGB. [in Russian]

[Stryapikhina, 2015](#) – *Stryapikhina, A.A.* (2015). Politika sovetskogo pravitel'stva v oblasti fizicheskoi kul'tury i sporta v gody Velikoi Otechestvennoi voyny (po materialam gazety "Krasnyi sport") [The policy of the Soviet government in the field of physical culture and sports during the Great Patriotic War (based on the materials of the newspaper "Red Sport")]. *Vektor nauki Tol'yatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika, psikhologiya*. 1(20): 184-186. [in Russian]

[Zakharov, 2015](#) – *Zakharov, V.A.* (2015). Voennaya propaganda Germanii i SSSR v gody Velikoi Otechestvennoi voyny [Military propaganda of Germany and the USSR during the Great Patriotic War]. *Molodezhnyi nauchno-tehnicheskii vestnik*. 11: 75. [in Russian]

Скрытая военная пропаганда в советских периодических изданиях в годы Второй мировой войны

Елизавета Дмитриевна Иванова ^{a, *}

Удмуртский государственный университет, Ижевск, Российская Федерация

Аннотация. В работе рассматривается роль печатных средств массовой информации в Советском Союзе во время войны, акцентируя внимание на их функциях как инструментов государственной пропаганды. В условиях строгого контроля государства газеты, такие как «Правда» и «Известия», использовались для формирования и закрепления официальной идеологии. Одним из главных приемов скрытой пропаганды являлось использование тематических публикаций, которые подчеркивали связь между успехами в социалистическом строительстве и мощью вооруженных сил. Визуальные элементы, такие как иллюстрации солдат и военной техники, усиливали патриотические настроения у читателей. Также проводились интервью с военнослужащими, которые представляли армию как символ защиты народа. Культурные мероприятия, такие как парады, освещались в прессе, создавая позитивный образ военной службы. Эти же основные приемы использовались и в годы войны с учетом военной специфики. Они использовали агитационные приемы для формирования общественного мнения, поддерживающего военные инициативы, формировали мифологию вокруг Красной Армии, создавая чувство единства между ней и народом.

Ключевые слова: скрытая реклама, газеты, пропаганда, война.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: ivliza.767@gmail.com (Е.Д. Иванова)