

---

---

**К 75-ЛЕТИЮ ПОБЕДЫ  
В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ 1941–1945 гг.**

---

---

УДК 159.9.01

**МОБИЛИЗАЦИЯ МОРАЛЬНОГО ДУХА  
И ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ  
В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ**

© 2020 г. **Е. В. Харитонова**

*Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт психологии РАН;  
129366, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13, Россия.*

*Кандидат психологических наук, ученый секретарь ИП РАН.*

*E-mail: elena.kharitonova2016@mail.ru*

Поступила 03.02.2020

*Аннотация.* С помощью метода психолого-исторической реконструкции представлена агитационно-пропагандистская деятельность руководства страны в годы Великой Отечественной войны, организованная с целью укрепления морального духа бойцов Красной Армии и улучшения психологического состояния мирного населения страны. Продемонстрировано, что основными источниками психологического воздействия в годы войны были периодическая печать и радиовещание. Показано, что деятельность Совинформбюро способствовала росту патриотизма и предотвращала панические настроения у людей, мобилизуя боевой дух и моральный потенциал народа. Делается вывод о значимости воздействия средств агитации и пропаганды на личность.

*Ключевые слова:* историческая психология, моральный дух, психологическое воздействие, психологическое состояние, Великая Отечественная война, пропаганда, образ, общественное настроение.

**DOI:** 10.31857/S020595920009318-5

События Великой Отечественной войны уходят от нас в далекое прошлое, но героизм советских людей, их мужество и стойкость навсегда остаются в народной памяти. Именно поэтому не теряют своей актуальности и значимости исследования современных ученых, связанные с военной тематикой, что можно объяснить несколькими причинами. Во-первых, исследования поведения человека, его психологического состояния в экстремальных условиях военных действий остаются и в современной действительности одной из острейших научных проблем. Во-вторых, большое значение имеет отсроченное воздействие военных событий и победы в Великой Отечественной войне на сознание современного человека, что убедительно доказывает, например, акция “Бессмертный полк”, демонстрирующая, что Великая Отечественная война 1941–1945 гг. и Великая победа являются консолидирующим элементом для всего российского современного общества. В-третьих, обращение к историческому прошлому и его психологический анализ возможны благодаря логике развития современной психологической науки, например, с помощью разработанной

В.А. Кольцовой системы основополагающих конкретно-научных подходов, принципов и методов в истории психологии [15]. В-четвертых, наше обращение к источникам мобилизации психологического состояния и морального духа народа в годы Великой Отечественной войны позволяет реконструировать события и конкретные действия, которые способствовали укреплению морально-психологического состояния человека и на фронте, и в тылу, помогли преодолеть все тяготы и испытания войны и подготовили ее победоносный исход.

Экстремальные условия войны вызывают в обществе деструктивные явления: в организованном и структурированном ранее обществе происходят резкие изменения, рушатся привычные правила жизни, деформируются групповые связи и границы, поведение и психика людей приобретают характеристики массового поведения, с присущими ему особенностями. Начало Великой Отечественной войны было связано со стремительным наступлением противника и отступлением Красной армии, многочисленными людскими потерями, что привело к хаосу и панике, которые быстро

распространялись среди населения. С самых первых дней войны руководство страны понимало необходимость принятия специальных мер по предотвращению панических настроений у народа и укреплению его психологического состояния, поэтому уже в первом официальном правительственном обращении 22 июня 1941 г. в 12.00 по московскому времени по радио Нарком иностранных дел СССР В.М. Молотов сказал: “Это неслыханное нападение на нашу страну является беспримерным в истории цивилизованных народов вероломством... Наше дело правое! Враг будет разбит! Победа будет за нами!” [17, с. 13]. Этими словами была сделана значимая установка всему советскому народу на справедливый характер войны, которая для всех советских людей является освободительной войной, была дана безоговорочная вера в победу, уверенность в своих силах и продемонстрирована устойчивая взаимосвязь власти и народа.

24 июня 1941 г. выходит постановление ЦК ВКП (б) и СНК СССР “О создании и задачах Советского информационного бюро”, в состав новой информационной структуры были включены представители ТАСС (Я. Хавинсон, И. Эренбург, Е. Петров), руководитель Всесоюзного радиокomiteта (Д. Поликарпов) и группа работников отдела пропаганды ЦК ВКП(б) [18, с. 213]. Главной задачей Совинформбюро было руководство работой по распространению информации о военных событиях и событиях внутренней жизни страны в периодической печати и по радио. Совинформбюро представляло свою деятельность через: 1171 газету, 523 журнала и 18 радиостанций в 23 странах мира, советские посольства за рубежом, общества дружбы, профсоюзные, женские, молодежные и научные организации. Ежедневные сводки Совинформбюро являлись обычно единственным источником информации о положении на фронте в течение всего периода войны. За время войны было официально представлено около 2 тыс. ежедневных сводок Совинформбюро.

Таким образом, Совинформбюро контролировала всю деятельность СМИ организационно и содержательно. Полагаем, что идеологическая и пропагандистская работа Совинформбюро велась на протяжении всей войны и служила для укрепления морального духа советского народа, для мобилизации всех человеческих ресурсов. Основными приемами являлась пропаганда патриотизма, подчеркивалась беззаветная любовь к Родине, обращение к национальным чувствам, национальной гордости, особенностям национального характера. В самые первые дни войны с 22 по 29 июня 1941 в “Правде”, “Известиях”, “Комсомольской правде”, “Красной

звезде”, “Литературной газете”, “Красном флоте”, “Боевой подготовке” было опубликовано 70 статей, посвященных морально-политическому единству и патриотизму советского народа, разъяснялись характер и цели, которые поставила перед всем народом война [9, с. 44].

Историко-психологическое исследование источников укрепления морально-психологического духа народа во время Великой Отечественной войны в качестве исследовательского метода требует специально организованной процедуры психолого-исторической реконструкции. Психолого-историческая реконструкция относится к числу качественных методов, характеризующихся нестатистическими, неколичественными способами получения данных [15]. Она направлена на воссоздание различных проявлений психики людей конкретной эпохи посредством анализа явлений материальной и духовной культуры этой эпохи. Одним из информативных источников воссоздания исторического контекста служит анализ продуктов деятельности, возникающих в определенной социально-исторической среде; исторические источники характеризуются способностью более или менее точного отображения исторической действительности и психологических характеристик своих создателей, что составляет их важнейшую черту и обуславливает саму возможность их функционирования в качестве носителей информации [Там же. С. 293].

Кроме того, историко-психологическая реконструкция предполагает создание модели, основанной с позиций современной психологической науки: так, обращаясь к анализу специально организованных мер, направленных на укрепление морального духа народа, мы обращаемся к проблеме психологического воздействия на коллективный субъект с целью изменения общественных настроений, коллективных переживаний, коллективных чувств. Мы полагаем, что агитационно-пропагандистская деятельность специально организованных правительственных структур в годы войны являлась по своей сути психологическим воздействием, направленным на массовое сознание для укрепления морального духа, профилактики и коррекции колебаний общественных настроений.

На особенности психологического воздействия на человека в том или ином ключе обращали внимание многие современные авторы, но “в современной российской психологии существуют различные точки зрения по поводу того, что считать психологическим воздействием” [23, с. 12]. Обобщив подходы к определению психологического воздействия российских и зарубежных ученых, В.В. Латынов формулирует следующее определение:

“Психологическое воздействие предполагает такое поведение человека или группы лиц, которое имеет целью (или следствием) изменение поведения, когнитивной и эмоциональной сфер другого человека (группы лиц)” [Там же]. Социально-психологическое воздействие трактуется как процесс взаимодействия между социальными объектами: “Его обобщенным эффектом является изменение психических свойств, образований и состояний объекта воздействия: потребностей, интересов, убеждений, идеалов, мировоззрения, установок, стремлений, желаний, знаний, эмоциональных состояний, а также моделей поведения...” [1, с. 19].

В сложных ситуациях человеку свойственно интерпретировать внешние воздействия в логике коллективного субъекта. Термин “коллективный субъект” трактуется А.Л. Журавлевым: “Всякая совокупность людей, проявляющая себя через любые формы поведения, отношения, деятельности, общения, взаимодействия и т.д., есть коллективный субъект” [10, с. 69]. Коллективному субъекту присущи разделяемые всеми входящими в него индивидами коллективные чувства. Под коллективными чувствами понимаются устойчивые, разделяемые членами группы аффективные переживания, связанные преимущественно с относительно стабильными экономическими, политическими, региональными условиями жизни людей. По мнению Т.П. Емельяновой, “...именно аффективная реакция коллективного субъекта, если иметь в виду его типичный, разделяемый членами сообщества ответ, будет первичной” [8, с. 214]. Аффективная реакция коллективного субъекта в виде коллективных чувств, безусловно, обостряется в кризисные моменты. Все групповые действия вызывают определенные эмоции у членов группы, распространение эмоций и чувств в группе называют групповыми или коллективными переживаниями.

В годы войны было распространено коллективное восприятие информации, чаще это было связано с совместным прослушиванием сводок Совинформбюро, радиорепродукторы размещались на улицах, в селах около сельсоветов, на заводах и фабриках непосредственно в цехах, госпиталях, такая практика была очень удобна в связи с тем, что расширяла аудиторию слушателей, помогала аккумулировать возникающие эмоции слушателей, особенно в дни отступлений и потерь, способствовала снижению накала отрицательных эмоций (коллективное обсуждение и взаимная поддержка, коллективные переживания помогали людям не терять надежду и веру в победу). Также широко на фронтах и в тылу использовалось совместное чтение газет, это было связано и с нехваткой самих

печатных изданий и при этом возросшим вниманием к актуальной информации, но и с самой организацией повседневной жизни в годы войны. На передовой такое коллективное чтение часто возглавлялось политруком или замполитом, которое заканчивалось обсуждением и сопровождалось вдохновляющими лозунгами [11].

Суровые военные испытания, с которыми столкнулись люди и на поле боя, и в тылу в годы Великой Отечественной войны, требовали от всех невероятных духовных сил, стойкости, убежденности в своем моральном превосходстве над врагом, веры в победу; именно это обусловило необходимость поддержки психологического состояния, поиска разнообразных источников его мобилизации.

В отечественной военной психологии укреплению морального духа в войсках уделялось специальное внимание, и был накоплен значительный опыт, но в основном это были работы дореволюционного времени, в частности, таких авторов, как П.И. Измestьев (1911), Д.Д. Безсонов (1907, 1911), Г.Е. Шумков (1912), А.С. Резанов (1909), Н.А. Орлов (1914), В.М. Бехтерев (1915) и др. «Единое чувство должно объединять всю армию и этим чувством является любовь к Отечеству. Чтобы солдат мог сознательно выполнять свой долг перед Родиной, необходимо воспитывать чувство патриотизма. Идея отечества, честь, самолюбие, самоуважение или как говорит солдат и простой народ “соблюдай себя” — великое дело. И мы должны всеми силами поддерживать и развивать это “соблюдай себя” в солдатах», — писал П.И. Измestьев [12, с. 34].

Исследования в области военной психологии были продолжены и в послереволюционные годы, но произошло смещение акцентов в тематике исследований, большее внимание стали уделять психофизиологическим особенностям воина и его идеологической подготовке. Воспитательная работа в Красной армии после революции, конечно, осуществлялась, но в ее основе были классовый подход, идеи о воспитании “нового советского человека”.

С началом Великой Отечественной войны вопрос морального духа армии приобрел первостепенное значение, так как от состояния сознания армии, его духовного потенциала зависит боеспособность армии, готовность выполнять поставленные задачи по защите своего Отечества.

Значимость воздействия на массовое сознание советское руководство подчеркивало в самом начале войны: так, управляющий делами СНК СССР А.Я. Чадаев в своих воспоминаниях писал, что

на заседании Политбюро 22 июня 1941 г. В.М. Молотов дал указание печати и Радиокомитету провести широкое разъяснение того, что "...война будет как никогда жестокой. Поэтому наша печать, радио, кино и вся политическая пропаганда должны полностью раскрыть перед советским народом всю опасность, которая нависла над нашей страной, и систематически призывать его на быстрейший разгром врага" [19, с. 11–12]. Сталин был полностью согласен с этим и на следующем заседании Политбюро в ночь с 22 на 23 июня сказал: "Теперь все зависит от нашего умения использовать нашу мощь, поднять энергию, героизм, энтузиазм масс, сосредоточить все усилия на решение задачи разгромить врага" [Там же. С. 20].

В следующем выступлении И.В. Сталина 3 июля 1941 г. был отмечен особый, освободительный характер войны: "Войну с фашистской Германией нельзя считать войной обычной. Она является не только войной между армиями. Она является вместе с тем великой войной всего советского народа против немецко-фашистских войск. Целью этой всенародной Отечественной войны против фашистских угнетателей является не только ликвидация опасности, нависшей над нашей страной, но и помощь всем народам Европы, стонущим под игом германского фашизма" [27, с. 15].

Возможность оказывать воздействие на общественное сознание народа во время войны является важнейшим условием для противостояния врагу. "Пропагандистское сообщение излагает, разъясняет, делает усвояемой ту или иную идею, информирует людей о событиях, фактах, явлениях общественной жизни, помогает закрепить эти сведения в устойчивых представлениях и образах" [21, с. 37]. Направленность такого воздействия — прежде всего это моральный дух воина Красной Армии. "Под моральным духом армии подразумевается состояние сознания личного состава армии, характеризующее духовную способность и готовность вооруженных сил к действиям в соответствии со своим предназначением и поставленными в военное и мирное время задачами" [9, с. 17].

Периодическая печать была ведущей формой советской пропаганды, потому что отражала не только точку зрения официальной власти, но и массовые настроения. Особое внимание в годы войны уделялось военной печати: 5 центральным газетам ("Красная звезда", "Красный флот", "Красный сокол", "Сталинский сокол" и "Военное обучение"); 22 специализированным журналам ("Военная мысль", "Военный вестник", "Артиллерийский журнал", "Журнал автобронетанковых войск Армии" и др.). Кроме того, в войсках издавались



Рис. 1. Примеры периодических изданий патриотической направленности времен Великой Отечественной войны

фронтовые газеты на русском языке и языках народов СССР. А сами названия газет, которые стали распространяться в Красной Армии, говорят сами за себя — в названии газет сформулирован призыв: “За Родину”, “Уничтожим врага”, “На штурм”, “Знамя Победы”, “В бой за Родину!” и многие другие.

В периодической печати формулировались четкие, ясные правительственные установки, выраженные в агитационных лозунгах, которые воздействовали и на воина, и на любого человека в тылу. Прежде всего лозунги: “Все для фронта! Все для Победы!”, который впервые прозвучал в обращении И.В. Сталина к народу в июле 1941 г., и “Наше дело правое! Победа будет за нами!” — акцентировали внимание народа на справедливом характере войны со стороны СССР и внушали уверенность в неизбежности Победы; “Все силы народа — на разгром врага!” — служил смыслом мобилизации народа в советском тылу; “Смерть немецким оккупантам” — призыв для каждого бойца Красной Армии. Можно отметить, что содержание такого воздействия в СМИ было сконцентрировано на нескольких значимых установках: общенародный характер войны, проявляющийся в единстве фронта и тыла; единство партии и народа в борьбе с захватчиками; акцент на героическом прошлом России и ее народа; создание образа героя, способного на подвиг [11].

Особое внимание уделялось защите Советской России при поддержке “вождя мирового пролетариата”: “Пусть осенит вас победоносное знамя великого Ленина... Под знаменем Ленина вперед к победе” [14, с. 48–50].

5 мая 1942 г. в газете “Красная звезда” в статье И.Г. Эренбурга “О ненависти” была дана очень яркая характеристика врага: “Для нас гитлеровцы не просто противники, для нас гитлеровцы — не люди, для нас — убийцы, палачи, нравственные уроды, жестокие изверги, а потому мы их ненавидим” [9, с. 51]. И в этой же статье прозвучал лозунг: “Ни шагу назад!”, который стал определяющим призывом, установкой, звучавшей в каждом бою.

Единство тыла и фронта отражалось во многих публикациях, например, 20 сентября 1941 г. в “Ленинградской правде” опубликовано письмо рабочих-кировцев к защитникам Ленинграда: “Воины Красной Армии, знайте, что ни бомбы, ни снаряды, никакие военные испытания и трудности не поколеблют нашей решимости сопротивляться, отвечать на удар ударом, не заставят нас забыть наше клятвенное обещание: истребить врагов до последнего. Помните, что нет в мире такой силы, которая заставила бы нас, путиловцев-

кировцев, заколебаться. Мы плавим сталь, и мы тверды, как сталь... Мы, киловцы, смело смотрим в лицо смертельной опасности, и скорее смерть испугается нас, чем мы ее” [4, с. 51].

В 24-ю годовщину октябрьской революции 7 ноября 1941 г. И.В. Сталин обратился к воинам Красной Армии и краснофлотцам: “Война, которую вы ведете, есть война освободительная, война справедливая. Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ наших великих предков — Александра Невского, Дмитрия Донского, Кузьмы Минина, Дмитрия Пожарского, Александра Суворова, Михаила Кутузова! Пусть осенит вас победоносное знамя великого Ленина!” [2, с. 23]. Обращение к героическому прошлому России, к национальным традициям и чувствам русского народа способствовало росту патриотических настроений, что, на наш взгляд, стало еще одним источником мобилизации морального духа народа. Образы героев — освободителей Русской земли были призваны служить вдохновляющим примером героизма, мужества, отваги и стойкости.

В статье “Советская психология в условиях Великой Отечественной войны” С.Л. Рубинштейн отметил: “Великая Отечественная война открыла в сердцах советских людей источники невиданного мужества и небывалого героизма. Эти качества сформировались, раскрылись, воспитались в самом ходе Великой Отечественной войны под воздействием великих целей этой войны и осознанной советскими людьми необходимости бороться за их осуществление” [24, с. 390].

Особое место в периодической печати занимают фотоиллюстрации военных лет — это не только фронтовые фотографии, которые отображают моменты сражений, но и фотографии, сделанные в период затишья, между боями, которые показывали, как люди отдыхают, улыбаются, слушают музыку, как они полны жизни и уверенности в победе. Значение и силу воздействия фотоматериалов высоко оценивало и руководство ТАСС, в письме от 12 июля 1941 г. начальнику Совинформбюро А.С. Щербакову ответственный руководитель ТАСС Я.С. Хавинсон пишет: “Снабжение печати Союза и особенно заграницы фотоиллюстрациями с фронтов имеет исключительное значение для нашей пропаганды как внутри страны, так и за ее пределами... Прошу вас дать указания ставке Верховного Командования о создании всех необходимых условий для оперативной работы фотокорреспондентов и об оказании им штабами фронтов, армий и отдельных соединений необходимого содействия” [26, с. 108].

Изображение воздействует на зрителя не так, как текст: во-первых, фотографии легче воспринимались и запоминались, во-вторых, любое изображение сразу создает образ, а образ, в свою очередь, воздействует на чувства зрителя. Образ может восприниматься без размышлений, вызывая определенные реакции: «...результативность воздействия массовой коммуникации во многом определяется тем, на какую область человеческой психики оно направлено. Когнитивные, эмоциональные и поведенческие структуры индивида обладают различной степенью “податливости” коммуникативному воздействию» [22, с. 27]. Зрительные образы военных фотографий, безусловно, воздействовали на эмоциональную сферу, вызывая моментальный отклик в человеке, пробуждая разнообразные эмоции и чувства, помогающие и вдохновляющие. Современные исследования психологии вторичного образа А.А. Гостева показали, что «...образная сфера личности является психологическим инструментом личностного развития... Работа с духовно-нравственными смыслами, осуществляемая через образную сферу личности, способствует положительному вкладу в жизнь общества, в “поле цивилизации”» [7, с. 488].

Таким образом, целенаправленные воздействия на образную сферу личности способны формировать определенные ценности, установки, направленность личности, формировать ее мировоззрение,

что в условиях военных действий должно способствовать укреплению морального духа.

В каждой газете были опубликованы фотографии с фронтов: это и моменты сражений, новая военная техника, портреты героев, но были и особые фотографии, которые имели наиболее сильное влияние, на этих фотографиях запечатлены женские лица. Вот несколько фотографий, на которых мы видим женщин в тылу, на заводе и на войне. Молодые женские лица, форма, оружие, женщина на войне — это особый образ, который вызывал у мужчин на войне желание защищать, повышал стремление к отваге, к подвигу.

Самым значимым и массовым источником информации и пропаганды в годы войны становится радио. Значение радиовещания для укрепления морально-психологического состояния народа имело невероятную силу, так как располагало и скоростью оповещения, и сильным эмоциональным воздействием. Годы войны называют “золотым веком” радио, определившим его основную функцию — сплачивать людей и помогать им выстоять в дни бед и потрясений. Регулярные выпуски “От Советского информбюро” были основной частью радиовещания во время войны, сводки и сообщения повторялись многократно в течение дня. Ежедневно стали выходить документальные программы “Письма на фронт” и “Письма с фронтов Отечественной войны”. С июля 1941 г. в Радиокomitee стали



Рис. 2. Фотоизображения патриотического характера в периодических изданиях 1941–1945 гг.

поступать тысячи писем, сообщавших фронтовикам о жизни, здоровье и судьбе членов их семей. Контроль над этой обширнейшей почтой взял на себя военный отдел Радиокomiteта. Радиопередачи писем имели несколько полезных функций: как средство связи между фронтом и тылом, а также как средство агитации. Комиссия по работе отдела писем Радиокomiteта проанализировала программы с 15 июля по 15 августа 1942 г.: “Можно безошибочно сказать, что передачи писем по радио приобрели популярность среди значительного контингента населения страны в тылу и на фронте. Об этом свидетельствуют следующие факты. В радиокomiteт ежемесячно поступает в среднем 30 тысяч писем на радио. В некоторые месяцы приток писем доходил до 60–70 тыс. ...Агитация — не является основной функцией отдела писем, однако практически письма являются агитационным материалом. Следовательно, вопрос качества, содержания передаваемых в эфир писем имеет большое значение и является главным вопросом работы отдела писем” [26, с. 162].

Летчик Ю. Казьмин писал своей матери с фронта: “Мы побеждаем смерть не потому, что мы не уязвимы, мы побеждаем потому, что мы деремся не только за свою жизнь, мы думаем в бою о жизни мальчика-узбека, грузинской женщине, русского старика. Мы выходим на поле сражения, чтобы отстоять святая святых — Родину”, — это письмо звучало в эфире радио и, конечно же, являлось по своему содержанию агитационным материалом [28, с. 157].

Письма с фронта являются для современных исследователей неисчерпаемым источником анализа психологического состояния и морального духа людей, находящихся на передовой и в тылу. Значение писем военных лет для современной России подчеркивает Всероссийская патриотическая акция “Письма Победы” в ознаменование 75-летия Победы в Великой Отечественной войне. Цель акции — сохранение исторической памяти и преемственности поколений, приобщение детей и молодежи к изучению истории Отечества, воспитание в духе патриотизма и уважения к ключевым событиям прошлого страны.

Содержание писем, которые писали бойцы, было самым разнообразным, но сегодня все они звучат пронзительными “живыми голосами”. Из письма В.Н. Стригина от 5 февраля 1943 г.: “Враг будет разбит, победа за нами! Скоро врага сотрем со своей земли, как грязь с лица!” [5, с. 164]; из письма А.И. Черникова жене от 16 ноября 1944 г.: “А можешь себе представить как сейчас на передовых. Темь — в глаз коли,

в траншеях — вода. Бойцы попеременно и непрерывно работают по выброске грязи и зорко следят за противником... Тысячи людей сидят в земле, тут и там приютились маленькие земляночки. Входишь в одну, в другую, там сидят, беседуют или что-нибудь читают, пишут письма и т.д. Здесь человек не только борется с врагом, но и борется с природой, с непогодой. Это люди, мужество которых трудно переоценить. Это герои! Вот, моя дорогая, так и идет наша жизнь... Ну, ничего, те испытания, которые перенесены, были тяжелее, но ведь они пережиты и новые переживем...” [Там же. С. 167].

Каждое письмо содержит личные переживания автора и в то же время выражает и общие настроения бойцов Красной армии — беспокойство о своей семье, любовь к своим близким, вера в победу и счастливое будущее. Из письма И.И. Шкиндера от 25 июня 1942 г.: “Уже пошел второй год нашей разлуки, год перенесенных невзгод и лишений. Год борьбы с проклятыми фашизмом... Быть может наше счастье впереди, вернусь с победой домой! Все невзгоды пройдут, снова заживем счастливо и радостно. Только одно — не волнуйся, береги себя. Помни, что ты для меня сейчас все. Ну, а обо мне тоже не грусти. У нас коллектив большой, цель и задача перед нами одна. В данное время я живу пока ничего. Новостей особых нет, а что есть, то вы их видите и слышите” [Там же. С. 170]. Автор письма Иван Иванович Шкиндер погиб 24 августа 1942 г. в возрасте 31 года, у него осталась жена и семь дочерей.

Радио военных лет неразрывно связано с “государственным” голосом Юрия Левитана. “Внимание! Внимание! Говорит Москва. Работают все радиостанции Советского Союза!” «Сурово и медленно падали слова, читаемые почти на одной ноте. Никаких красок, никакой игры в интонацию, никаких нюансов. Я понимал, что все иное, кроме мужественного изложения факта, будет неуместным. “...Оставили города...” На перечислении голос словно леденел, звучал громче, отчетливее, не скрывая трудностей военных поражений. Но доминировала вера. Она не угадывалась, а преобладала», — так вспоминал о своей работе в годы войны Юрий Борисович Левитан [20, с. 46].

Большой силой воздействия на общественное сознание обладали радиопублицистические материалы (Р. Кармен, А. Гайдар, Е. Петров, Л. Касиль, К. Паустовский), популярным жанром был жанр радиомитинга: в честь годовщины событий Октября 1917 г., в защиту детей, антифашистские митинги работников различных предприятий и учреждений страны и т.д. Радио сообщало о важнейших событиях в жизни региона и страны:

о параде войск на Красной площади 7 ноября 1941 г., о событиях в Севастополе, передачи из осажденного Ленинграда, о первом артиллерийском салюте 5 августа 1943 г. в честь советских войск, освободивших Орел и Белгород [26].

Самое большое значение радио приобрело в блокадном Ленинграде, оно оставалось почти единственным средством общения города со всей остальной страной. Жители Ленинграда по радио узнавали сводки Совинформбюро, а вся страна слышала живые голоса из города и знала, что город жив, не сдаётся и верит в освобождение. По радио звучали музыка, радиоспектакли, стихи, но когда радио не говорило, звучал звук метронома, который, как стук сердца, свидетельствовал, что город жив.

Из дневника А.Б. Баюканского:

«Услышал голос радио, женщина читала стихи:

Что может враг? Разрушить и убить.

И только-то? А я могу любить...

Грозишь? Грози. Свисти со всех сторон.

Мы победили. Ты приговорен.

Радио! Ленинградское радио! Оно оставалось единственной живой нитью с “большой землей”, постоянно и настойчиво напоминало нам, что мы живы и боремся. Вот и сейчас мне вдруг показалось, что вместе со мной к словам поэтессы Ольги Берггольц чутко прислушиваются даже те, кто лежит недвижимо в домах блокадного города» [2, с. 25].

Музыка на радио в годы войны была особенно востребована, она вдохновляла, воодушевляла, вызвала патриотические чувства, укрепляла моральный дух. Символом единения советских людей явилась песня “Священная война” А.В. Александрова. Слова этой песни, исполненной в первые дни войны, потрясли своей пронзительностью и душевной энергией. Стихотворение Василия Ивановича Лебедева-Кумача было напечатано в газете на третий день войны. Текст прочитал руководитель прославленного Краснознаменного ансамбля песни и пляски Александр Васильевич Александров, в стихах были отражены все мысли и чувства самого композитора, все, что тревожило и мучило в первые дни войны, возник музыкальный образ. Впервые песня прозвучала на Белорусском вокзале для уходящих на фронт бойцов. Первое исполнение вызвало у слушателей настоящее потрясение, ее исполняли несколько раз, слова запоминались и врезались в память, с этого дня “Священная война” стала музыкальным символом-образом Великой Отечественной войны. Эта песня всегда способствовала подъему патриотических чувств у слушателей, она

поднимала в бой, она убеждала каждого, что он вступил в “священную войну”.

Кроме патриотических песен, особую любовь и на фронте, и в тылу получили лирические песни тех лет. Поэт Алексей Сурков написал жене с фронта письмо, а в этом письме стихотворение “В землянке”, которое было очень личным и не планировалось к печати, но в феврале 1942 г. во фронтовую редакцию зашел композитор Константин Листов, он искал стихи, на которые можно написать песню, Сурков вспомнил стихи из письма, записал их по памяти и передал Листову, а уже через неделю эта песня звучала на всех фронтах и каждого воина согревали и поддерживали слова песни: “Мне в холодной землянке тепло от моей негасимой любви”. Солдаты нуждались не только в призывах и лозунгах, но и в тихих, ласковых словах, которые напоминали о мирном времени, о семье, о любимых, и это помогало снять перегрузки от жестокой действительности, от понимания, что “до смерти четыре шага”, наполняло уверенностью в победе и возвращении домой.

И таких песен в годы войны было создано немало: “Темная ночь”, “Огонек”, “Синий платочек”, “Случайный вальс” и многие другие, по своему эмоционально-духовному наполнению песни военных лет имеют самый высокий уровень, они остаются популярными и востребованными и в наши дни. В годы войны оказался нарушен обычный порядок проникновения песен в народ: так, до войны сначала записывалась пластинка, а потом песня приобретала популярность, напротив, во время войны песню пели на фронтах, она становилась известной, а уже потом выходила пластинка. Песенное творчество оказалось особенно притягательным для советских воинов. Сами солдаты исполняли на привалах разные песни, многие играли на различных музыкальных инструментах: балалайке, гармонии, губной гармошке, гитаре, аккордеоне и др. Лирические, мирные песни были источником моральных сил, напоминанием о мирной жизни, о любви, эти спокойные песни вдохновляли бойцов, становились нравственной основой будущей победы, лучшим стимулом и мотиватором, возможно большим, чем агитационные лозунги.

Очень важным психологическим механизмом воздействия в годы войны стало введение личного обращения в тексты призывов, лозунгов, стихов, песен, в плакатах. Обращение “Ты” стало личным обращением к каждому, заставляло задуматься, находило отклик в каждом человеке. Например, плакат “Ты чем помог фронту”, созданный в самом начале войны в 1941 г. художником Д. Моором:



Рис. 3. Плакат “Ты чем помог фронту”

на плакате воин Красной Армии, а на заднем плане мы видим заводские трубы, поэтому плакат обращается к каждому зрителю, он призывает добровольцев на фронт, а тех, кто остался в тылу, — ударно трудиться на благо Родины во имя Победы.

Такое личное обращение адресовано к внутреннему “я” каждого человека, именно об этом пишет С.Л. Рубинштейн: «Каждый индивид как “я” отправляется от “ты”... когда “я” уже осознано как таковое... “Я” — это не сознание, а человек, субъект как сознательный деятель... он — субъект действия, практической деятельности» [25, с. 66]. А такая практическая деятельность в годы войны была связана прежде всего с боевыми действиями на фронте, с мужеством и отвагой каждого воина.

Следующий плакат — это тоже личное обращение: “Вся надежда на тебя, Красный воин” — содержит призыв молодой девушки к защите, ее можно воспринимать как жену, невесту, сестру.

Женские образы обладали невероятной силой, их можно, без сомнения, отнести к “мифологизированным образам”. “Мифологизированные образы — это яркие образы, имеющиеся в структуре менталитета социальной общности” [6, с. 185]. К таким образам относятся также “Отчизна”, “Родина”, “Добро”, “Справедливость”, “Герой”, “Враг”; современные исследователи считают, что такие образы являются “...невербальными гештальтами (неосознаваемыми эталонами, невербальными эталонами)” [3, с. 149]. Подобные образы уже существовали в массовом сознании в годы войны, они опирались на общественные идеалы советской эпохи: социальная справедливость, коллективизм, патриотизм, трудолюбие, семейные ценности.

Художественный образ, созданный в плакате, не только отображает актуальное состояние, он прежде всего устремлен в будущее: “... специфика определяется не только тем, что он отражает и осмысливает существующую действительность, но и тем, что творит новый, вымышленный мир” [16, с. 21].

Но, пожалуй, самым ярким примером такого личного обращения к каждому воину стало стихотворение Константина Симонова “Убей его”, которое позже было названо “Если дорог тебе твой дом...”. Стихотворение было написано в июле 1942 г., опубликовано в газете “Красная звезда” 18 июля 1942 г., на второй день начала Сталинградской битвы. Симонов как военный корреспондент видел своими глазами, что происходило на фронте при отступлении наших войск. Это стихотворение стало призывом в те тяжелые дни, и, возможно, именно такой призыв стал источником морального духа и сил воинов, сумевших отстоять Сталинград.

Стихотворение перепечатывали многие газеты, его в виде листовок сбрасывали с самолетов:

“Если дорог тебе твой дом,  
Где ты русским выкормлен был...”

Последние строки этого стихотворения звучат как призыв, как “крик души” не только автора стихотворения, а всех тех, кто уже потерял своих близких, кто получил “похоронки”, кто навсегда “потерял свой дом”:

“Так убей же хоть одного!  
Так убей же его скорей!  
Сколько раз увидишь его,  
Столько раз его и убей!”

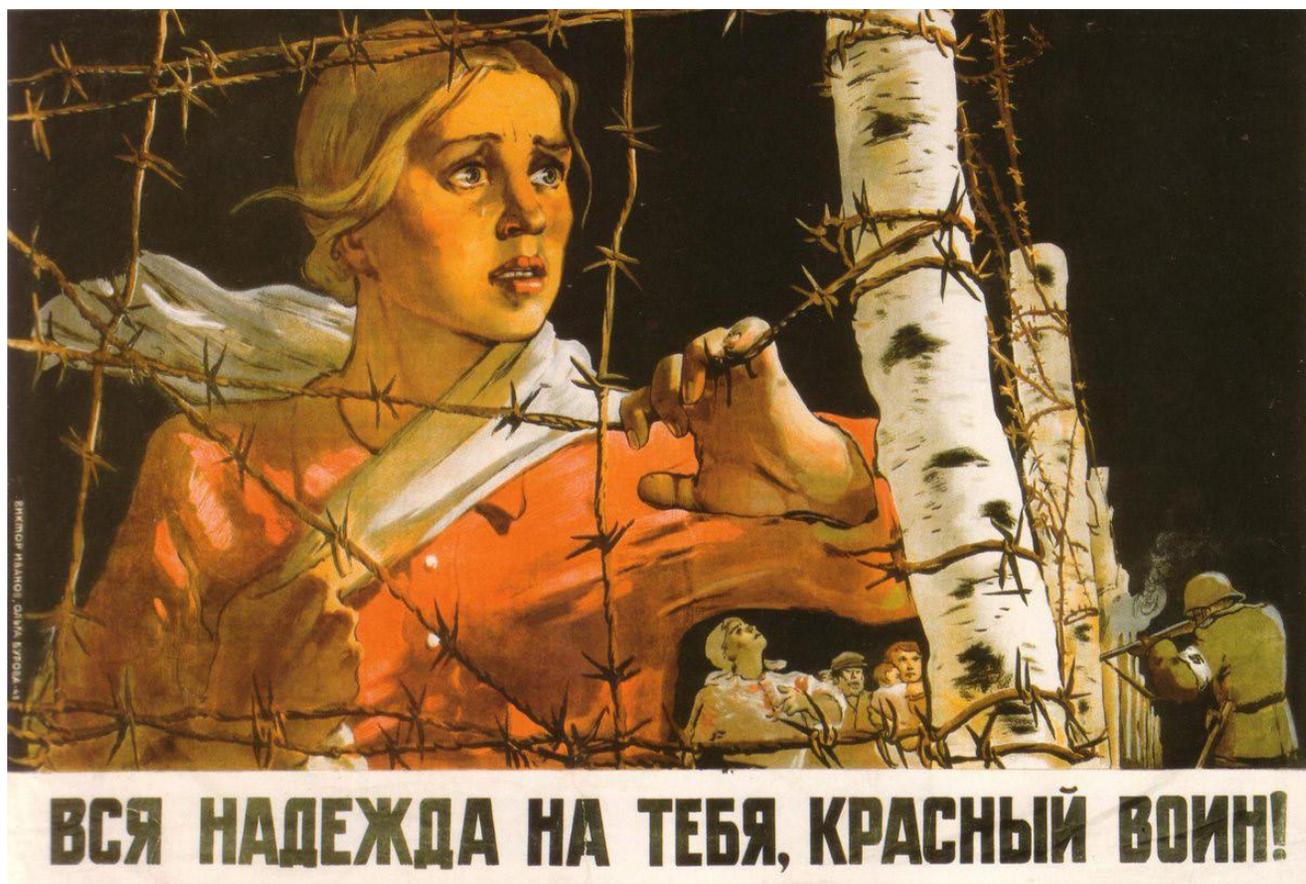


Рис. 4. Плакат “Вся надежда на тебя, Красный воин!”

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Можно утверждать, что в годы Великой Отечественной войны в 1941–1945 гг. была создана целая система агитационно-пропагандистского воздействия, целью которой стала актуализация патриотических ценностей народа, обращение к традиционным национальным ценностям для наиболее эффективного влияния на массовое сознание в целях мобилизации морального духа и психологического состояния народа при использовании всех возможных средств и возможностей, существовавших в то время.

Полагаем, что мобилизирующее действие на морально-психологическое состояние советских людей оказало и обращение Академии наук СССР “К ученым всех стран” от 26 июня 1941 г.: “... Академия наук СССР обращается ко всем ученым мира, ко всем друзьям науки и прогресса с призывом: сплотить все силы для защиты человеческой культуры от гитлеровских варваров... В этот час решительного боя советские ученые идут со своим народом, отдавая все силы борьбе с фашистскими поджигателями войны, — во имя защиты своей родины и во имя защиты свободы мировой науки

и спасения культуры, служащей всему человечеству. Необходимо, чтобы все передовые люди, озабоченные будущим человечества, объединили свои усилия, чтобы предотвратить возврат к средневековью, задержку роста мировой культуры на многие поколения, которую несет с собой озверелый фашизм. Все, кому дорого культурное наследие тысячелетий, для кого священны высокие идеалы науки и гуманизма, должны положить все силы на то, чтобы безумный и опасный враг был уничтожен” [26, с. 284]. Обращение подписали выдающиеся ученые-академики, деятели культуры, всего 43 подписи.

Героический подъем народного духа в Великой Отечественной войне стал выдающимся примером, который оказал воздействие на все советское общество и продолжает влиять на сознание россиян, а День Победы как всенародный праздник продолжает объединять народы и поколения. Обращение к изучению событий Великой Отечественной войны современной психологической наукой является необходимым условием взаимосвязи настоящего с прошлым нашей страны — это источник понимания современной действительности и прогнозирования будущего.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Александрова И.Ю.* Социально-психологическое воздействие в системе бренд-коммуникаций: Монография. М.: Издательский дом ГУУ, 2017.
2. *Бахтияров Р.А.* Плакаты “Окна ТАСС” в художественной жизни Ленинграда периода Великой Отечественной войны. Истоки и особенности образного решения. СПб.: Астерион, 2018.
3. *Березина Т.Н.* Психические образы высших порядков: пространственность или наглядность // Развитие психологии в системе комплексного человекознания. Ч. 2 // Отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2012. С. 145–152.
4. *Бешанов В.В.* Ленинградская оборона. Минск, 2005.
5. Великая Отечественная война в воспоминаниях очевидцев: Сборник материалов / колл. авторов; РО РВИО СК; под ред. Г.Н. Каменева. Ставрополь: Ставролит, 2017.
6. *Гостев А.А.* Глобальная психоманипуляция: психологические и духовно-нравственные аспекты. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2017.
7. *Гостев А.А.* Психология вторичного образа. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2007.
8. *Емельянова Т.П.* Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2006.
9. *Ефремов В.Я.* Моральный дух Красной армии и проблемы его укрепления в годы Великой Отечественной войны: советская и постсоветская историография. СПб.: Нестор, 2006.
10. *Журавлев А.Л.* Понимание “коллективного субъекта”: основные подходы в психологии // Индивидуальный и групповой субъекты в изменяющемся обществе. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 1999. С. 68–70.
11. *Землянский К.А.* Политическая пропаганда и общественное сознание в годы Великой Отечественной войны в 1941–1945 гг. (на материалах Ростовской области): Дисс. ... канд. истор. наук. Ростов н/Д., 2017.
12. *Изместьев П.И.* Из области военной психологии. Варшава, 1911.
13. И шла война народная... Писатели “Военного Содружества” о Великой Отечественной войне. Липецк: Типография Липецк-Плюс, 2018.
14. *Козлов Н.Д.* Общественное сознание в годы Великой Отечественной войны (1941–1945). СПб., 1995.
15. *Кольцова В.А.* История психологии: проблемы методологии. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2008.
16. *Кольшикина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В.* Рекламный образ: технологии воздействия на массовое сознание. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2017.
17. *Кондакова Н.И.* Духовная жизнь России и Великая Отечественная война 1941–1945 гг. М., 1995.
18. КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898–1988). М., 1983. Т. 2.
19. *Куманев Г.А.* Из воспоминаний управляющего делами Совнаркома СССР Я.Е. Чадаева // Отечественная история. 2005. № 2. С. 3–26.
20. *Левитан Ю.Б.* 50 лет у микрофона. М., 1987.
21. Общественное мнение и пропаганда / Акад. обществ. наук при ЦК КПСС; отв. ред. А.К. Уледов. М.: Мысль, 1980.
22. Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Н.Д. Павлова. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2014.
23. Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А.Л. Журавлева, Н.Д. Павловой. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2012.
24. *Рубинштейн С.Л.* Советская психология в условиях Великой Отечественной войны // С.Л. Рубинштейн. Очерки. Воспоминания. Материалы. М., 1989. С. 374–395.
25. *Рубинштейн С.Л.* Человек и мир. М.: Наука, 1997.
26. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: “коммуникация убеждения” и мобилизационные механизмы / Авт.-сост. А.Я. Лившин, И.Б. Орлов. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007.
27. *Сталин И.В.* О Великой Отечественной войне Советского Союза. М., 1952.
28. Сталинградские исторические чтения: Сб. научных докладов и сообщений. М.: Планета, 2018.

## SOURCES OF PSYCHOLOGICAL AND MORAL MOBILIZATION OF PEOPLE DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR

E. V. Kharitonova

*Federal State-financed Establishment of Science, Institute of Psychology RAS;  
129366, Moscow, Yaroslavskaya str., 13, Russia.*

*PhD (Psychology), Academic Secretary of Institute of Psychology RAS.*

*E-mail: elena.kharitonova2016@mail.ru*

Received 03.02.2020

**Abstract.** It is proposed to use the method of psychological and historical reconstruction to consider organized agitation and propaganda activities during the great Patriotic war, the purpose of which was to strengthen the morale of the red Army soldiers and improve the psychological state of the civilian population. It is shown that the activity of the Sovinformburo contributed to the growth of patriotism, prevented panic moods and formed the spiritual potential of the entire Soviet people. It is shown that the main sources of psychological influence during the war were the periodical press and radio broadcasting. The significance of the impact on the figurative sphere of personality is indicated.

**Keywords:** historical psychology, morale, psychological impact, psychological state, the Great Patriotic war, propaganda, image, public mood.

### REFERENCES

1. *Aleksandrova I.Yu.* Social'no-psikhologicheskoe vozdeystvie v sisteme brend-kommunikatsiy: Monografiya. Moscow: Izdatel'skiy dom GUU, 2017. (in Russian)
2. *Bakhtiyarov R.A.* Plakaty "Okna TASS" v khudozhestvennoy zhizni Leningrada perioda Velikoy Otechestvennoy voyny. Istoki i osobennosti obraznogo resheniya. Sankt Petersburg: Asterion, 2018. (in Russian)
3. *Berezina T.N.* Psikhicheskie obrazy vysshikh poryadkov: prostranstvennost' ili naglyadnost'. Razvitie psikhologii v sisteme kompleksnogo chelovekoznaniya. Ch. 2. Eds. A.L. Zhuravlev, V.A. Kol'cova. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2012. P. 145–152. (in Russian)
4. *Beshanov V.V.* Leningradskaya oborona. Minsk, 2005. (in Russian)
5. Velikaya Otechestvennaya voyna v vospominaniyakh ochevidcev: sbornik materialov. koll. avtorov; RO RVIO SK; ed. G.N. Kameneva. Stavropol': Stavrolit, 2017. (in Russian)
6. *Gostev A.A.* Global'naya psikhomanipulyatsiya: psikhologicheskie i dukhovno-nravstvennye aspekty. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2017. (in Russian)
7. *Gostev A.A.* Psikhologiya vtorichnogo obraza. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2007. (in Russian)
8. *Emel'yanova T.P.* Konstruirovaniye social'nykh predstavleniy v usloviyakh transformatsii rossiyskogo obschestva. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2006. (in Russian)
9. *Efremov V.Ya.* Moral'nyy dukh Krasnoy armii i problemy ego ukrepleniya v gody Velikoy Otechestvennoy voyny: sovetskaya i postsovetskaya istoriografiya. Sankt Petersburg: Nestor, 2006. (in Russian)
10. *Zhuravlev A.L.* Ponimaniye "kollektivnogo sub"ekta": osnovnye podkhody v psikhologii. Individual'nyy i gruppovoy sub"ekty v izmenyayushchemsya obschestve. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 1999. P. 68–70. (in Russian)
11. *Zemlyanskiy K.A.* Politicheskaya propaganda i obschestvennoye soznanie v gody Velikoy Otechestvennoy voyny v 1941–1945 gg. (na materialakh Rostovskoy oblasti): Diss. ... kand. istor. nauk. Rostov-na-Donu, 2017. (in Russian)
12. *Izmest'ev P.I.* Iz oblasti voennoy psikhologii. Varshava, 1911. (in Russian)
13. I shla voyna narodnaya... Pisateli "Voennogo Sodruzhestva" o Velikoy Otechestvennoy voyne. Lipeck: Tipografiya Lipeck-Plyus, 2018.
14. *Kozlov N.D.* Obschestvennoye soznanie v gody Velikoy Otechestvennoy voyny (1941–1945). Sankt Petersburg, 1995. (in Russian)
15. *Kol'cova V.A.* Istoriya psikhologii: problemy metodologii. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2008. (in Russian)
16. *Kolyshkina T.B., Markova E.V., Shustina I.V.* Reklamnyy obraz: tekhnologii vozdeystviya na massovoe soznanie. Yaroslavl': RIO YAGPU, 2017. (in Russian)
17. *Kondakova N.I.* Dukhovnaya zhizn' Rossii i Velikaya Otechestvennaya voyna 1941–1945 gg. Moscow, 1995. (in Russian)
18. KPSS v rezolyutsiyakh i resheniyakh s"ezdov, konferentsiy i plenumov CK (1898–1988). T. 2. Moscow, 1983. (in Russian)

19. *Kumanev G.A.* Iz vospominaniy upravlyayushego delami Sovnarkoma SSSR Ya.E. Chadaeva. Otechestvennaya istoriya. 2005. № 2. P. 3–26. (in Russian)
20. *Levitan Yu.B.* 50 let u mikroфона. Moscow, 1987. (in Russian)
21. Obschestvennoe mnenie i propaganda. Akad. obschest. nauk pri CK KPSS; ed. A.K. Uledov. Moscow: Mysl', 1980. (in Russian)
22. Psikhologicheskoe vozdeystvie v mezhlchnostnoy i massovoy kommunikacii. Eds. A.L. Zhuravlev, N.D. Pavlova. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2014. (in Russian)
23. Psikhologicheskoe vozdeystvie: Mekhanizmy, strategii, vozmozhnosti protivodeystviya. Eds. A.L. Zhuravlev, N.D. Pavlova. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2012. (in Russian)
24. *Rubinshteyn S.L.* Sovetskaya psikhologiya v usloviyakh Velikoy Otechestvennoy voyny. S.L. Rubinshteyn. Ocherki. Vospominaniya. Materialy. Moscow, 1989. P. 374–395. (in Russian)
25. *Rubinshteyn S.L.* Chelovek i mir. Moscow: Nauka, 1997. (in Russian)
26. Sovetskaya propaganda v gody Velikoy Otechestvennoy voyny: "kommunikaciya ubezhdeniya" i mobilizacionnye mekhanizmy. Avtory-sostaviteli A. Ya. Livshin, I.B. Orlov. Moscow: Rossiyskaya politicheskaya enciklopediya, 2007. (in Russian)
27. *Stalin I.V.* O Velikoy Otechestvennoy voyne Sovetskogo Soyuza. Moscow, 1952. (in Russian)
28. Stalingradskie istoricheskie chteniya: sb. nauchnykh dokladov i soobscheniy. Moscow: Planeta, 2018. (in Russian).