



**ИСТОРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО  
ПРОЕКТИРОВАНИЯ ВЕДЕНИЯ ПРОПАГАНДЫ НА НАСЕЛЕНИЕ И  
ВОЙСКА ПРОТИВНИКА**

**HISTORICAL ANALYSIS OF PEDAGOGICAL DESIGN OF  
PROPAGANDA ON THE POPULATION AND THE ENEMY TROOPS**

УДК 37.025

**ЕРЁМЧЕВ Павел Андреевич**

**EREMCHEV Pavel Andreevich**

*Аннотация: Статья посвящена вопросам истории педагогического проектирования и использования информационно-психологического воздействия на войска противника и местное население. Рассмотрены некоторые сражения и операции. В результате исторического анализа автор показывает, что залогом успешного исхода боя является предварительная психологическая подготовка и планирование.*

**Ключевые слова:** пропаганда, информационно-психологическое воздействие, вербально-визуальные средства, теле- и радиовещательные средства, компьютерные технологии.

**Abstract:** *The article is devoted to the history of pedagogical design and use of information and psychological impact on the enemy troops and the local population. Some battles and operations are considered. As a result of historical analysis, the author shows that the key to a successful outcome of the battle is preliminary psychological preparation and planning.*

**Keywords:** *propaganda, information and psychological impact, verbal and visual means, television and radio broadcasting means, computer technologies.*

Ведение пропаганды с целью изменения морально-психологического состояния, настроения армии и населения противника начало зарождаться в вооруженных конфликтах первобытного строя.

В интересах комплексного исследования проблематики педагогического проектирования материалов информационно-психологического воздействия (ИПВ) автором был осуществлен специальный историко-педагогический анализ, который предполагал конкретизацию основных тенденций, характеризующих становление и развитие исследуемых в статье процессов, на нескольких периодах истории. При этом в качестве основных периодов для историко-педагогического анализа были выбраны:

1. Период приоритета вербально-визуальных средств ИПВ (882-1899 гг.)
2. Период приоритета теле- и радиовещательных средств ИПВ (1900-1990 гг.)
3. Период приоритета компьютерных технологий ИПВ (1990-2010 гг.)

В основу авторского замысла при выделении периодов был положен уровень развития основных средств информационно-психологического воздействия.

## **Период приоритета вербально-визуальных средств ИПВ (882-1899 гг.)**

Специальные операции за пределами территории страны берут начало с древних времен, а именно с 18 июня 860 г., когда корабли руссов приблизились к столице Византийской империи и высадили десант. Константинополь оказался в осаде, положение было очень тяжелым. По словам митрополита Фотия, слух о мощи Русской армии дошел до стен Константинополя, наводя страх на защитников крепости. Осада длилась почти неделю и была снята после переговоров с быстро вернувшимся из Малой Азии византийским императором [9].

Период XIII-XV вв. стал переломным моментом в отечественной истории. Русь попала под влияние Золотой Орды и долгие годы пыталась от него избавиться. Большим недостатком стала раздробленность страны, а попытки избавиться от «ига» долгое время были безуспешными. Окончательное освобождение Руси от Орды произошло через сто лет после Куликовской битвы в 1380 г. Несмотря на это, противостояние с ханствами, образовавшимися на руинах Золотой Орды, продолжалось еще долгое время.

В истории Российского государства XVIII век часто называют «золотым веком». В этот период Россия сделала большой прорыв в своем развитии, став великой и сильной державой, без которой не решался ни один важный вопрос на международной арене. Повышение боевого духа, наращивание военной, материальной мощи государства было достигнуто благодаря продуктивному вкладу великих политических и военных деятелей, солдат и офицеров российской армии и флота.

Основоположником российской дипломатии можно считать М.И. Кутузова, который выявил связь между внешней и внутренней политикой. Он умело использовал это обстоятельство в своей дальнейшей деятельности. Эта стратегия являлась подлинно государственной и всегда поддерживала политические интересы России [4].

Основными характерными особенностями использования ИПВ данного

периода являлись устрашение, распространение слухов, отпуск военнопленных и образование пятой колонны, а также дезинформация и дискредитация лидера.

Исследованием установлено, что данный период характеризуется несколькими основными тенденциями. Для деморализации войск противника, а также местного населения, стали применяться формы и методы информационно-психологического воздействия. Опыт показал, что при психологическом воздействии на человека вероятность успеха в проведении операции значительно увеличивалась. По мере усовершенствования издательского дела стали использоваться печатные средства. Наблюдая успех на полях сражений, полководцы стали заранее планировать информационное воздействие на войска противника и местное население, используя различные формы и методы, а порой и придумывая новые.

### **Период приоритета теле- и радиовещательных средств (1900-1990 гг.)**

Большую роль в развитии информационно-психологического воздействия сыграло изобретение теле- и радиовещательных средств. Новые возможности дали старт развитию новых форм и методов осуществления воздействия на население и войска противника.

В ходе изучения исторической литературы было установлено, что в вооруженном конфликте на КВЖД в 1929 г. залогом успешного проведения операции была четкая организация планирования и расчет пропаганды на войска противника с использованием подготовки высококвалифицированных кадров и изучением специализированной техники.

Создание в августе 1940 г. Главного управления политической пропаганды Красной Армии среди войск и населения противника дало начало образованию отделов в составе управлений политической пропаганды в военных округах. В этих отделах были образованы отделения пропаганды, в штат которых была добавлена должность старшего инструктора по пропаганде

среди войск противника.

К числу самых эффективных форм пропаганды среди войск и населения противника, применявшихся в годы Великой Отечественной войны, можно отнести звуковещательные средства и устную пропаганду. Для этого были созданы специальные группы, на вооружении которых стояли громкоговорящие установки (Рис. 1).



**Рис. 1.** Специальные группы устной пропаганды

Пропаганда с помощью звуковещательных станций в ходе Великой Отечественной войны, как правило, направлялась на конкретные подразделения или военнослужащих (например, на командное звено войск противника) с требованием сложить оружие и сдаться. Но несмотря на все усилия групп устной пропаганды, сложная обстановка на фронте, а именно недостаточное количество звуковещательной техники, в начале войны сильно ослабляли эффект применения данных средств. Несмотря на малую эффективность применения и многочисленные поражения на фронте, в октябре 1941 г. Главное политическое управление Красной Армии потребовало от политических органов усилить устное воздействие на немецкие войска [10].

В ходе продвижения советских войск к Берлину одной из главных задач стало формирование лояльного отношения к советским военнослужащим среди населения освобождаемых от фашистского режима территорий. Вещание производилось на улицах освобожденных городов. Это делалось для более дальнего распространения звука, а также из соображений безопасности.

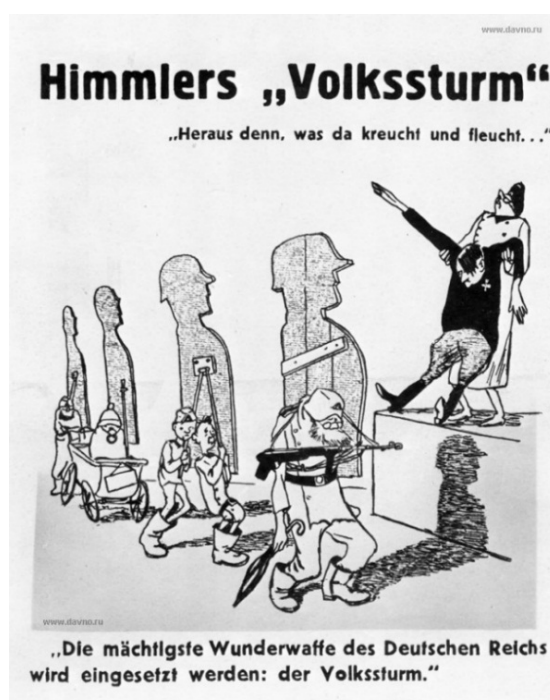
Однако в начальные этапы войны, когда стремительное наступление поддерживало боевой дух немцев, пропаганда с призывом о сдаче в плен была малоэффективной или вовсе не имела смысла. Так, в феврале-октябре 1942 г. по ряду объективных причин немецкие солдаты не доверяли информации с печатных листовок, которые распространялись глубоко в тылу, о беззаботной жизни в советском плену (Рис. 2). В умах немецких солдат таилась надежда на разгром Советского Союза через два года после начала войны, и они даже и не думали о сдаче в плен и шли в бой до конца. Однако уже в декабре 1942 г., попав в окружение под Сталинградом, в ходе массовых поражений, немецкие солдаты с большим интересом читали и сохраняли у себя полученные листовки. И, несмотря на идеологическую подготовку к войне с Советским Союзом и жуткие рассказы о условиях русского плена, немецкие солдаты начали массово сдаваться в плен [1].



Рис. 2. Образец листовки для немецкого военнослужащего

В годы Великой Отечественной войны для поднятия патриотических настроений и морального духа своих войск создавались сатирические и юмористические агитационные плакаты и листовки для пропаганды среди своих войск и войск противника. На них в карикатурной форме были остро подмечены особенности и суть нацистского режима (Рис. 3. На листовке написано: Гиммлеровский Фольксштурм (Из выступления рейхсфюрера СС

Гиммлера): «Каждый дом в городе, каждую деревню, каждый двор, каждый куст будут защищать мужчины, мальчики, старики. Будет применено самое мощное чудо-оружие Германской империи – ее народное ополчение». – П.Е.). Благодаря этим материалам группа «Кукрыниксы» стала известна во всем мире, а сам Адольф Гитлер обещал расстрелять творческое трио после взятия Москвы. За созданные карикатурные плакаты члены группы «Кукрыниксы» были награждены Государственной и Ленинской премиями СССР [6].



**Рис. 3.** Листовка для войск противника 1944 г.

После окончания войны работа с населением Германии продолжалась. Деятельность по перевоспитанию была начата с целью освободить мысли населения от любых проявлений идеологии нацизма, а также создать положительный облик бойцов Красной Армии. Для большинства мирного населения, так же, как и для рядовых немецких военнослужащих, полученная информация о масштабах режима нацизма была огромным потрясением [7].

Корейская война (1950-1953 гг.) показала огромную значимость ведения пропаганды среди мировой общественности. Этот конфликт времен Холодной войны до сих пор рассматривается как противостояние двух сверхдержав –

США и СССР. Советская периодическая печать в период Корейской войны служила мощным методом пропаганды внутри государства. С самого начала войны в сознании советского человека с помощью периодической печати был создан стереотип, что первой войну начала Южная Корея.

Большое количество времени газеты уделяли международному росту сторонников борьбы за мир. «Руки прочь от Кореи!» – под такими заголовками выходили газеты не только в СССР, но социалистические газеты всего мира. Советской пропаганде удалось создать негативный, зловещий образ США, перенаправить общественное мнение как советских людей, так и многих западных граждан, против политики Южной Кореи и ее главного союзника – США – в Корейской войне [2].

Война во Вьетнаме (1965-1974 гг.) дала толчок развитию новых средств, таких как теле- и радиовещательные средства ведения информационно-психологического воздействия. Несмотря на это, широко использовались листовки и газеты на различных языках, которые быстро распространялись по вьетнамской территории [5].

Проведя анализ конфликта во Вьетнаме, правительство США сделало вывод, что основной причиной поражения стала низкая степень поддержки курса правительства населением в собственной стране и мировым общественным мнением. Исходя из этого, были сделаны выводы о том, что перед началом любой операции необходимо убедить население своей страны и мировую общественность в правильности принятого решения и постоянно нарастающей угрозы со стороны агрессора, а также получить поддержку по отношению к предстоящим действиям.

Необходимо отметить, что Соединенные Штаты Америки кардинально изменили характер подготовки к предстоящим конфликтам, что наглядно проявилось на примере последующих войн.

В период Афганского конфликта (1979-1989 гг.) советские войска для оказания психологического воздействия на население Афганистана и вооруженную оппозицию широко использовали распространение печатных



листочков, звуковещание на большие расстояния, а также радиовещание. Довольно эффективным способом пропаганды считался обратный отпуск пленных моджахедов.

В ходе анализа установлено, что печатные формы (листочки, плакаты, обращения и календари с иллюстрациями, карикатуры и т.д.) оказались самыми эффективными по силе психологического воздействия (Рис. 4).



**Рис. 4.** Образец листовки, использовавшейся советскими войсками в Афганистане в 1979-1989 г.

Со временем органы психологического воздействия советских войск в Афганистане пришли к выводу о необходимости ухода от навязывания политической идеологии, и начали обширно использовать методы и способы психологического воздействия, главным из которых является распространение слухов. Немаловажную роль играла подготовка и распространение политических анекдотов. Примером этого является подготовка более 50 анекдотов и юмористических рассказов, направленных на дискредитацию руководителей афганской оппозиции в феврале-апреле 1985 г. офицерами советских органов спецпропаганды [12].

Анализ периода теле- и радиовещательных средств позволяет выделить ряд особенностей развития информационно-психологического воздействия.

Опыт показал, что технологический прогресс неминуемо развивает методы ведения информационно-психологического воздействия, а масштабы влияния увеличиваются с огромной скоростью. Необходимость изучения психологического портрета вызвана расширением географии проведения операций и особенностями населения противника. Одной из главных тенденций можно назвать стремление заручиться поддержкой населения собственной страны и мирового общественного мнения, так как оно играло ключевую роль в исходах последующих конфликтов.

### **Период компьютерных технологий (1990-2010 гг.)**

В ходе боевых действий в Чеченской Республике средствами массовой информации был испытан и использован новый способ изменения общественного мнения. В некоторых программах известных телеканалов более половины всех сюжетов боевых действий освещалось съемками со стороны незаконных бандформирований, которые предъявляли свои требования. После этого сразу же проводился опрос общественного мнения, который показывал негативную динамику отношения населения страны к действиям политического руководства. Тем самым отношение зрителей к сепаратистам становилось более лояльным. Образ федеральных войск, который представляли некоторые СМИ во время первой фазы войны в Чеченской Республике, был крайне размытым [8].

С первых часов грузино-южноосетинского конфликта в 2008 г. правительством Грузии было организовано психологическое воздействие и «обработка» населения как внутри самой страны, так и за рубежом с использованием сети известных международных телеканалов при поддержке влиятельных стран мира. К примеру, после начала операции в здании телекомпании «Триалети» начал работу медицентр, постоянно обслуживавший грузинских и зарубежных журналистов. Основная масса грузинских электронных СМИ, таких как «Грузия on-line», «Рустави-2», «Интерпресс Ньюс» и «Имеди», приступили к стихийному вещанию

информационных материалов, нередко ложных, в том числе и видеосъемок с мест боестолкновений.

Примером эффективного использования материалов информационного воздействия в настоящее время являются меры против Сомалийских пиратов, которые на протяжении длительного времени безнаказанно нападали на торговые суда. Пиратские банды из африканских стран, в том числе Сомали, действуют по нехитрому принципу: их судно подплывает к гражданскому кораблю, после чего хорошо вооруженный десант захватывает его с требованием заплатить многомиллионный выкуп либо компанией-владельцем, либо государством [11].

После появления в СМИ информации о сопровождении торговых судов военными кораблями количество нападений значительно снизилось и постепенно сводится к нулю. Свою роль сыграла скорость распространения, так как о появлении военных эскортов в короткие сроки узнал весь мир.

Информационная среда, которую изучает человек, объединяет в себе сеть информационных потоков, оказывающих на него влияние. С их помощью в общество переходят нормы и порядки поведения, стереотипы и ценности. Используя эти потоки, можно оказать влияние на создание определенных образов реальности у человека. Быстрое развитие технических и программных средств является источником изменения структуры потребностей и возникновения зависимостей, размывания границ реальности [3, С. 175].

С появлением у рядового пользователя новых компьютерных технологий автоматически открывается новый информационный поток, который, совместно с уже имеющимися, оказывает еще более усиленное влияние на сознание. Из этого следует, что существует необходимость разработки механизмов защиты от нежелательной когнитивной информации. Массовые социальные проекты, зачастую работающие в интересах спецслужб, пытаются «заманить» пользователя и навязать ему свою точку зрения, подменить понятия и ввести в заблуждение, не вызывая при этом никаких подозрений. А учитывая мультинациональность и скорость распространения

информации, можно судить о огромных масштабах информационно-психологического воздействия. Значительно усилилось влияние средств массовой информации, так как именно они формируют первоначальную оценку происходящего как у отдельного человека, так и у целых социальных групп.

#### ***ЛИТЕРАТУРА:***

1. Батистов Ю.А. Голос осажденного Ленинграда // Информационный сборник ГлавПУ СА и ВМФ. 1983. № 1.
2. Всероссийский конкурс на лучшую работу по русской истории [Электронный ресурс]. URL: <http://ist-konkurs.ru/raboty/2013/855-1950-1953/> (дата обращения: 11.09.2019).
3. Губенко М.С. Телекоммуникационные технологии в современном социальном пространстве // Вестник университета. Государственный университет управления. 2014. №6. С. 173-176.
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Государственный ордена Ленина исторический музей: [Электронный ресурс]. URL: [http://www.warstar.info/kutuzov/kutuzov\\_4.html](http://www.warstar.info/kutuzov/kutuzov_4.html) (дата обращения: 11.09.2019).
5. Информационные войны против России [Электронный ресурс]. URL: <http://livejournal.com/102101.html/> (дата обращения: 30.09.2019).
6. Кукрыниксы. Военные плакаты Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]. URL: <http://kotindom.ru/art/11-kukryniksy-voennye-plakatyveliko-otechestvennoy-voyny.html> (дата обращения: 25.09.2019).
7. Меллентин Ф. Бронированный кулак вермахта. Смоленск: Русич, 1999 г. 258 с.
8. Неоконченная война. История вооруженного конфликта в Чечне [Электронный ресурс]. URL: [https://booksbunker.com/nikolay\\_grodnenskiy/47466/552.html/](https://booksbunker.com/nikolay_grodnenskiy/47466/552.html/) (дата обращения: 28.09.2019).

9. Николаев В.Д. Свидетельство хроники Псевдо-Симеона о руси-дромитах и поход Олега на Константинополь в 907 г. // Византийский временник. 1981. Т. 42. С. 147-153.
10. Политическая работа среди войск и населения противника в годы Великой Отечественной войны. М.: Воениздат, 1982.
11. Правда-ТВ. Новости мира [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravda-tv.ru/2018/05/18/360849/piraty-napali-na-voennyj-korabl-rf> / (дата обращения: 15.10.2019).
12. Советская пропаганда в Афганистане [Электронный ресурс]. URL: <https://psyfactor.org/lib/propaganda-afghanistan.htm/> (дата обращения: 12.10.2019).

#### **REFERENCES:**

1. Batistov Yu.A. Golos osazhdennogo Leningrada // Informacionniy sbornik GlavPU SA i VMF. [The voice of besieged Leningrad// Information collection] 1983. № 1. (In Russian)
2. All-Russian competition for the best work on Russian history. [Electronic resource]. URL: <http://ist-konkurs.ru/raboty/2013/855-1950-1953> (Access date: 11.09.2019).
3. Gubenko M.S. Telecommunication technologies in modern social space // University Bulletin. State University of Management. 2014. №6. Pp. 173-176.
4. Single window of access to educational resources: State Order of Lenin Historical Museum. [Electronic resource]. URL: [http://www.warstar.info/kutuzov/kutuzov\\_4.html](http://www.warstar.info/kutuzov/kutuzov_4.html) (Access date: 11.09.2019).
5. Information wars against Russia. [Electronic resource]. URL: <http://livejournal.com/102101.html/> (Access date: 30.09.2019).
6. Kukryniksy. Military posters of the great Patriotic war. [Electronic resource]. URL: <http://kotindom.ru/art/11-kukryniksy-voennye-plakatyvelikoy-otechestvennoy-voyny.html> (Access date: 25.09.2019).

7. Mellentin F. Bronirovannyj kulak vermahta [ Armored fist of the Wehrmacht]. Smolensk: Rusich, 1999. 258 p. (In Russian)
8. Unfinished war. History of the armed conflict in Chechnya. [Electronic resource]. URL: [https://booksbunker.com/nikolay\\_grodnenskiy/47466/552.html/](https://booksbunker.com/nikolay_grodnenskiy/47466/552.html/) (Access date: 28.09.2019).
9. Nikolaev V.D. Svidetelstvo hroniki Psevdo-Simeona o rusi-dromitah i pohod Olega na Konstantinopol v 907 // Vizantiyskiy vremennik. [Evidence of the chronicle of Pseudo-Simeon about Rus-dromites and Oleg's campaign to Constantinople in 907 // Byzantine times]. 1981. Vol. 42. Pp. 147-153. (In Russian)
10. Politicheskaya rabota sredi voysk i naseleniya protivnika v gody Velikoy Otechestvennoy voyny. [Political work among the troops and population of the enemy during the Great Patriotic war] M.: Voenizdat, 1982. (In Russian)
11. Truth-TV. World news. [Electronic resource]. URL: <http://www.pravda-tv.ru/2018/05/18/360849/piraty-napali-na-voennyj-korabl-rf/> / (Access date: 15.10.2019).
12. Soviet propaganda in Afghanistan. [Electronic resource]. URL: <https://psyfactor.org/lib/propaganda-afghanistan.htm/> (Access date: 12.10.2019).

**Ерёмчев Павел Андреевич**

преподаватель кафедры военного регионоведения

Военный университет Министерства обороны Российской Федерации

123001, г. Москва, Б. Садовая ул., д. 14.

[eremchevmymail@yandex.ru](mailto:eremchevmymail@yandex.ru)

SPIN-код: 7093-6248

**Eremchev Pavel Andreevich**

Lecturer at the Department of Military Regional Studies

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation

B. Sadovaya ul., d.14, Moscow, Russia, 123001

20.02.02 – Военная педагогика и военная психология.