

ІСТОРИЧНІ НАУКИ

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

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

© О. М. Куцька

Аналізуються напрями пропагандистського супроводу Українських фронтів в ході бойових дій Червоної Армії на території європейських країн наприкінці 1944 – початку 1945 років. Спираючись на конкретні історичні факти, виокремлюються основні форми впливу на цивільне населення країн, в які вступили радянські війська. Наводяться основні зразки радянських агітаційно-пропагандистських техніки та озброєння, що використовувались для поширення усних та друкованих інформаційних матеріалів.

Ключові слова: Червона Армія, фронт, усна агітація, звукомовлення, друкована пропаганда, листівка, мітинг, звукомовна станція, агітаційний снаряд, агітмашина.

The work analyzes propaganda support of Ukrainian fronts in combat operations of the Red Army in European countries at the end of 1944 – beginning of 1945. Based on specific historical facts, major forms of influence on the civilian population of countries that joined the Soviet Army are distinguished. The basic samples of the Soviet agitation and propaganda equipment and weapons used for distribution of oral and printed information materials are introduced.

Keywords: Red Army, front, verbal agitation, sound-speaking, printing propaganda, leaflet, mass meeting, sound-speaking station, agitation shell, agitation machine.

1. Введення

Актуальність даного дослідження полягає в останніх тенденціях розвитку збройної боротьби сучасності. Кінець ХХ століття яскраво довів, що світ вступив в нову еру збройного протиборства. Війни і конфлікти отримали низку особливостей: перевага надається повітряним наступальним операціям, скорочується тривалість безпосередніх бойових дій в часовому вимірі, а фізичне завоювання території вже не є актуальним.

Усе більшого значення надається пропаганді або, як говорять сучасні військові фахівці, інформаційно-психологічній війні. Все частіше кульмінацією конфліктів і воєн стають миротворчі і стабілізаційні місії та операції. І хоча такі поняття, як «інформаційна війна» та «інформаційно-психологічна боротьба» є термінами, народженими кінцем ХХ століття, значний досвід історії пропагандистської та агітаційної роботи минулих воєн дозволить ефективніше використовувати можливості сучасних спеціальних органів в питаннях впливу на військову і цивільну аудиторії. Знання доцільності, правильності і своєчасності тих чи інших пропагандистських заходів на історичних прикладах служить переходом до вірного розуміння планування і проведення сучасного інформаційно-

психологічного протиборства, що й зумовлює актуальність дослідження і його практичне значення.

2. Постановка проблеми

Друга світова війна мала на меті не лише завоювання чужих територій, захоплення людських і природних ресурсів інших держав, але й була війною пропагандистів та агітаторів. Досвід інформаційно-психологічного супроводження радянських військ за межами СРСР у ході останньої світової війни дозволить визначити загальні тенденції розвитку даного виду забезпечення бойових дій для подальшого їх використання як з пізнавальної точки зору, так й у напрямі практичних уроків.

Тому мета роботи – проаналізувати основні форми та способи роботи партполіторганів Українських фронтів серед цивільного населення європейських країн з метою забезпечення необхідного морально-психологічного сприйняття просування Червоної Армії територією Європейського театру воєнних дій (ТВД).

3. Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми

Автором запропонований самостійний теоретико-методологічний підхід до вивчення

пропагандистського забезпечення бойових дій Червоної Армії на вузькому прикладі роботи спецпропагандистів Українських фронтів на ввіреній їм ділянці фронту наприкінці 1944 – початку 1945 років. Акцентуючи увагу саме на етапі воєнних дій в Європі, вдалося розширити теоретичну базу з досліджуваної проблеми, донести до широкої громадськості значну кількість необроблених архівних документів.

4. Літературний огляд

Історіографія діяльності радянської пропаганди і агітації в роки Другої світової війни відрізняється як різноманітністю наукових поглядів, так і значним обсягом літератури різних жанрів і напрямів. Але це не означає, що обрана для дослідження тема розроблена належним чином. Накопичені видання, документи і джерела на сучасному етапі історичної науки ще лише сприяють стиранню «білих плям» та уточненню достовірності подій.

Аналіз наявних досліджень і публікацій свідчить, що попри значні дослідження питань історії інформаційно-психологічної війни (Д. Волкогонов, Г. Почепцов, М. Волковський, В. Крисько, С. Ніконов, Леонтьєва Л. Є.), автора якщо й тораклись питання пропагандистського забезпечення бойових дій в роки Другої світової війни, то здебільшого в загальних обрисах, не конкретизуючи свої наукові пошуки власне на роботі радянських спецпропагандистів із цивільним населенням європейських країн. Дослідження ж з питань роботи пропагандистів у зоні відповідальності Українських фронтів наприкінці 1944 – початку 1945 років у вітчизняній історіографії взагалі відсутні.

Розробку теми даного дослідження забезпечує наступна літературна та джерельна база, яку умовно можна поділити на групи:

1. Документи, видані редакціями Міністерства оборони СРСР, які на період виходу у світ містили інформацію закритого характеру. На сьогодні гриф обмеженого використання на дані джерела знятий. Одиничні примірники матеріалів та їх ксерокопії із завершенням термінів зберігання, моральною застарілістю та у зв'язку із заходами реформування були подаровані автору Західним оперативним командуванням Збройних Сил України та перебувають у його власній бібліотеці [1 – 5].

2. До окремої групи можна віднести видання радянського періоду, які містять значний теоретичний матеріал з досліджуваного питання, але сильно перенасичені ідеологією того часу [6 – 9].

3. До третьої групи варто віднести сучасні видання, але в основному вони присвячені пропаганді в широкому спектрі і надають досить уривчасті відомості досліджуваного питання [10].

4. Окремим джерелом отримання інформації є всевітня мережа Internet, зі сторінок якої можна почерпнути цікаві факти, але часто вони у розпорошеному вигляді і поокремо не мають наукової ваги [11 – 13].

5. В окрему групу можна віднести

дослідження автора даної наукової статті, яка проводила наукове вивчення питань радянської пропаганди під час бойових дій Червоної Армії в Європі в 1944 – 1945 роках та в ході своєї роботи конкретизувала окремі її риси [14, 15].

5. Аналіз форм радянського інформаційно-психологічного впливу на цивільне населення країн Європи в ході супроводження вступу та перебування Червоної армії за межами СРСР наприкінці Другої світової війни (в зоні відповідальності Українських фронтів)

Пристаюючи до викладення основного матеріалу, необхідно відзначити, що у бойових діях на теренах Європи у роки Другої світової війни брали участь чотири Українські фронти. Дані оперативно-стратегічні об'єднання були створені 20 жовтня 1943 року у результаті перейменування: Воронезького фронту на 1-й Український (проіснував до 10 червня 1945 року); Степового фронту – на 2-й Український (проіснував до 10 червня 1945 року); Південно-Західного фронту – на 3-й Український (проіснував до 29 травня 1945 року); Південного фронту – на 4-й Український фронт (проіснував до літа 1945 року). На заключному етапі Другої світової війни на Українські фронти були покладені основні задачі з ведення бойових дій на територіях Польщі, Румунії, Болгарії, Югославії, Угорщини, Австрії та Німеччини [13].

Розпочинаючи мову про особливості радянської пропаганди, необхідно зазначити, що вона напряму залежала від дипломатичних відносин та історичних зв'язків між конкретною країною Європи та СРСР. Так, з восьми країн Центральної та Південно-Східної Європи, на територію яких вступила Червона Армія в роки Другої світової війни, у три країни вона вступила на основі відповідних міжурядових угод. Наприклад, в Чехословаччину – у відповідності з Угодою від 8 травня 1944 року.

Дещо по-іншому склались відносини Радянського Союзу з Польщею. Як відомо, з вини польського уряду в еміграції відносини СРСР з ним були перервані навесні 1943 року. Тому принципову угоду на вступ радянських військ на територію Польщі радянське Верховне командування на початку липня 1944 року отримало від делегації створеного у Варшаві підпільного парламенту – Крайової Ради Народової. Відповідну угоду між Радянським урядом та Польським комітетом національного визволення, створеним у м. Хелмі 21 липня, було підписано дещо пізніше – 26 липня.

Щодо вступу радянських військ на територію Югославії, то у другій половині 1944 року керівництво Національного Комітету Визволення Югославії (НКВЮ) неодноразово висловлювало побажання про встановлення більш тісної бойової співпраці між Червоною Армією та НКВЮ у створенні єдиного фронту боротьби двох братських армій. У заяві ТАРС від 29 вересня 1944 року з урахуванням тогочасної обстановки про обставини вступу радянських військ в Югославію йшлося, що

радянське командування звернулось із проханням до НКВЮ надати згоду на тимчасовий вступ радянських військ на югославську територію, що межувала з Угорщиною.

У решта країн Європи, які активно вели бойові дії проти Радянського Союзу (Німеччина, у складі якої перебувала Австрія, Угорщина, Румунія); або які вели проти нього ворожу політику (монархо-фашистський режим Болгарії), радянські війська вступали по праву переможців та в силу воєнної необхідності з метою розгрому військ противника.

Основним завданням із пропагандистського забезпечення вступу та перебування Червоної Армії на території країн Європи з кінця 1944-го та перші повоєнні роки було створення сприятливого образу Радянського Союзу, і радянських військ зокрема, перед цивільним населенням європейських держав.

Загальні завдання з організації і ведення пропаганди в СРСР поклалися на Головне політичне управління Робітничо-Селянської Червоної Армії (ГоловПУ РСЧА). До його складу входив відділ по роботі серед військ противника. Його порядковий номер був сьомим, тому з метою збереження секретності його називали "сьомим відділом", а після реформування, в 1943 році, "сьомим управлінням". Відповідно в політуправліннях фронтів були створені подібні відділи, а в політвідділах армій – відділення. Після переходу Червоною Армією кордону СРСР (згідно з наказом НКО №0268 від 4 серпня 1944 року) відбуваються зміни в структурі ГоловПУ РСЧА, а саме: додатково до управління кадрів, управління агітації і пропаганди було додано управління по роботі серед військ і населення противника. Тоді ж до складу фронтових відділів по роботі серед військ противника були введені відділення по роботі з місцевим населенням звільнених країн (штат 5-6 чоловік). Аналогічні відділення з 5-6 чоловік створені й в політвідділах армій [15].

Основними формами інформаційного-психологічного впливу, які застосовували радянські пропагандисти під час бойових дій на території європейських країн в роки Другої світової війни, були: усна агітація, звукомовлення та друкована пропаганда.

У свою чергу усну агітацію можна згрупувати за наступними видами: групові бесіди, мітинги, урочисті збори, селянські з'їзди.

Групові бесіди. Масова робота серед населення звільнених територій розпочиналась, як правило, в перший же момент після звільнення міста або населеного пункту. Першими розпочинали проводити роботу серед населення політпрацівники та комуністи частин, що звільнили цей населений пункт. Політична робота велась спочатку з місцевим населенням, яке зібралось стихійно, бажаючи привітати Червону Армію та надати їй допомогу, і проходила в формі групових бесід. Одночасно з цим агітаційну роботу розгортали старші інструктори з'єднань, які розповсюджували серед місцевого населення документи, гасла і плакати тощо [9]. Наприклад, у Болгарії, мешканці якої цікавились

радянським стилем життя, політвідділи проводили різноманітні бесіди та семінари на такі теми, як «Хто в СРСР керує фабриками і заводами», «Що таке колгоспи» і т.д. [6, с.78].

Мітинги. В перші 10-15 днів після звільнення міста, села, селища найбільш розповсюдженою формою масової роботи з місцевим населенням були мітинги [9]. Так, наприклад, у великих містах Польщі в перші дні після їх звільнення щоденно виникали десятки стихійних мітингів, на яких представники місцевого населення виступали з метою висловлення подяки Червоній Армії, а представники Червоної Армії – з привітаннями, в яких повідомляли про успіхи радянських військ і всього радянського народу у боротьбі проти німецько-фашистських загарбників, а також роз'яснювали визвольну мету Червоної Армії [14; с.5].

Нерідко у великих містах скликались великі радіомітинги. Наприклад, в ході роботи радянських пропагандистів у населених пунктах Угорщини магнітна гучномовна установка курсувала просто вулицями міста, а диктор оголошував, що у певній годині і на певному майдані відбудеться радіомітинг. У призначеному місці збирались тисячі людей [2, с.9].

Урочисті збори, які організовувались як представниками країни, в які вступала Червона Армія, так і радянськими партполітпрацівниками [9]. Наприклад, у донесенні політвідділу 57-ої армії про ставлення населення Югославії до Червоної Армії від 9 жовтня 1944 року наголошувалося, що «населення Сербії у всіх селах і містах влаштувало частинам і з'єднанням Червоної Армії урочисту і щире зустріч ... Жителі зустрічали війська гаслами на честь Червоної Армії, вручали квіти, пригощали воїнів білим хлібом, запрошували собі на обід» [8, с.170].

У Польщі були поширені святкові збори, які організовувались з приводу національних польських свят або на честь Радянського Союзу та його Червоної Армії. Наприклад, 7 листопада 1944 року в усіх східних уїздах Польщі були проведені урочисті збори у зв'язку з 27-ю річницею Жовтневої революції [14, с.7].

Поряд із заходами загального спрямування радянські пропагандисти проводили цілеспрямовані зібрання, зокрема селянські збори та з'їзди. У зв'язку з проведенням земельної реформи, наприклад, польські демократичні партії проводили серед селян потужну масово-роз'яснювальну роботу [9].

Масова роз'яснювальна робота серед робітників заводів і шахт проводилась в першу чергу через «світлиці». Роботу в «світлицях» проводили в основному профсоюзні і партійні організації. Крім того значний внесок в роботу «світлиць» робили міські управління пропаганди. При «світлицях» влаштовувались бібліотеки, створювались драматичні та музичні гуртки. Міське населення із задоволенням їх відвідувало і, крім іншого, цікавилось літературою, якою «світлиці» були наповнені. Наприклад, лише протягом січня – лютого в Мендзихунському уїзді Польщі було організовано 30, а в Високо-Мазовецькому – 40 «світлиць» [14;

с.19]. Іншою формою ведення морально-психологічного забезпечення та агітації, до якого активно залучались радянські пропагандисти, супроводжуючи вхід та перебування Червоної Армії на території Європи, в даний період було *звукомовлення*.

При цьому загальнополітичну пропаганду (військово-політичної проблематики, питань міжнародної ситуації, співвідношення сил і засобів сторін, що воюють і т. д.) доносили до противника і цивільного населення країн Європи, використовуючи радіо. Радіопередачі велися переважно з Москви, а також створеними при сьомих відділах політуправлінь фронтів радіоредакціями [10, с.382].

Для ведення звукомовної пропаганди безпосередньо у смузі дії фронтів використовувалися звукомовні станції таких модифікацій, як МГУ-39, МГУ-44, МГУ-3500 (МГУ – потужна гучномовна установка), ЗВС-100 (ЗВС – звукомовна станція), МЗС-40 (МЗС – потужна звукомовна станція). Перерахована вище техніка перебувала в штатах полків зв'язку і проводила звукомовлення за завданням сьомих відділів політуправлінь фронтів [11].

МГУ використовувались практично у кожному щойно звільненому місті. За допомогою них, перш за все, передавались останні відомості, заяви, огляди фронтових газет тощо.

Для прикладу, в одному лише Відні (Австрія) за 3 дня (з 9 по 11 квітня 1945 року) було проведено 268 передач через потужні гучномовні установки та окопні звукомовні станції. Містом курсували 2 МГУ та спеціальна агітмашина [3, с.36].

У рамках забезпечення наступальних операцій на найбільш важливих напрямках бойові порядки Український фронтів супроводжувались одночасно декількома засобами для ведення пропаганди на противника та місцеве населення. Так, станом на 28 січня 1945 року для організації звукомовлення на оточений гарнізон у м. Познань (Польща) були зосереджені одна фронтова, одна армійська МГУ, п'ять дивізійних ОГУ та 45 рупорів. Усі звукомовні засоби були розташовані та курсували таким чином, що звукопередачі могли вестись зі всіх сторін [4, с.20].

Основним засобом усного мовлення політвідділів дивізії були окопні гучномовні установки. Вони були стаціонарними, монтувались на пересувних засобах, а також були переносними і працювали на акумуляторах. Потужність таких ОГУ – 70 Ват, дальність дії – 1-2 кілометри [12].

Найбільш активно використовувались ОГУ на передньому краю або у прифронтовій зоні. Наприклад, в ході бойових дій на території Чехословаччини лише за березнь-квітень через ОГУ було проведено для місцевого населення більше 300 передач [1, с.20]

Водночас найважливішою формою впливу на будь-яку аудиторію у всі часи залишається друкована пропаганда. Зазвичай поширення друкованої пропаганди розпочиналось раніш за всі види роз'яснювальної роботи, що проводилась

політуправліннями фронтів серед місцевого населення країн Європи.

Друковані матеріали загальнополітичного характеру розроблялися в Москві центральним апаратом Робітничо-Селянської Червоної Армії з роботи серед військ і населення противника. На фронтах отримували як віддруковані листівки, так і матриці, з яких йшло розмноження пропагандистських матеріалів. Фронти використовували свою поліграфічну базу; в арміях зазвичай була похідна друкарня; у дивізіях листівки самостійно практично не видавалися [10, с.382].

Агитматеріали, що видавались ГоловПУ Червоної Армії, доставлялися на фронти літаками спеціальної ескадрильї. На фронтах вони поширювалися авіацією фронтового та армійського підпорядкування, а в окремих випадках, коли здійснювалися польоти в глибокий тил ворога, – авіацією далекої дії [12].

Практикувалося використання прицільних артилерійських засобів поширення: агітснарядов, агітмін, агітгранат як заводського, так і напівкустарного виробництва. Найбільш поширеним з них був 152-мм гаубичний агітснаряд, що вмщав близько 1 кілограма листівок [12]. З 1944 року з метою пропаганди радянські війська стали застосовувати новий агітснаряд 122-міліметрової гаубиці, розробленої за німецьким зразком [11]. Він призначався для дистанційної стрільби з метою отримання розривів у повітрі і забезпечення прицільного поширення.

Пропагандистами Червоної Армії застосовувалася гвинтівкова агітаційна граната ВАГИ-42, що запускалася з надкаліберної мортирки без прицілу [12].

Основними пропагандистськими матеріалами, що розповсюджувались серед населення країн Європи, були: листівки на різноманітні актуальні теми; гасла; плакати; офіційні документи європейських держав та радянського уряду, а також висловлювання Й.Сталіна про відносини із державами Європи, що видавались у вигляді листівок, плакатів, брошур; фронтові газети, в яких пропагувалася роль Радянської соціалістичної держави, бойова співдружність Червоної Армії і національних збройних формувань; розповідальське про Червону Армію і стан справ на фронтах; про країни Європи та її внутрішнє будівництво тощо [10].

Наприклад, тільки на території Польщі політорганами 1-го Українського, 1-го і 2-го Білоруських фронтів було видано більше 30 найменувань друкованих пропагандистських матеріалів. Загальний їх тираж перевищував 2,5 млн екземплярів [14, с.12].

В Австрії лише за період з 1 по 8 квітня 1945 року було видано та розповсюджено 2,5 млн листівок і 2 млн яскравих плакатів та гасел, які роз'яснювали звернення маршала Толбухіна до австрійського народу та Заяву Радянського Уряду [3, с.36].

Радянські політоргани використовували для роботи серед населення країн Європи й наочну агітацію. Зміст такої пропаганди був

найрізноманітнішим: показ успіхів Червоної Армії, картосхеми з розташуванням військ на радянсько-німецькому фронті, дискредитація Гітлера та його прихильників. Наочна агітація застосовувалась також під час вуличних боїв. Так, наприклад, на стінах будинків румунських міст писали різноманітні гасла або у вікнах останніх поверхів високих будівель виставлялись плакати та щити з агітаційними закликами [9, с. 140].

Для угорського населення в ході просування Червоної Армії територією їх держави було видано 276000 екземплярів художніх плакатів, підготовлено 25 пересувних фотовиставок, 25 великих портретів вождів, 51 панно, 17 альбомів, 19 стендів для карт та газет і т.ін. У лютому 1945 року при відділенні були створені художня та фотомайстерні. Вони виготовили 13 пересувних фотовиставок «Ленін – вождь та організатор Радянського Союзу» та 12 пересувних фотовиставок «Звірства німців та салашистів у Будапешті» [2, с. 7-8].

У ході безпосередньої роботи з місцевим населенням велике значення надавалось газетам, які постачались політорганами Червоної Армії. Так, в Братиславі (Чехословаччина) виходили словацькі газети «Правда» та «Час»; на території Польщі в районі відповідальності 1-го Українського фронту – «Нове життя»; в Угорщині – «Угорська газета»; в Румунії – «Вільний голос», «Новий голос» і т.д. [1, 2, 5, 14]

У Румунії, наприклад, для забезпечення швидкої доставки газет населенню поліуправління фронту виділяло навіть спеціальну автомашину та групу працівників з розповсюдження агітматеріалів, яка налагоджувала зв'язок з місцевою владою і вже за їх допомогою доставляла газети у населені пункти [9, с.176].

Агітмашинам належала важлива роль. Їх мобільність дозволяла оперативно реагувати на вимоги із забезпечення бойових дій. Агітмашини були обладнані кінопересувками, радіоприймачами, кінофільмами з субтитрами на мові країни перебування, а також друкованою агітаційною літературою [7, с.54-55].

Велику увагу радянські пропагандисти приділяли демонстрації радянських кінофільмів та організації концертів для місцевого населення. Для демонстрації радянських кінофільмів працівники відділень використовували кінопересувну апаратуру військових частин або стаціонарні установки місцевих кінотеатрів. Так, у Чехословаччині з 1 по 6 травня 1945 року в місті демонструвались такі кінокартини як «Суворов» та «Кримська конференція», «Чапаєв», «Веселка», «Секретар райкому». Цікавим є той факт, що обком партії виділяв двох працівників, які перед кожним сеансом давали коментарі до кінокартини. Тези коментарів були заздалегідь складені працівниками відділення і переведені на словацьку мову [1; с.17, 22].

У всіх великих містах і багатьох селах давались концерти силами червоноармійських ансамблів пісні і танцю. Наприклад, станом на липень 1945 року для місцевого населення

Чехословаччини було дано 11 концертів армійського ансамблю пісні і танцю [1; с.17].

Засобом створення позитивного іміджу СРСР у перші повоєнні місяці була й допомога червоноармійців у відновленні інфраструктури держави, на території якої вони перебували. Радянські солдати залучались до будівництва доріг і мостів, відновлення будівель і заводів тощо. Але найбільшого значення у повоєнний період набуває продовольча допомога, про надання якої одразу повідомлялось через періодичні видання [8].

7. Апробація результатів дослідження

Апробація результатів відбулась на: Науково-практичній конференції «70 років від початку визволення України від німецько-фашистських загарбників» (Львів, 2013р.); П'ятій заочній міжнародній конференції «Сучасні міждисциплінарні дослідження: історія, сьогодення, майбутнє» (Київ, 2014р.); III Всеукраїнській науково-практичній конференції «Історико-філософські дослідження молодих учених» (Суми, 2014р.). Тези виступів автора опубліковані. Окремі положення висвітлені у 6 статтях, опублікованих у наукових фахових виданнях.

8. Висновки

Організуючи та здійснюючи агітаційні заходи, радянські пропагандисти найбільш широко використовували такі її форми, як усне (звукове) мовлення (трансляція звернень, зачитування текстів, виступи визначних людей, доведення подій на фронті тощо) і розповсюдження друкованої продукції (листівок, газет, плакатів тощо).

Радянські технічні засоби для забезпечення пропагандистського супроводу Червоної Армії були досить високого, як для того часу, рівня. Їх різноманітність дозволяла на належному рівні вести агітаційно-пропагандистську роботу серед мирного населення на звільнених територіях Європи.

Радянське керівництво, спираючись на переможну ходу Червоної Армії та організуючи високий рівень пропагандистського забезпечення вступу та перебування своїх військ на території країн Європи, спромоглося створити необхідну політико-моральну обстановку для навіювання більшій частині європейського населення думки про визвольну місію СРСР у Східній та Центральній Європі.

З огляду на те, що світ увійшов у століття застосування інформаційних технологій у військовій сфері, історичний досвід пропагандистського забезпечення бойових дій Червоної Армії є чималим джерелом для накопичення, аналізу та застосування інформації щодо доцільності та дієвості тих чи інших форм впливу на населення держави, на якій з тією чи іншою метою перебувають іноземні війська та дислокуються військові бази.

Література

1. О работе среди населения Чехословакии (2-й Украинский фронт) [Текст] // Бюллетень «Опыт работы». – 1-я типография Управления воениздата НКО им. Тимошенко. – №8(33). – 1945. – С. 16 – 23.

2. О работе среди немецко-венгерских войск, окруженных в районе Будапешта [Текст] // Бюллетень «Опыт работы». – М.: Главное политическое управление РККА, 1945. - №5 (30). – С. 3 – 18.

3. Положение в Австрии [Текст] // Информационный бюллетень. – М.: 1-я типография Управления Воениздата НКО им. Тимошенко, 1945. – №8(299). – 39 с.

4. Работа среди окруженных группировок противника: работа среди войск противника, окруженных в г. Познань // Бюллетень «Опыт работы». – М.: 1-я типография Управления Воениздата НКО имени С. К. Тимошенко, 1945. – №5(30). – С. 13-27.

5. Тюльпанов, С. И. Пропаганда среди немецко-румынских войск в период Крымской операции [Текст] / С. И. Тюльпанов // Бюллетень «Опыт работы среди войск и населения противника». – 1944. – №9(18). – С. 5 – 29.

6. Аношин, И. С. На правый бой [Текст] / И. С. Аношин. – М.: Воениздат, 1988. – 225 с.

7. Новиков, В. П. Культурно-просветительная работа в армии и на флоте. Учебное пособие для высших военно-политических училищ [Текст] / В. П. Новиков, П. С. Додычко, В. Е. Кирпич, В. А. Михайлов и др. – М.: Воениздат, 1977. – 316 с.

8. Освободительная миссия Советский Вооруженных Сил в Европе во Второй мировой войне: Документы и материалы [Текст]. – М.: Воениздат, 1985. – 640 с.

9. Политическая работа среди войск и населения противника в годы Великой Отечественной войны [Текст] / Авт. кол. под рук. М. И. Бурцева. – М.: Воениздат, 1971. – 256 с.

10. Волковский, Н. Л. История информационных войн [Текст] / Н. Л. Волковский. – СПб.: ООО «Издательство «Полигон», 2003. – Ч. 2. – 729 с.

11. Военная пропаганда Второй мировой // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agitka.su/forum/viewtopic.php?f=19&t=37>.

12. Средства распространения агитационных материалов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-reading.org.ua/chapter.php/1007577/3/Moschanskiy_-_Informacionnaya_voyna._Organy_specpropagandy_Krasnoy_armii.html.

13. Український фронт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Перший_Український_фронт.

14. Куцька, О. М. Пропагандистське забезпечення вступу та перебування Червоної Армії на території Польщі в період Другої світової війни [Текст] / О. М. Куцька // Науковий збірник «Труди академії». - 2005. – №64. – С. 245 – 252.

15. Куцька, О. М. Радянські органи пропаганди та їх функції в період Великої Вітчизняної війни (1941-1945 рр.) [Текст] / О. М. Куцька // Наукові записки (Серія "Історичні науки"). – 2013. – Вип. 20. – С. 122-129.

References

1. O rabote sredi naselenija Chechoslovakii (2-j Ukrainskij front) (1945). Bjulleten' «Opyt raboty». 1-ja tipografija Upravlenija voenizdata NKO im. Timoshenko, №8(33), 16 – 23.

2. O rabote sredi nemecko-vengerskih vojsk, okruzhennyh v rajone Budapeshta (1945). Bjulleten' «Opyt raboty». Glavnoe politicheskoe upravlenie RPKA, №5 (30), 3 – 18.

3. Polozhenie v Avstrij (1945). Informacionnyj bjulleten'. 1-ja tipografija Upravlenija Voenizdata NKO im. Timoshenko, №8(299), 39.

4. Rabota sredi okruzhennyh gruppirovok protivnika: rabota sredi vojsk protivnika, okruzhennyh v g.Poznan' (1945). Bjulleten' «Opyt raboty». 1-ja tipografija Upravlenija Voenizdata NKO imeni S.K.Timoshenko, №5(30), 13-27.

5. Tjul'panov, S. I. (1944). Propaganda sredi nemeckorumynskih vojsk v period Krymskoj operacii. Bjulleten' «Opyt raboty sredi vojsk i naselenija protivnika», №9(18), 5 – 29.

6. Anoshin I. S. (1988). Na pravyy boj, Voenizdat, 225.

7. Novikov, V. P. (1977). Kul'turno-prosvetitel'naja rabota v armii i na flote. Uchebnoe posobie dlja vysshih voenno-politicheskikh uchilishh. Voenizdat, 316.

8. Osoboditel'naja missija Sovetskij Vooorzhenykh Sil v Evrope vo Vtoroj mirovoj vojne: Dokumenty i materialy (1985). Voenizdat, 640.

9. Politicheskaja rabota sredi vojsk i naselenija protivnika v gody Velikoj Otechestvennoj vojny (1971). Voenizdat, 256.

10. Volkovskij, N. L. (2003). Istorija informacionnyh vojn «Izdatel'stvo «Poligon», 2, 729.

11. Voennaja propaganda Vtoroj mirovoj Available at : <http://agitka.su/forum/viewtopic.php?f=19&t=37>.

12. Sredstva rasprostraneniya agitacionnyh materialov Available at : http://www.e-reading.org.ua/chapter.php/1007577/3/Moschanskiy_-_Informacionnaya_voyna._Organy_specpropagandy_Krasnoy_armii.html.

13. Ukrain'skij front Available at : http://uk.wikipedia.org/wiki/Перший_Український_фронт.

14. Kuc'ka O.M. (2005) Propagandists'ke zabezpechennja vstupu ta perebuvannja Chervonoj Armii na teritorii Pol'shhi v period Drugoj svitovoj vijni. NAOU, №64, 245 – 252.

15. Kuc'ka, O. M. (2013). Radjans'ki organi propagandi ta ih funkcii v period Velikoi Vitchiznjanoi vijni (1941-1945 rr.). Naukovi zapiski (Seriya "Istorichni nauki"), 20, 122-129.

*Рекомендовано до публікації д-р історич. наук Гула Р. В.
Дата надходження рукопису 12.08.2014.*

Куцька Олеся Миколаївна, кандидат історичних наук, доцент, Академія сухопутних військ, кафедра тактики, вул. Героїв Майдану, 32, м.Львів, Україна, 79012
E-mail: kutska_o@yahoo.com