

URL: <https://onznews.wdcb.ru/arktika/uchjonye-otsenivayut-perspektivy-khraneniya-so2-v-arktike.html> (accessed: 02.10.2024).

22. In permafrost conditions: how oil and gas are extracted in the Arctic [Electronic resource]. — URL: [https://arctic-russia.ru/article/v-usloviyakh-vechnoy-merzloty-kak-dobывayut-neft-i-gaz-v-arktike/#:~:text="](https://arctic-russia.ru/article/v-usloviyakh-vechnoy-merzloty-kak-dobывayut-neft-i-gaz-v-arktike/#:~:text=) (accessed: 02.10.2024).

23. Prirazlomnoye deposit [Electronic resource]. — URL: <https://www.gazprom.ru/projects/prirazlomnoye/> (accessed: 02.10.2024).

24. The railway «Obskaya — Bovanenkovo» [Electronic resource]. — URL: <https://www.gazprom.ru/projects/obskaya-bovanenkovo/> (accessed: 02.10.2024).

25. *Kulpin D. L.* On the issue of the development of the Murmansk gas field / D. L. Kulpin, Ch. S. Huseynov, S. S. Bloch // Bulletin of the Association of drilling Contractors. — 2019. — No. 2. — Pp. 45—48.

26. *Novikov Y. N.* Features of the assessment of hydrocarbon deposits of the Arctic shelf of Russia and their revaluation in accordance with the new classification of reserves [Electronic resource] / Yu. N. Novikov, S. V. Gazhula // Neftegazovaya Geologiya. Teoriya I Praktika. — 2008. — No. 3. — URL: https://www.ngtp.ru/rub/6/13_2008.pdf (accessed: 05.10.2024).

27. *Zhdaneev O. V.* Technological and institutional priorities of the oil and gas complex of the Rus-

sian Federation in the term of the world energy transition / O. V. Zhdaneev, K. N. Frolov // International Journal of Hydrogen Energy. — 2024. — Vol. 58. — Pp. 1418—1428. — DOI: 10.1016/j.ijhydene.2024.01.285.

28. *Tsiglianu P.* Conceptual Management Framework for Oil and Gas Engineering Project Implementation / P. Tsiglianu, N. Romasheva, A. Nenko // Resources. — 2023. — Vol. 12: 64. — DOI: 10.3390/resources12060064.

29. *Cherepovitsyna A. A.* CO₂ Capture, Storage and Utilization Projects: Their Economic Viability / A. A. Cherepovitsyna, A. E. Cherepovitsyn, E. A. Kuznetsova // ECO. — 2024. — № 54 (1). — Pp. 117—131. — DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2024-1-117-131.

30. Meeting the Dual Challenge. A Roadmap to At-Scale Deployment of Carbon Capture, Use, and Storage. NPC. 2019 [Electronic resource]. — URL: <https://dualchallenge.npc.org/> (accessed: 07.10.2024).

31. On the rate of payment for exceeding the quota of greenhouse gas emissions as part of an experiment to limit greenhouse gas emissions in the Sakhalin Region : Decree of the Government of the Russian Federation No. 1441 dated 18.08.2022 [Electronic resource]. — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202208190038> (accessed: 07.10.2024).

УДК 930.24

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (1941—1945 ГГ.) (НА ПРИМЕРАХ РЕГИОНОВ РОССИИ)

Коды JEL: N14, N34, N44

Савушкин Л. М., доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Российский государственный университет правосудия, Центральный филиал, г. Воронеж, Россия

E-mail: savushkin.leonid@mail.ru; SPIN-код: 5796-6962

Остапенко В. С., доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Российский государственный университет правосудия, Центральный филиал, г. Воронеж, Россия

E-mail: ostapenco-vl@yandex.ru; SPIN-код: 1617-8896

Первушина В. Н., доктор философских наук, профессор, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Российский государственный университет правосудия, Центральный филиал, г. Воронеж, Россия

E-mail: veravalen47@yandex.ru; SPIN-код: 9153-9811

Поступила в редакцию 06.11.2024. Принята к публикации 27.11.2024

Аннотация

Актуальность темы. В условиях военного противоборства Запада и России еще более возрастает роль идеологического фактора и определение его центральной, осевой линии. Это обстоятельство послужило необходимым условием для анализа идеологической работы на разных этапах Великой Отечественной войны. При этом главным условием перестройки народного сознания явилась необхо-

димность трансформации идеологического дискурса от миролюбия до ненависти к врагу. В этой связи дан анализ агитационно-пропагандистской работы, которая была на переднем плане борьбы с врагом.

Цель. Анализ форм и методов совершенствования агитационно-пропагандистской работы военных лет на региональном уровне с позиций исторической правды. Важное значение отведено перестройке идеологической работы, совершенствованию форм и методов, а также показ конструкта идеологического дискурса в условиях эволюции в рамках военного периода.

Методология. Методы ретроспективного, логического и сравнительного анализа форм и методов агитационно-пропагандистской работы военного времени. В основе исследования — проблемно-хронологический метод, который позволил обобщить и систематизировать многообразие форм и методов агитационно-пропагандистской работы в регионах страны.

Результаты и выводы. Показана роль агитационно-пропагандистской работы в патриотическом воспитании народа, отражено участие агитаторов в важнейших кампаниях военного времени: сбор средств в фонд обороны, на танки и эскадрильи и др. Продемонстрирована эволюция идеологического воздействия в связи с изменениями задач в ходе Великой Отечественной войны: начальный этап — отражение агрессии, второй этап — изгнание врага с советской территории, третий этап — освобождение европейских народов и немецкого народа от фашизма. Каждому этапу войны соответствовали идеологические задачи, которые всем народом воплощались в жизнь.

Область применения. Материалы могут быть полезными для политического и исторического просвещения в рамках образовательного процесса в школах, техникумах, вузах.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, идеология, эволюция, агитационно-пропагандистская работа, идеологический дискурс, народный агитатор, работа в массах.

UDC 930.24

THE TRANSFORMATION OF IDEOLOGICAL DISCOURSE DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR (1941—1945) (USING THE EXAMPLES OF RUSSIAN REGIONS)

JEL Codes: N14, N34, N44

Savushkin L. M., Doctor of Historical Sciences, Professor, Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, Honored Worker of the Higher School of the Russian Federation, Russian State University of Justice, Central Branch, Voronezh.

E-mail: savushkin.leonid@mail.ru; SPIN-code: 5796-6962

Ostapenko V. S., Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, Russian State University of Justice, Central Branch, Voronezh.

E-mail: ostapenko-vl@yandex.ru; SPIN-code: 1617-8896

Pervushina V. N., Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, Russian State University of Justice, Central Branch, Voronezh

E-mail: veravalen47@yandex.ru; SPIN-code: 9153-9811

Abstract

Relevance. In the context of the military confrontation between the West and Russia, the role of the ideological factor and the definition of its central, axial line is even more increasing. This circumstance served as a necessary condition for the analysis of ideological work at different stages of the Great Patriotic War. At the same time, the main condition for the restructuring of the national consciousness was the need to transform the ideological discourse from peacefulness to hatred of the enemy. In this regard, an analysis of the propaganda work that was in the foreground of the fight against the enemy is given.

Goal. Analysis of forms and methods of improving the propaganda work of the war years at the regional level from the standpoint of historical truth. Important importance is given to the restructuring of ideological work, the improvement of forms and methods, as well as the demonstration of the construct of ideological discourse in the context of evolution within the framework of the war period.

Methodology. Methods of retrospective, logical and comparative analysis of forms and methods of wartime propaganda work. The research is based on the problem-chronological method, which made it possible to generalize and systematize the variety of forms and methods of propaganda work in the regions of the country.

Results and conclusions. The role of propaganda work in the patriotic education of the people is shown, the participation of agitators in the most important wartime campaigns is reflected: raising funds

for the defense fund, for tanks and squadrons, etc. The evolution of ideological influence in connection with changes in tasks during the Great Patriotic War is demonstrated: the initial stage is the reflection of aggression, the second stage is the expulsion of the enemy from Soviet territory, the third stage is the liberation of the European peoples and the German people from fascism. Ideological tasks corresponded to each stage of the war, which were implemented by all the people.

The scope of application. *The materials can be useful for political and historical education in the framework of the educational process in schools, technical schools, universities.*

Key words: *The Great Patriotic War, ideology, evolution, propaganda work, ideological discourse, people's agitator, work among the masses.*

DOI: 10.22394/1997-4469-2024-67-4-161-166

Введение

Начавшаяся военная жизнь страны выдвинула на передний край работы с народом политическую агитацию, которая компенсировала в определенной мере сокращение тиражей газет. На начальном этапе стояла задача скорее дойти до каждого человека, разъяснить ему сущность событий, направить его усилия на помощь фронту. В этой связи была проведена перестройка идеологического содержания всей агитационной, пропагандистской организаторской деятельности в соответствии с задачами времени.

Газеты организовали серии статей общего характера. Регулярно о политической агитации писала «Правда», все областные газеты, центральные журналы. Этот участок идеологической работы обеспечивался решениями партии, правительства, сопровождался помощью со стороны печати.

В речи В. М. Молотова 22 июня 1941 г. содержалась первая идеологическая оценка войны, где отмечался «вероломный», «разбойничий» характер нападения на СССР. Идеологический акцент делался на то, что война навязана не германским народом, а фашистскими правительствами Германии. Установки руководства страны трансформировались в ясные четкие лозунги, которые обращены к каждому гражданину: «все силы народа — на разгром врага!», «смерть немецким оккупантам!», «все для фронта, все для Победы!», «наше дело правое, Победа будет за нами!». Эти лозунги проникали в сознание каждого и побуждали к действию.

Трансформация агитационно-пропагандистской работы

Агитатор военной поры находился в более сложном положении, чем любой лектор, советский или партийный работник, которые каждый день не вели агитации. Агитатор первым встречался с политическими запросами трудящихся и нередко первым удовлетворял эти запросы, выдвинутые ходом жизни [1].

Учитывая ответственность агитатора перед отдельными людьми и коллективами, важно уяснить сущность политической агитации в военное время. Это означало выполнять целый ряд условий: систематически вести работу среди масс всему ап-

парату партийных организаций, решать вопросы состояния политической работы среди населения наравне с другими вопросами хозяйственной и политической жизни, воспитывать кадры агитаторов.

Необходимо было обеспечить своевременную политическую информацию населения районов, машинно-тракторных станций, колхозов, предприятий, сделать ее более действенной и целеустремленной.

О сущности политической агитации много говорилось в выступлениях партийных деятелей. В частности, умелый оратор и деятель партии М. И. Калинин, выступая с речью на совещании секретарей обкомов комсомола по пропаганде, 28 сентября 1942 г. отмечал: «В агитации и пропаганде следует всячески избегать шумихи. Теперь не то время, чтобы аудитории можно было преподносить шумливые речи, риторику и поучительную дидактику» [2].

В первые дни войны были традицией бурные митинги не только в связи с началом Великой Отечественной войны, но и по поводу каждого очередного выступления Верховного Главнокомандующего. Однако постепенно митинговый накал начал стихать и уступать свое место настоящей агитационно-массовой работе.

Характер политической агитации во многом и главным определяли высказывания Сталина. Печатные материалы многократно цитируют его высказывания, что агитировать - это не значит только уговаривать, а и принуждать. Очевидно, такой подход наложил свой отпечаток на характер политической агитации, сделал ее более жесткой.

Война перечеркнула все привычные рамки прошлой агитационно-массовой работы. Коренным образом поменялось все: и состав партийных руководителей, и состав агитаторов. Собственно, агитаторами в годы войны становились все, кто слышал какую-нибудь новость, известие, доставленное с фронта. Сложившаяся обстановка потребовала коренным образом изменить отношение к политической агитации.

Именно поэтому в начале 1942 г. ЦК ВКПб принимает решение об организации межобластных курсов подготовки пропагандистов. Их цель — повысить уровень агитации. По решению

ЦК курсы начали действовать в Свердловске, Куйбышеве, Новосибирске, Ташкенте, Тбилиси и Москве [3]. Почти одновременно при Управлении пропаганды и агитации ЦК ВКПб были созданы пропагандистские группы, которые начали оказывать помощь в постановке идейно-политической работы. Члены этих групп выступали с лекциями, докладами, проводили семинары агитаторов, консультации, изучали и обобщали опыт агитационно-массовой работы на местах [4].

Вслед за состоявшимся решением ЦК повсеместно в Российской Федерации прошли пленумы и активы областных и краевых партийных организаций по перестройке политической работы.

Собрание Красноярского партактива, рассмотрев вопрос о состоянии политической работы в обстановке военного времени, отмечало, что характерной чертой в агитационной работе стало то, что сотни патриотов, стахановцев заводов, предприятий, передовиков сельского хозяйства используют свободное время, чтобы разъяснять населению волнующие их вопросы. В колхозах и организациях районов использовались наиболее гибкие и действенные формы агитационной работы: доски последних известий, газетные витрины, разъяснения сводок Информбюро. В результате большинство колхозов и в целом район работали значительно лучше прошлых лет [5].

В условиях начавшейся войны, когда особого времени на размышление не было, многие идеологические конструкты сами по себе носили довольно абстрактный характер, «однако, эти абстракции способствуют формированию определенных когнитивных карт повседневности, оказывающих влияние на формирование социальных практик и процесс рутинизации идеологии, то есть переход в устойчивые убеждения и обыденные поступки, которые зачастую перестают восприниматься как идеологические» [6].

Формирование идеологического дискурса шло на основе многообразных форм партийно-политической работы, а также на основе материалов, посвященных Красной Армии, мобилизации на фронт, сбору личных средств в Фонд обороны, патриотическому подъему тружеников тыла и героизму на рабочих местах.

Учитывая то обстоятельство, что за период войны с 1941 по 1943 гг. только в Омской области пришло 70 % новых работников. В порядке местной инициативы были приняты меры для их обучения. В помощь агитработникам проводились семинары и совещания, которые стали традиционными в глубинных тыловых районах России. Только в Омской области таких мероприятий было проведено в 1941 г. — 4, в 1942 г. — тоже 4, и за 9 месяцев 1943 г. — 3 [7].

Семинарская форма учебы агитаторов стала вскоре всеохватывающей: от областного уровня до районного звена или отдельного предприятия.

Например, плодотворную работу вели постоянно действующие семинары в Златоустовском и Троицком районах Челябинской области, на заводах шинном и «Красный перекоп» в г. Ярославле [8].

Решительным поворотом к лучшему в этом вопросе стало решение ЦК ВКПб об организации к началу 1942 г. межобластных курсов пропагандистов. Важно было то, что в условиях военного времени курсы были двухмесячные и с отрывом от производства. Учебный план предусматривал изучение истории ВКПб (послеоктябрьский период), проблем Великой Отечественной войны, международных отношений, вопросов пропаганды и агитации и ряд других [9].

Тематика отражала задачи агитационно-массовой работы, вопросы устной агитации, место сообщений Совинформбюро в агитационной работе, роль наглядной агитации, пропаганду военных знаний и т. д.

Важно, что темы предусматривали привязку агитационной работы к определенной местности: это и работа на фабриках, заводах, в колхозах, совхозах, МТС, на транспорте, в строительстве, по месту жительства [10].

Кроме межобластных курсов повсеместно в тыловых регионах проводились районные семинары руководителей агитколлективов с периодичностью — не реже 2 раз в квартал.

С целью повышения политического уровня ежегодно 120 человек руководителей агитколлективов только в Новосибирской области направлялись в вечерний университет марксизма-ленинизма [11].

Но вместе с тем, оставались общие проблемы, которые были свойственны для всех тыловых районов Российской Федерации. Эти проблемы во многом были призваны решить проводившиеся в 1942 г. межобластные совещания по пропаганде и агитации. Представительство этих совещаний было весьма широким — от секретарей по пропаганде областных комитетов до заведующих отделами пропаганды и агитации райкомов партии. Совещания по своей сущности носили характер обмена опытом работы, затем подводились итоги, делались выводы. Совещания сыграли положительную роль в постановке агитационно-массовой работы.

Интересным по своему содержанию было межобластное совещание, проходившее в Москве 25—27 ноября 1942 г. На нем обменялись опытом работы представители Ленинграда, Москвы, Горького, Тулы, Вологды, Смоленска, Ярославля, Карело-Финской ССР, Мурманска. Итоги представительного совещания подвел начальник Управления пропаганды и агитации ЦК ВКПб Г. Ф. Александров.

Секретарь по пропаганде и агитации Ленинградского горкома партии Т. Маханов поведал тревожный факт из жизни блокадного Ле-

нинграда, отразив роль агитаторов в огромном по масштабам необычном деле. Суть его в том, что «когда началась весна, перед городом встали очень трудные задачи. В результате холодной зимы, отсутствия воды, неработающей канализации, отсутствия света город был загрязнен. Если вовремя город не будет очищен, то с первым весенним солнцем в нем начались бы эпидемии. Надо было убрать улицы очень быстро. Никакие хозяйственные организации обычным порядком не могли бы этого сделать. Требовалось поднять на очистку города тысячи ленинградцев. Чтобы решить эту задачу, потребовалось также провести огромную массово-политическую работу. Надо было поднять сотни тысяч людей, не оправившихся еще от голодной зимы.

Призвали агитаторов. В каждой бригаде был агитатор. Издавалось свыше 12 тысяч боевых листов и стенных газет. Ленинградцы поднялись для решения новой задачи. В течение трех недель ежедневно работало на очистке города в среднем по 300 000 ленинградцев. Было очищено за три недели 12 тысяч дворов, свыше 3 млн кв. м улиц, площадей — и город вновь заблестал чистотой» [12].

Интересную форму рождения агитаторов предложил в своем выступлении секретарь по пропаганде Вологодского обкома Т. Долматов. Он отметил, что на предприятиях и в колхозах имеется немало агитаторов, которых рабочие, колхозники сами выделяют из своей среды и у которых своеобразные и часто очень действенные методы производственной агитации. Своим метким словом, самоотверженной работой они оказывают большую помощь. Так возникло понятие «народных агитаторов».

В течение всего периода Великой Отечественной войны происходила трансформация форм и методов идеологического воздействия. Например, в обращении В. М. Молотова к народу 22 июня 1941 г. содержалась идея «обеления» народа Германии, в частности, говорилось о том, что «война навязана нам не германским народом, не германскими рабочими, крестьянами и интеллигенцией, страдания которых мы хорошо понимаем, а кликой кровожадных фашистских правителей Германии» [13].

Но уже с течением небольшого времени в ходе войны кардинально меняется данная идеология. С учетом того, что миллионы немецких граждан вторглись на территорию Советского Союза, в речи И. В. Сталина, посвященной Великой Октябрьской революции 06 ноября 1941 г., при освещении злодеяний фашизма было заявлено: «И эти люди, лишенные совести и чести, люди с моралью животных, имеют наглость призывать к уничтожению великой русской нации, нации Плеханова и Ленина, Белинского и Чернышевского. Пушкина и Толстого, Глинки и Чайков-

ского, Горького и Чехова, Сеченова и Павлова, Репина и Сурикова, Суворова и Кутузова» [14].

В предвоенные годы на смену идее мировой революции приходит идеи патриотизма и преданности Родине, которые стали «высшим законом жизни» [15].

В этой связи философ и социолог А. Зиновьев отмечал, что «Идеологически, психологически мы к войне были подготовлены блестяще, что и стало одним из факторов победы. Но физической возможности подготовиться по настоящему не было» [16].

Важным фактором было психологическое состояние населения, которое можно выразить как «дух народа». По мнению тонкого наблюдателя Антонио Грамши, сначала к человеку и обществу приходит ощущение чего-то (поражения или победы). В этой связи удивительно, что под пятой оккупантов уже была огромная территория европейской части СССР до Москвы, а у советского народа не было ощущения поражения! Этот феномен следует поставить в заслугу идеологической работе.

Заключение

Идеологический дискурс видоизменялся в течение всего периода войны. Эволюция идеологии была направлена в сторону непримиримости к фашизму и защиты Родины любой ценой. Так появились лозунги — «Убей немца!», «Отомсти!», «Родина-мать зовет!».

Трансформация идеологии произошла и на последнем этапе войны, когда Красная Армия вступила на территорию Германии. Население Германии со страхом ожидало жестокого возмездия за чудовищные страдания, грабежи и бесчинства по отношению к советскому народу. «Но советское руководство выпустило специальный приказ для всей армии, запрещавший под угрозой сурового наказания всякое насилие по отношению к гражданскому населению Германии. При этом Сталин вбросил в общество высококонравственную идею: «Гитлеры приходят и уходят, а немецкий народ остается». Эти слова отразили миролюбие идеологии и политической практики Советского Союза в отношении поверженного врага [17].

Пройдя через организационные трудности, агитационно-массовая работа имеет на своем счету немало полезных крупных дел. С самого начала войны и весь ее период политическая агитация была в центре проводимых крупных кампаний. Так, в стране была проведена большая агитационная работа по сбору средств в фонд обороны, по сбору теплых вещей для Красной Армии, осуществлен сбор средств на авиационные эскадрильи и танковые колонны, сбор теплой одежды для детей эвакуированных, в активе агитаторов распространение денежно-вещевой лотереи, работа по организации новогодних подарков. Но это лишь заглавные в масштабе страны крупные компании, в которых

участвовали в роли организаторов — агитаторы. А была еще и повседневная, незаметная, зовущая к производительному труду работа агитколлективов. И все это — в помощь Красной Армии.

С учетом военного периода сегодня как никогда в условиях нашествия Запада, который ведет необъявленную войну с Россией и желает ей «стратегического поражения», в таких условиях просто необходимо усиление роли идеологии, ибо идеология определяет «вектор развития», обозначает стратегические цели всякого государства [18].

На современном этапе развития общества необходимо укрепление морально-политического единства, для чего следует усилить роль идеологии.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александров Г. Ф. Текущий момент Отечественной войны и задачи агитаторов / Г. Ф. Александров // Большевик. — 1942. — № 13. — С. 23.
2. Калинин М. И. О некоторых вопросах агитации и пропаганды / М. И. Калинин // Большевик. — 1942. — № 17-18. — С. 28.
3. Пропагандист. — 1942. — № 1. — С. 53.
4. Силой большевистского слова. — Москва, 1985. — С. 39.
5. РЦИДНИ, ф. 17, оп. 88, д. 1476, л. 14—15.
6. Нилов В. М. Роль печати Карелии в формировании идеологического дискурса в период Великой Отечественной войны / В. М. Нилов // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Отечественная история. — 2022. — Т. 44. № 2. — С. 75.
7. РЦИДНИ, ф. 17, оп. 38, д. 209, л. 83.
8. ГАО ПИО ЧО, ф. 288, оп. 6, д. 227, л. 4; ГАО ПИО ЯО, ф. 1737, оп. 4, д. 350, л. 3—4.
9. РЦИДНИ, ф. 17, оп. 88, д. 209, л. 84.
10. ГАО ПИО НО, ф. 4, оп. 6, д. 132, л. 46.
11. ГАО ПИО НО, ф. 4, оп. 6, д. 172, л. 8—9.
12. Межобластное совещание по пропаганде и агитации в Москве // Спутник агитатора. — 1942. — № 23-24. — С. 32, 33.
13. Нилов В. М. Роль печати Карелии в формировании идеологического дискурса в период Великой Отечественной войны / В. М. Нилов // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Отечественная история. — 2022. — Т. 44. № 2. — С. 74.
14. Арзамаскин Ю. Н. Эволюция советской идеологии накануне и в период Великой Отечественной войны 1941—1945 гг. / Ю. Н. Арзамаскин, О. В. Кепель // Военный академический журнал. — 2023. — № 1. — С. 34, 35.

15. Правда. — 1934. — 28 июня.

16. Полководцы : сборник / вступ. статья В. Ганичева. — Москва : роман-газета, 1995. — С. 62.

17. Долгов В. М. Идеологические основания Великой Победы / В. М. Долгов, И. В. Бирюлин // Вестник Поволжского института управления. — 2020. — Т. 20. № 2. — С. 16.

18. Матюхин А. Основные параметры идеологических проектов в России / А. Матюхин // Обозреватель — Observer. — 2008. — № 12. — С. 36.

LITERATURE

1. Alexandrov G. F. The current moment of the Patriotic War and the tasks of agitators / G. F. Alexandrov // Bolshevik. — 1942. — No. 13. — p. 23.
2. Kalinin M. I. On some issues of agitation and propaganda / M. I. Kalinin // Bolshevik. — 1942. — No. 17—18. — P. 28.
3. Propagandist. — 1942. — No. 1. — P. 53.
4. By the power of the Bolshevik word. — Moscow, 1985. — P. 39.
5. RCIDNI, f. 17, op. 88, d. 1476, l. 14—15.
6. Nilov V. M. The role of the Karelian press in the formation of ideological discourse during the Great Patriotic War / V. M. Nilov // Scientific Notes of Petrozavodsk State University. Russian history. — 2022. — Vol. 44. No. 2. — P. 75.
7. RCIDNI, F. 17, op. 38, D. 209, L. 83.
8. GAO PIO CHO, F. 288, op. 6, D. 227, L. 4; GAO PIO YAO, F. 1737, op. 4, D. 350, L. 3—4.
9. RCIDNI, F. 17, op. 88, D. 209, L. 84.
10. GAO PIO NO, F. 4, op. 6, D. 132, L. 46.
11. GAO PIO NO, F. 4, op. 6, D. 172, L. 8—9.
12. Inter-regional meeting on propaganda and agitation in Moscow // Sputnik agitator. — 1942. — No. 23—24. — Pp. 32, 33.
13. Nilov V. M. The role of the Karelian press in the formation of ideological discourse during the Great Patriotic War / V. M. Nilov // Scientific Notes of Petrozavodsk State University. Russian history. — 2022. — Vol. 44. No. 2. — P. 74.
14. Arzamaskin Yu. N. The evolution of Soviet ideology on the eve and during the Great Patriotic War of 1941—1945 / Yu. N. Arzamaskin, O. V. Kepel // Military Academic Journal. — 2023. — No. 1. — Pp. 34, 35.
15. Pravda. — 1934. — June 28.
16. Generals: collection / introduction. Article by V. Ganichev. — Moscow : roman-gazeta, 1995. — p. 62.
17. Dolgov V. M. Ideological foundations of the Great Victory / V. M. Dolgov, I. V. Biryulin // Bulletin of the Volga Region Institute of Management. — 2020. — Vol. 20. No. 2. — P. 16.
18. Matyukhin A. The main parameters of ideological projects in Russia / A. Matyukhin // Obozrevatel — Observer. — 2008. — No. 12. — P. 36.