

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЫ БОЛЬШЕВИКОВ

Т.С. ПРУТКАЯ, Ю.В. ХОТИНА

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2;
электронная почта: prutkaya.tanya@mail.ru; sweet-persany@yandex.ru*

В годы Гражданской войны агитация и пропаганда сыграла ключевую роль как для Белой, так и для Красной армии. Однако агитационная деятельность РККА была намного масштабнее и эффективнее, что привело большевиков к победе. Фактор, который смог обеспечить массивную агитацию для большевиков – это наличие у них с 1918 года мощного государственного аппарата, который позволил им развернуть широкую пропагандистскую деятельность, охватывающую огромные слои населения. Большевики придавали огромное значение агитационной работе, основываясь на идеологической борьбе, которая, по их мнению, имела огромное значение. Применяя широкий спектр мер по агитации, Красные смогли победить эту войну и не только привлечь людей в свои ряды, но и повысить уровень просвещения народа.

Ключевые слова: пропаганда, агитация, агитбригады, военные библиотеки, просвещение, образование, Красные, Белые, Гражданская Война.

В годы Гражданской войны агитация и пропаганда сыграла ключевую роль как для Белой, так и для Красной армии. Однако агитационная деятельность РККА была намного масштабнее и эффективнее, что привело большевиков к победе.

Фактор, который смог обеспечить массивную агитацию для большевиков – это наличие у них с 1918 года мощного государственного аппарата, который позволил им развернуть широкую пропагандистскую деятельность, охватывающую огромные слои населения.

На всех этапах борьбы Советской России с интервентами и белогвардейцами большевики сочетали боевые действия войск с пропагандой на противника. Такому сочетанию они придавали исключительное значение. Во-первых, большевики прекрасно понимали весомость идеологического воздействия на массы. В условиях революционного подъема в России популярные лозунги быстро доходили до сознания вражеских солдат, разлагающе действовали на их боевой дух. Во-вторых, интервенты и белогвардейцы обладали военным и техническим превосходством над Красной

Армией. Для того чтобы ослабить воздействие этого фактора, требовалось в самых широких масштабах использовать идеологическую форму борьбы.

С 1918 по 1924 гг. вопросы, связанные с агитацией и пропагандой, имели для большевиков первостепенное значение. Положение было шатким, и они искали опору в народе. Необходимо было максимально донести свои идеи до широких масс и повести их за собой. Однако в те времена никаких средств массовой информации в современном понимании не существовало. Таких понятий как интернет или общедоступное телевидение не существовало.

Взявшись за сложную задачу, большевики решили ее успешно. Сравнивая, например, численность Красной и Белой армий в 1919 году: численность РККА достигала 3 млн. человек, в то время как численность всех белых армий, по разным оценкам, была от 0,3 млн. до 0,5 млн. человек. Контролируя достаточно большие области, белые, в отличие от красных, не смогли убедить население вступать в Белую армию.

Большевистское руководство, понимая значение агитации и пропаганды в успехах Красной Армии, в своих выступлениях на этом вопросе не однократно акцентировало внимание. Например, В. И. Ленин, выступая в марте 1919 года в Народном доме в Петрограде, заявил: «Наши победы на Дону стали возможны исключительно благодаря усилению партийной и культурно-просветительной деятельности в рядах Красной Армии. Это вызвало психологический сдвиг, и в итоге наша Красная Армия завоевала для нас Дон»[1, с. 35-36].

В том же марте 1919 года большевик Смирнов отметил на VIII съезде РКП(б): «В то время как белогвардейские армии имеют возможность использовать среднее крестьянство лишь путем палочной дисциплины, путем суровых наказаний, выбивания из их голов всяких мыслей о том, почему и за что они воюют, мы можем действовать на него путем пропаганды, развивая в нем сознательное отношение к происходящей борьбе»[2, с. 385].

Даже враги признавали высокую эффективность пропагандистской работы большевиков. Так, участник белого движения В. М. Левитский,

посвятивший вопросам большевистской пропаганды цикл лекций (которые он читал в Париже, в офицерской школе РОВСа) и отдельную книгу «Коммунистическая пропаганда и борьба с нею», охарактеризовал большевистскую пропаганду следующим образом: «Советское государство возникло, развилось, держится и живет невиданной в мире по размерам организацией политической пропаганды и агитации, и на ту же пропаганду и агитацию опирающейся партийной организацией... Вся работа коммунистов на русской земле непрерывная пропаганда и агитация. Сознаемся – с невиданным успехом, небывалыми размерами, с колоссальным размахом»[2, с. 426].

Особое внимание большевики уделяли пропагандистской деятельности в так называемых национальных регионах страны. Необходимо было развернуть активную агитационно-пропагандистскую работу для предотвращения межнациональной напряженности и формирования их лояльного отношения к советской власти.

Например, на Кубани агитационно-пропагандистская деятельность началась в марте 1920 года после установления советской власти. Данная работа проводилась в специфических условиях, в связи с тем, что на территории области проживало более 100 национальностей. Перед органами большевистской пропаганды ставились особые задачи на ликвидацию антисоветских представлений различных групп населения, в том числе и адыгской интеллигенции. Несмотря на то, что адыгская национальная интеллигенция активно вовлекалась в агитационно-пропагандистскую деятельность советской власти, ее осуществление протекало в условиях тотального контроля и недоверия.

Если впервые месяцы после установления советской власти на Кубани агитационно-пропагандистская деятельность носила в основном разъяснительный характер, то к концу 1920-х гг. на Кубани была создана мощная, но гибкая система по осуществлению агитационно-пропагандистской работы. Привлечение большевиками национальной интеллигенции к агитационно-пропагандистской работе, привело к успешному диалогу с

национальной средой. Благодаря чему советское руководство смогло провести общественно-политические и социально-культурные преобразования в регионе, осуществить массовый процесс политизации населения и сформировало дополнительный резерв для укрепления и пополнения коммунистических рядов. [3, с. 975, 986].

К основным направлениям агитационно-пропагандистской деятельности большевиков, в первую очередь, нужно отнести печатную пропаганду. Применявшиеся противоборствующими сторонами формы пропаганды были различными, но наиболее распространенной была печатная агитация: газеты, плакаты, листовки, ввозвания и т.д.

Плакаты военного времени являются не только оригинальными художественными произведениями, но также и своеобразными политическими символами этого периода. Для них были характерны различные приемы и методы выполнения работы. Художники использовали все самые яркие средства и методы, чтобы объединить народ, точнее донести информацию, мобилизовать народ для борьбы с врагом [4, с. 46]. Агитационные плакаты, разосланные на фронты Гражданской войны, сравнивались с патронами и снарядами, они становились мощным оружием для восприятия широкими массами, психологическим орудием воздействия на врага.

Особое место в агитационной работе красных занимало снабжение солдат свежими газетами. В 1919 году в Красной Армии выходило более семидесяти дивизионных газет. Широкая пропаганда борьбы с дезертирством находила своё отражение на страницах периодической печати и в специально изготавливаемых листовках. Ежедневно на нужды армии поступало более полумиллиона экземпляров центральных газет. [5, 103].

В агитационно-пропагандистской работе советского руководства особое значение придавалась организации клубов. Клубы должны были служить красноармейцам местом для обсуждения актуальных событий, чтения, проведения различных культурных мероприятий, встреч. Также при клубах открывались различные секции: музыкально-вокальные классы, секция

хорового пения, секция изобразительных искусств и др. Большевики считали, что клуб это школа политического воспитания в становлении молодежи.

В мае 1919 года Совет Обороны выпустил постановление об организации агитационно-просветительных пунктов на станциях и в местах посадки войск. В соответствии с этим постановлением, на узловых станциях и в местах посадки войск создаются агитационно-просветительные пункты. В задачу этих пунктов входило с помощью литературы, плакатов, граммофонных пластинок, кинематографа, живого слова и т. д. разъяснять широким массам трудового народа смысл происходящей войны и привлекать их к строительству нового государства.

Политическое управление РККА находило немаловажным проведение среди красноармейцев культурно-воспитательной работы. Обязанности в проведении подобной работы, возлагались на комиссара части. По возможности для красноармейцев устраивали спектакли и киносеансы, проводили концерты, организовывали экскурсии в музеи.

В первые годы Гражданской войны одним из наиболее эффективных способов агитации и пропаганды были мобильные агитбригады, перемещавшиеся от города к городу на ярко разрисованном поезде или пароходе. Останавливаясь в населенных пунктах, агитбригады проводили митинги, читали лекции, организовывали собрания, принимали жалобы от населения, распространяли газеты, листовки, плакаты, книги, проводили выставки, киносеансы и концерты.

Кроме агитационно-просветительских задач, агитпоезда и агитпароходы должны были решить проблему слабой связи центра с регионами в условиях Гражданской войны.

Совершая свою деятельность, агитпоезда останавливались в крупных населенных пунктах, а вблизи небольших деревень сбрасывали на ходу листовки и газеты для населения. Такие пароходы и поезда оснащались специальными театральными агитационными бригадами и киноустановками, которые на всем пути передвижения распространяли огромное количество

плакатов, газет и т.д. Такие методы агитации выполняли просветительскую работу в малограмотной стране [6, с. 123]. Так, агитпоезд «Октябрьская революция», в Сибири зимой 1920 года, сделал остановки в районе дислокации 5-й армии на 15 сибирских станциях от Тюмени до Иркутска. В ходе этой акции была продана и роздана бесплатно роздана бесплатно 491 библиотека.

Придерживаясь плотного графика, агитпароходы прибывали в город всего на один день, но за это время успевали сделать многое. Так, например, агитпароход «Красная звезда», направленный на Волгу и Каму, прибыл в Чебоксары утром 9 июля 1919 года. У борта парохода «Красная звезда» была пришвартована железная баржа, в трюме которой рабочие Доскинского затона оборудовали нефтехранилище, что позволяло кораблю обрести практически неограниченную автономность. В специально сооруженной палубной постройке располагались типография для выпуска ежедневной газеты, кинематограф, радиостанция, склад агитационной литературы, выставка станков и театральная сцена. В состав агитколлектива входили специально приехавшие из Москвы 2 певца, 3 драматических артиста и столько же музыкантов. Пароход и баржу украшали лозунги: «Бей разруху дружным трудом!», «Честь и слава героям труда!», «Труд — наше спасенье!», «Праздность — преступление!»[8].

На пароходе находились представители народных комиссариатов, ЦК РКП(б) и ВЦИК, которые обследовали работу исполкома Чебоксарского уездного Совета и укома партии. В. М. Молотов и Н. К. Крупская провели беседы с горожанами и служащими советских учреждений, выступали на собраниях и митингах. Вечером пароход остановился в Мариинском Посаде.

Второй раз, 9 июля 1920 года, коллектив агитационно-инструкторского парохода «Красная звезда», прибыв в Чебоксары, оказал помощь недавно созданному Ревкому ЧАО, наладил издание газеты «Известия», показал горожанам выставку, организовал киносеансы, продажу книг. На другой день пароход отплыл в Мариинский Посад [7]».

Таким образом, агитпароходы были мобильными центрами для проведения агитационно-просветительной и культурно-воспитательной работы.

В начале 1919 года ЦК РКП(б) выпустил инструкцию для партийных ячеек, предписывавшую ячейкам заботиться о распространении газет и книг, устраивать в частях общие чтения и собеседования. В «Руководстве для красноармейских библиотек», разработанном литературно-библиотечным отделом Всероссийского бюро военных комиссаров, указывалось, что библиотека является очагом всей культурно-просветительной работы, ведущейся в части и от правильной организации библиотеки «зависит уровень политической и культурной работы».

Библиотечные отделения печатали списки рекомендованной литературы по различным направлениям. В общественно-политическом разделе библиотек были представлены произведения Маркса и Энгельса, Ленина, Крупской и других большевистских лидеров. Даже уходившие в отпуск красноармейцы снабжались книгами и списками для чтения.

В связи с желанием красноармейцев читать книги и газеты в частях Красной Армии была организована работа по обучению грамоте. Показательно, что к концу 1921 доля неграмотных составляла в Красной Армии 5–7 %. В это же время уровень грамотности в целом по стране был гораздо ниже.

Таким образом, рассматривая систему агитации и пропаганды Рабоче-крестьянской Красной армии, нельзя не отметить ее сильные стороны: разнообразие применяемых средств; гибкость – к каждой социальной группе большевики находят свой подход. Но наиболее интересный, принцип коммунистической пропаганды – пропаганда через просвещение и вместе с просвещением. Пропаганда большевиков была теснейшим образом, связана с культурно-просветительной работой. Большевики не просто стремились расширить лагерь своих сторонников (чем занят любой агитатор и пропагандист и что в условиях Гражданской войны было вопросом жизни и смерти). Большевистская пропаганда была нацелена на развитие и восхождение человека. То есть сделанная большевикам заявка на создание нового человека

не была только словами, но и конкретным делом. Ими к концу 1920-хх г. был накоплен громадный опыт ведения агитационно-пропагандистской работы среди различных слоев населения, что в значительной мере способствовало успешной идеологической работе в дальнейшем.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ленин В.И. Речь на митинге в Народном Доме в Петрограде. 13 марта 1919 г.: Газетный отчет // Полное собрание сочинений. – М.: Политиздат, 1969. - Т.38. – С. 33-38.
2. Восленский М.С. Номенклатура, господствующий класс Советского Союза. – М.: «Октябрь», 2013.– 622 с.
3. Бочкарева А.С., Хотина Ю.В. Национальная Адыгская интеллигенция и агитационно-пропагандистская деятельность органов советской власти на территории Кубано-Черноморской области в 20-е гг. XX в. (к проблеме инкорпорации в российское социокультурное пространство) // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - 2014. - № 100. - С. 974-987.
4. Бочкарева А.С. Политическая символика и пропаганда Первой мировой войны. // Первая мировая война как пролог XX века-века войн и революций. К 100-летию Первой мировой войны: Материалы международной научно-практической конференции 11 декабря 2014 г. - Краснодар: КубГТУ, 2015. - С.40-49.
5. Конкин А.А. Агитационно-пропагандистская деятельность советского руководства и белогвардейских сил на северо-западе России в годы Гражданской войны // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – Вып. 1. – Т. 4. – 2015. – С. 101-107
6. Лежень Е.Е. Плакат как средство политической агитации в 1917 - 1930-е годы. // Вестник СГСЭУ. – №3.– 2013. – С. 122-124.
7. Изоркин А.В. Чувашия в 1917-1991 гг. Чувашская энциклопедия - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.enc.cap.ru>

8. Прончатов В.Н. «Вход по билетам Политотдела...» Нижний Новгород: театры и флотилия // Нижегородский музей.– №20.– 2010. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.museum.unn.ru/managfs/index.phtml?id=8014_28

REFERENCES

1. Lenin V.I. Rech' na mitinge v Narodnom Dome v Petrograde. 13 marta 1919 g.: Gazetnyj otchet // Polnoe sobranie sochinenij. – M.: Politizdat, 1969. - T.38. – S. 33-38.
2. Voslenskij M.S. Nomenklatura, gospodstvujushhij klass Sovetskogo Sojuza. – M.: «Oktjabr'», 2013.– 622 s.
3. Bochkareva A.S., Hotina Ju.V. Nacional'naja Adygskaja intelligencija i agitacionno-propagandistskaja dejatel'nost' organov sovetskoj vlasti na territorii Kubano-Chernomorskoj oblasti v 20-e gg. HH v. (k probleme inkorporacii v rossijskoe sociokul'turnoe prostranstvo) // Politematicheskij setевой jelektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. - 2014. - № 100. - S. 974-987.
4. Bochkareva A.S. Politicheskaja simbolika i propaganda Pervoj mirovoj vojny. // Pervaja mirovaja vojna kak prolog HH veka-veka vojn i revoljucij. K 100-letiju Pervoj mirovoj vojny: Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii 11 dekabrja 2014 g. - Krasnodar: KubGTU, 2015. - S.40-49.
5. Konkin A.A. Agitacionno-propagandistskaja dejatel'nost' sovetskogo rukovodstva i belogvardejskih sil na severo-zapade Rossii v gody Grazhdanskoj vojny // Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. – Vyp. 1. – T. 4. – 2015. – S. 101-107
6. Lezhen' E.E. Plakat kak sredstvo politicheskoj agitacii v 1917 -1930-e gody. // Vestnik SGSJeU. – №3.– 2013. – S. 122-124.
7. Izorkin A.V. Chuvashija v 1917-1991 gg. Chuvashskaja jenciklopedija - [Jelektronnyj resurs] - Rezhim dostupa: <http://www.enc.cap.ru>

8. Pronchatov V.N. «Vhod po biletam Politotdela...» Nizhnij Novgorod: teatry i flotilija // Nizhegorodskij muzej.– №20.– 2010. - [Jelektronnyj resurs] - Rezhim dostupa: http://www.museum.unn.ru/managfs/index.phtml?id=8014_28

THE MAIN DIRECTIONS OF ADVOCACY BOLSHEVIKS

T.S. PRUTKAYA, YU.V. KHOTINA

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072,
e-mail: prutkaya.tanya@mail.ru; sweet-persany@yandex.ru*

During the Civil War agitation and propaganda played a key role for both the White and the Red Army. However, the propaganda activities of the Red Army was much bigger and more efficient, leading to the victory of the Bolsheviks. A factor that could provide massive propaganda for the Bolsheviks - is that they have since 1918 a powerful state apparatus, which allowed them to develop an extensive outreach activities, covering vast sectors of the population. The Bolsheviks attached great importance to the work of propaganda, based on the ideological struggle, which, in their opinion, was of great importance. Using a wide range of measures to agitation, Red were able to win the war and not only attract people into their ranks, but also raise the level of education of the people.

Key words: propaganda, agitation, propaganda team, the military library, education, education, red, white, civil war.