

Бородина Светлана Николаевна

канд. полит. наук, доцент

Козлов Никита Андреевич

студент

Чернышев Евгений Александрович

студент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

АНАЛИЗ ПЕЧАТНОЙ ПРОПАГАНДЫ БЕЛОГО ДВИЖЕНИЯ НА ФРОНТАХ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ

Аннотация: целью данной работы является анализ печатной пропаганды Белого движения в годы гражданской войны. В статье рассматривается роль периодической печати Белого движения в процессе формирования установок «свой-чужой» и положительного облика его деятельности.

Ключевые слова: Гражданская война, пропаганда, агитация, Белое движение, лозунги, плакаты.

Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения, положительного или отрицательного образа партии, общественного движения, события или отдельной личности, невозможно отрицать. Именно печатные издания, используя яркие лозунги, резкие, порой агрессивные термины могут качнуть общественное мнение в ту или иную сторону, обеспечивая тем самым чью-то победу или проигрыш.

В связи с этим мы хотели бы рассмотреть в данной статье некоторые проблемы печатной пропаганды Белого движения в годы Гражданской войны.

С приходом к власти большевиков в конце 1917 – начале 1918 гг. формируется монополия в периодической печати. Появляется агитационно-пропагандистская литература Красного крыла, путем ликвидации оппозиционной печати и формированием сети новых периодических изданий советского, партийного (большевистского), ведомственного и пропагандистского характера. Но стоит

отметить, что власть большевиков распространялась не на всю территорию Российской империи. Урал, Сибирь, Дальний Восток, Кубань и Крым, начинают собственную контрпропагандистскую деятельность против большевизма.

Действия Белого движения в отношении агитационно-пропагандистской работы были запоздалыми и во многом уступали большевикам по части идеологии и охвата целевой аудитории, но все же антибольшевистское движение преуспело в формах дискредитации Лидеров Красного лагеря. Пропаганда Белого движения имеет свой неповторимый окрас, который в свою очередь дополняется различными формами агитационно-пропагандистской продукции.

Воззвания, листовки, лозунги, новая просветительская литература, произведения знаменитых писателей и поэтов, всё это и не только присутствовало как у Белого, так и у Красного движений. Создание образа врага и образа лучшего друга и соратника – вот основная идея пропаганды противоборствующих сторон.

Перед тем как начать структурный анализ печатной пропаганды Белого движения, нужно обозначить ее основные формы.

Пожалуй, основной формой является печать. В первые годы Гражданской войны борьба за монополию в периодической печати шла ожесточенная. Основным ретранслятором информации являлась газета. В годы Гражданской войны она несла в себе не только информативный характер, но и была одним из самых эффективных средств агитации и пропаганды в то время. На востоке страны одними из самых популярных изданий являлись «Голос Сибирской Армии», «Факел» (Томск), «Автономная Сибирь» (Иркутск), ряд кадетских издательств «Народная свобода» в губернских городах региона, издательство «Свободная Россия» во Владивостоке, на Дону и Кубани выходили «Вестник Донской армии», «Вольная Кубань» и «Вестник Верховного круга» и другие. Стоит так же отметить, что у Белого так же, как и у Красного движений имелась собственная местная и региональная издательская сеть, которая включала в себя более 30 изданий.

Газеты были наполнены лозунгами и плакатами. Основными агитационно-пропагандистскими темами у белых были: защита Православия, опора на патриотические чувства, показ в неприглядном свете лидеров большевизма и высмеивание самой идеи социализма-коммунизма. Довольно часто использовались слова «Родина», «Русь», «Россия»: «Истерзанная, разорванная на куски Русь, когда-то сильная и могущественная, залита кровью...» [3, с. 115] (Пермь, 1919), «К вам, граждане, не принявшим еще участия в великом таинстве возрождения Родины, обращаемся мы... [4, с. 142]» (Урал, 1919). Если основной упор большевистская пропаганда делала на интернационализм, братство народов, союз рабочих и крестьян: «Мировая Революция рассчитывает на Красную армию, на ее революционный дух» [11, с. 31], то белогвардейцы же опирались на национальный патриотизм: «Россия идет! Россия зовет», «Сын мой! Иди и спасай Родину!» [16, с. 8].

Что касается агитационных плакатов, то они встречались как в газетных изданиях, так и расходились самостоятельным тиражом. Мы же рассмотрим плакаты, встречавшиеся в периодической печати. Так, например, основными символами, разделяющими противоборствующие силы, являлись: российский триколор – красный флаг, крест – серп, молот, звезда, старая и новая орфография. Сравним несколько плакатов. Первым будет советский плакат, на котором мы видим упитанного православного священника с большим крестом, как символ зажиточности духовенства [1]. Подобные плакаты служили для дискредитации церкви, а в частности православия. Белогвардейцы на своих плакатах, изображали большевиков как предателей веры и Родины в частности, так, например, на плакате [2] мы видим оскверненную церковь и священника с крестом, под плакатом напечатана следующая надпись: «Даже матросы, эти отчаянные хулиганы и разбойники, испугались честного и животворящего Креста Господня, тогда комиссары вызвали китайцев, и те спокойно, не дрогнув, расстреляли священника. Это случилось в Москве». Знаменитый советский плакат «Враг у ворот» изображает российский триколор как опознавательный знак врага [1], с которым нужно

бороться. Касательно плакатов белых, то здесь так же можно привести знаменитую работу «За единую Россию» государственный флаг служит плащом витязя, освобождающего Москву [2].

Противостояние «белой» и «красной» агитационной продукции приобрело не только политический, но и культурный, религиозный и национальный подтекст. Одним из главных факторов поражения «белой» пропаганды является разность политических взглядов и отсутствие единой идеи дальнейшего устройства России. В стане белых присутствовали как сторонники самодержавия, республиканцы, так и социалисты, отрицающие диктатуру большевиков.

Структурный анализ «белой» пропаганды нужно разграничить на основные зоны охвата. Первая и самая большая зона – это зона Урала, Сибири и Дальнего Востока. Именно здесь печатная пропаганда антибольшевистской направленности приобрела поистине крупный масштаб.

В работе В.М. Рынкова «Антибольшевистские политические режимы и общество: взаимодействие на информационном пространстве восточных регионов России» указываются основные направления антибольшевистской пропаганды: возникновение собственных изданий в малых городах Урала, Сибири и Дальнего Востока, ранее не выпускавших собственных газет; выпуск листовок и книжной продукции; реквизиция ряда кооперативных, земских и городских типографий «на нужды военного времени»; создание Сибирского информационного бюро и телеграфного агентства; создание осведомительного отдела, нацеленного на идеологическую работу с военнослужащими; из-за соблюдения принципа свободы печати и стремления мобилизовать общественное мнение, создается частное издательство для политической пропаганды: АО «Русское общество печатного дела»; работа земских и городских управ по просвещению населения.

Сюда же можно отнести и влияние негосударственных изданий на антибольшевистскую политику. Всё тот же принцип свободной печати давал право негосударственным издательствам выступать с критикой белого движения. Только в 1918 году, на следующий день после провозглашения власти Верховного правителя России адмирала А.В. Колчака была введена предварительная

цензура. Во многом, только благодаря цензурным запретам, накал гражданского противоречия в связи с государственным переворотом был снижен [12, с. 32–35]. Власть оставила за собой механизм воздействия на прессу – право на закрытие органа по ходатайству военно-цензурного отделения [7, с. 71–74].

В.М. Рынков указывает на то, что антибольшевистское правительство не стремилось к тотальному контролю над общественным мнением [15, с. 112]. Государственные и часть негосударственных издательств ставило перед собой задачу информирования населения о деятельности центральных и местных властей. Так же автор отмечает, что многие неправительственные издания на востоке страны выступали в роли умеренной оппозиции, во многом критикуя как «Красное», так и «Белое» движения.

Подводя итог анализа пропаганды Белого движения на востоке России, нужно сказать, что структура пропаганды была неоднородна: многообразие форм собственности, ориентация на потребителей разного интеллектуального и социального уровня, не позволила должным образом оказать влияния на общественное мнение. Белое движение сильно уступало большевикам в охвате целевой аудитории, так как, сохранившийся бюрократический порядок управления Белого движения не давал быстро и эффективно действовать в критической ситуации, следует так же отметить, что основным направлением антибольшевистской пропаганды служила критика лидеров Красного движения, а не насущные социально-экономические проблемы населения. А.Л. Посадков говорит, что именно эти причины повлекли за собой провал добровольной мобилизации в антибольшевистскую армию, вынудив Временное Сибирское правительство объявить мобилизацию принудительной, что привело к возникновению партизанского движения [14, с. 104].

Как отмечает А.А. Конкин, «Чаще всего вопросы социально-экономического характера в белогвардейской пропаганде затрагивались в ходе критики советско-коммунистической системы, которая изображалась как «грабительская» [10, с. 105].

У белогвардейцев не было четкого представления о дальнейшем государственном устройстве в случае потенциальной победы над большевизмом. Разобщенность и не слаженность действий руководства Белого движения в отношении социально-экономической политики давало большевикам большое преимущество, так как лозунги и плакаты гласили о том, что наличие тесных дипломатических отношений белогвардейских правительств и иностранных держав пагубно влияет на страну: «Ваши генералы, – говорилось в одной из листовок, обращенных к белогвардейцам, – продают иностранным капиталистам наши богатые окраины, получая за это оружие и деньги и думают задушить русский народ, вырвавшийся из цепей капитала». Но нельзя не упомянуть, такой элемент в антибольшевистском противостоянии как концептуальные основы политики Северо-Западного правительства, которые нашли свое отражение в декларации «К населению Северо-Западной Области России», опубликованной в газете «Заря России» [6]. Основные положения данного возвзвания: равенство граждан перед законом, декларирование права на свободу печати, стачек, политических собраний, слова; закрепление принципа возможности получения автономии на общих принципах федерации, децентрализация государства при сохранении тесной связи с местным самоуправлением, принцип выборности органов местной власти, восьмичасовой рабочий день, государственный контроль над производством и принцип охраны труда [8, с. 94–105]. Однако же, окончательное решение аграрного вопроса откладывалось до победы над большевиками и созыва Учредительного собрания.

Мы рассмотрели основные положения антибольшевистской пропаганды на Востоке и Северо-Западе страны, что касается Юга, то только с приходом генерала Алексеева начинается идеологическая война. Генерал сам никогда не уделял вопросам пропаганды должного внимания, а передал данные полномочия С.С. Чахотину, который в свою очередь был специалистом в области пропаганды и агитации, но не смог кардинально изменить ситуацию в сфере пропаганды «Белого Юга».

Е.В. Кириченко отмечает, что с приходом к власти А.И. Деникина, отношение к вопросам пропаганды кардинально изменилось. Но под давлением большевистской агитации, подкрепленной мощной единой идеологией, адаптированной под российские реалии и менталитет, белые в этой информационной войне победить так и не смогли [9, с. 4–5]. Так же автор указывает на заведомо большие производственные ресурсы большевиков, за счёт столичных типографий и издательств. Усугубляло ситуацию Белого движения многоступенчатая административная структура управления [5, с. 24]. Что нельзя сказать о структуре РККА, которая в свою очередь вела активную агитационную работу не только на фронте, но и в тылу. Сеть Отдела Пропаганды Белого движения на Юге, так же, как и на Востоке страны исполняло лишь механические действия сбора информации и оглашение переданных из центра агитационных текстов. Нужно так же добавить, что за весь период существования Освага (Осведомительного агентства), созданного генералом Алексеевым в 1918 году [13, с. 242 – 244] и Отдела пропаганды инновационные методы работы с солдатами и населением не применялись. Отсутствие «удобной» в работе с населением идеологии и более мягкое отношение к человеческому ресурсу со стороны Белого движения способствовало укреплению советской власти на Юге.

Подводя итог анализа антибольшевистской печатной пропаганды на Северо-Западе страны, Сибири, Дальнем Востоке и Юге России нужно сказать о основных особенностях: белое движение испытывало потребность в упрощении административной структуры управления, так как штаб командования не мог эффективно реагировать на выпады со стороны большевиков; отсутствие единой идеологии в сфере агитации и пропаганды; запоздалое принятие решений в отношении цензуры печати; узкая направленность агитационно-пропагандистской деятельности; воссоздание ранее существовавших бюрократических органов.

Очевидно, что слабость белой пропаганды заключалась в недочетах социальной политики Белой России. Решение аграрного и рабочего вопросов было заброшено, в силу масштабных планов: свержение большевистского режима,

взятия Москвы и Петрограда. Сюда же можно отнести и запоздалость, и бессистемность антибольшевистской пропаганды. Восстановление белыми прежней бюрократической системы, повлекло за собой ряд проблем, которые так и не были решены еще при царском режиме. Не стоит забывать и об отсутствии единого органа по распространению информационной пропаганды.

Бессистемный подход так же присутствовал и в просветительской работе с населением. Во-первых, огромное количество информации свалившейся на плечи простого люда не могло восприниматься всерьез, так как основная масса населения были попросту безграмотна. Во-вторых, недостаток агитационной литературы и сложность структуры органов просвещения мешал полноценно влиять на общественное мнение. В-третьих, отсутствие единого идеологического подтекста в агитационно-пропагандистской работе, сделало Белое движение еще уязвимей.

Список литературы

1. Агитационные плакаты: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://anisimov.biz/plakaty-grazhd-voiny>
2. Агитационные плакаты: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://statehistory.ru/2185/Plakaty-belykh-vremen-Grazhdanskoy-voyny--CHast-II>
3. Белое движение: каталог коллекции листовок (1917–1920). – СПб.: Изд-во Рос. нац. б-ки, 2000. – 115 с.
4. Белое движение: каталог коллекции листовок (1917–1920). – СПб.: Изд-во Рос. нац. б-ки, 2000. – 142 с.
5. Бордюгов Г.А. Белое дело: идеология, основы, режимы власти. Историографические очерки / Г.А. Бордюгов, А.И. Ушаков, В.Ю. Чураков. – М.: Рус. мир, 1998. – С. 24.
6. Заря России. – Псков, 1919.
7. Звягин С.П. Цензура в условиях белой Сибири // Вопросы истории Сибири XX века. – Новосибирск, 1998 – С. 71–74.
8. Кенез П. Идеология белого движения // П. Кинез. Гражданская война в России: перекресток мнений: Сб. науч. ст. – М., 1994. – С. 94–105.

-
9. Кириченко Е.В. Структура аппарата пропаганды антибольшевистского движения юге России в 1919 году // Научный журнал КубГАУ. – №113 (09). – Краснодар, 2015. – С. 4–5.
10. 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. – СПб., 2015 – 105 с.
11. Мирзаева Э.П. Листовки первых лет Советской власти (1917–1925 гг.) // Каталог листовок из коллекции Самаркандского музея. – Ташкент: «Узбекистан», 1983. – 31 с.
12. Правительственный вестник (Омск). 1918. 7, 8 дек; Законодательная деятельность Российского правительства адмирала А.В. Колчака (ноября 1918 – январь 1920 г.). – Вып. 1. – Томск, 2002. – 32–35 с.
13. Положение об Особом совещании при Верховном Руководителе Добровольческой армии от 18 августа 1918 года // Архив русской революции. – Т.4. – Берлин, 1925. – С. 242–244.
14. Посадков А.Л. «Белая» и «красная» печатная пропаганда на фронтах гражданской войны в Сибири (опыт сравнения объективных характеристик) // Вестник Омского государственного университета. – Вып. 4. – Омск, 1999. – 104 с.
15. Рынков В.М. Антибольшевистские политические режимы и общество: взаимодействие на информационном пространстве восточных регионов России // Контрреволюция на Востоке России в период Гражданской войны. – Новосибирск, 2009 – 112 с.
16. Кречетов С. Обманутым братьям в красных окопах / С. Кречетов. – Ростов н/Д, 1919. – 8 с.