

**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 имела 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 патристические 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. Посадсков 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 задуть 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 воззвания: 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, подкреплённой 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. Историко-графические очерки / Г.А. Бердюгов, 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. Посадсков 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.