

Чернышев Евгений Александрович

студент

Козлов Никита Андреевич

студент

Бородина Светлана Николаевна

канд. полит. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

АГИТАЦИОННЫЕ ПЛАКАТЫ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ПРОПАГАНДЫ РСДРП (Б) В ПЕРИОД ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ

***Аннотация:** целью данной работы является анализ агитационных плакатов Красного движения в годы гражданской войны. В статье рассматривается роль агитационных плакатов Красного движения в процессе формирования установок «свой-чужой» и установок положительного восприятия Советской власти.*

***Ключевые слова:** Гражданская война, агитационный плакат, пропаганда, Красное движение.*

Многообразие политической культуры в России на современном этапе способствует, используя различные методы и механизмы, вовлечению широких слоев общественности в политическую жизнь государства. Одним из механизмов такого вовлечения является пропаганда. То есть, правильно разработанная пропаганда может выступить как эффективный механизм социализации формируя мнение и установки поведения различных социальных групп в необходимом для власти ракурсе. Стабильность государственной власти и политической системы зависит от принятия обществом установок положительного отношения к имеющейся власти и положительной оценки ее деятельности.

В данной работе мы предполагаем рассмотреть как пропаганда становится одним из главных инструментов в борьбе за власть в Гражданской войне в России 1917–1922 гг.

Придя к власти в результате Октябрьской революции 1917 года, лидеры большевиков осознавали, что для удержания власти и окончательной победы революции им необходима поддержка значительных групп населения и для этого важным вопросом является наличие таких механизмов, которые бы способствовали принятию народными массами политики Советской власти. Большевики прекрасно понимали, что агитация и пропаганда поможет привлечь людей на свою сторону с наименьшими потерями, и уделяли этому довольно много внимания. Активно использовались такие формы пропаганды как газеты, плакаты, лозунги, праздники, мероприятия, листовки и т. д. Они помогали охватить значительный ряд вопросов: донести до народа все плюсы своего политического курса, призвать ко вступлению в ряды своей армии, получить ресурсы для нужд фронта, подчеркнуть недостатки оппозиции, сформировать в этой ситуации установки «свой-чужой», «правда-ложь» и многое другое.

Одной из наиболее распространённых форм агитационно-пропагандистской деятельности являлись плакаты. В годы Гражданской войны для большевиков плакат являлся одним из самых эффективных способов распространения информации о собственной идеологии, призывал к вступлению в ряды РККА, способствовал агитации широких масс, а также дискредитировал лидеров белогвардейского движения и подчеркивал недостатки их политической программы. Созданию большевистских плакатов способствовали многие культурные деятели среди которых можно отметить: Д.С. Моора, В.В. Маяковского, М.М. Черемных и В.Н. Дени.

Плакаты большевиков по их содержанию и направленности условно можно разделить на несколько групп. В первые годы после Октябрьской революции, когда страна переживала тяжелый экономический кризис, главной задачей агитационно-пропагандистской деятельности большевиков показать плюсы социалистического строя и минусы буржуазного общества, это мы и наблюдаем в первой группе плакатов. В своем плакате «За что сражались раньше, за что сражаемся теперь» [1] изображенные на правой части плаката большевики представ-

ляли картину прекрасного, светлого будущего для рабочих и крестьян, основанного на свободном труде, процветании науки и искусства, продовольственном и материальном достатке, за которое в тот момент проливали кровь солдаты РККА. Слева на плакате изображено дореволюционное общество глазами большевиков, в котором царило рабство, невежество по отношению к низшим слоям общества, а также издевательства над ними. Этот плакат подчеркивает тот факт, что царская армия сражалась за интересы высших слоев российского общества: императора, дворян, буржуазии. К схожим по смыслу плакатам можно отнести: «Что дала Октябрьская революция трудящимся» [1] на котором изображено, что до революции все фабрики принадлежали капиталистам, земли помещикам, образование доступно только привилегированным сословиям, женщина была наемной рабыней, а после революции земли и фабрики у рабочих и крестьян, образование доступно всем, а женщина полноправный член общества. Эта группа плакатов в выгодном свете представляет все завоевания Октября 1917 года.

На примере из второй группы плакатов мы видим обещания большевиков советским гражданам. Так как после Октябрьской революции земли и фабрики уже стали общенародным достоянием, следующим основным обещанием было доступное образование. Целый ряд плакатов был направлен на пропаганду борьбы с неграмотностью. Например, на плакате «Неграмотный тот же слепой...» [2] изображен крестьянин с завязанными глазами, шагающий в пропасть, повязкой в данном случае является его необразованность. Большевики указывают на то, что неграмотность – это главная причина неудач и несчастий. Плакат «Свет и знание народу» [3] на котором изображены рабочие и крестьяне, идущие поступать в университет, призывает народ к обучению. Эти плакаты способствовали успешному проведению большевиками культурной революции. Еще одно обещание – электрификация всей страны. Примером служит плакат «Советы и электрификация» [3], в центре которого изображен В.И. Ленин на фоне фабрик и заводов, существование которых без электроэнергии невозможно. Эти плакаты доступно объясняют малограмотному населению плюсы электрификации

страны, в результате хорошо поставленной пропаганды и самоотверженному труду советских граждан, начинается электрификация.

Третья группа плакатов была направлена на борьбу с идеологической пропагандой белогвардейцев. Плакат [2], с изображением золотой повозки, в которой сидит Колчак, тянут ее упитанные представители зажиточных классов Российской Империи: капиталист, поп и помещик, а также на повозке стоит виселица, с надписью «Для рабочих и крестьян». Нужно отметить что на плакате присутствует лозунг: «Радость сытым, радость пьяным, смерть рабочим и крестьянам...», такой же информационный смысл несет плакат «Царь, поп и богач» [2]. В агитационном плакате «Учредительное собрание» [3] мы видим плывущих в одной лодке царского генерала, буржуа, лидера партии социалистов-революционеров В.М. Чернова и стоящего над ними с денежным мешком представителя Франции. Большевики просто и доходчиво показывают населению, что Учредительное собрание представляло интересы дворянства, буржуазии и иностранных капиталистов, а не рабочих и крестьян. Этот плакат большевики использовали для объяснения причин роспуска Учредительного собрания и прекращения его работы. На плакате «Что несет Деникин рабочим и крестьянам» [2] большевики изображают солдат белой армии, избивающих крестьян, ведущих рабочих и крестьян к виселице, сжигающих их дома и целые деревни. Этот плакат дискредитировал одного из лидеров Белого движения – А.И. Деникина.

Следует отметить еще одну группу. Целый ряд большевистских плакатов направлен на привлечение добровольцев в ряды РККА. Например, плакат на котором стоит рабочий с винтовкой на плече, и зорко смотрит в даль, стоя на страже фабрики. В данном плакате большевики обращаются к народу со словами: «Октябрьская революция дала тебе фабрики и свободный труд. Владей оружием...» [3] из этой серии можно так же отметить плакаты: «Ты записался в добровольцы», «Запись в Красную армию» [3], «К оружию за Советскую власть» [3] и «Будь на страже» [2]. На всех этих плакатах большевиков яркая цветовая

гамма, основным цветом является красный, как один из символов революционного движения и Красной армии, олицетворяющий пролитую кровь ради светлого будущего.

Одной из особенностей плакатов большевиков является противопоставление новой орфографии старой. Так же большевистские плакаты не используют призывы о любви к Родине, а делают акцент на борьбе пролетариата с капиталистами. Большинство плакатов белогвардейцев были направлены на создания образа врага и повествовали о страшном Красном терроре. Большевики помимо дискредитации противника предлагали своим последователям светлое будущее, в котором все равны, образованны и живут в достатке. Агитационные плакаты, служили мощным психологическим оружием, тем более, что плакаты большевиков были понятны и близки к сердцу для гораздо более широкой аудитории.

Агитационные плакаты несли важные для государства пропагандистские функции: информационную – доносили до населения необходимую информацию, коммуникативную – были связующей нитью между властью и народом, имиджевую – создавали благородный, величественный образ власти, которая заботится о своих гражданах, а также воспитательную функцию [5, с. 219].

Основной задачей большевистской агитационно-пропагандистской деятельности являлось ослабление влияния белогвардейцев, а в дальнейшем и полную их капитуляцию. Пропаганда большевиков указывала на все минусы имперского режима, подчеркивало тот факт, что поддержка белогвардейского движения приведет к восстановлению монархии, и дальнейшей усиленной эксплуатации рабочего класса и крестьянства. Поэтому, были созданы простые, доступные для восприятия лозунги: «Фабрики – рабочим», «Земля – крестьянам», «Мир – народам». Они вдохновляли сторонников большевиков и создавали сомнения в рядах белогвардейцев.

Агитационно-пропагандистская деятельность большевиков имела четкую идеологию, но к каждому региону подход был особый. Примером может служить Юг России, в частности Кубань, где основное население было казачество. «...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 формировало дополнительный резервов для укрепления и пополнения коммунистических рядов [7, с. 219]». Создавались плакаты, призывающие казаков перейти на сторону большевиков. «Казак, ты с кем?» [3] это один из плакатов, на котором представители большевиков изображены в виде крестьян, а белогвардейцы, в виде надвигающихся солдат, во главе с толстым капиталистом, которые, видимо хотят отобрать у крестьян земли и хлеб, а посередине стоит казак, которому предстоит выбрать сторону. На данном плакате мы видим четко поставленный вопрос, явно выделенную целевую аудиторию – казаков, а также дискредитацию противника – белогвардейцев.

Особый подход у большевиков был не только к каждому региону. В своих трудах лидер большевиков В.И. Ленин писал о значении пропаганды на различные классы общества: «...Можно ли ограничиться пропагандой идеи о враждебности рабочего класса самодержавию? Конечно, нет. Недостаточно объяснять политическое угнетение рабочих (как недостаточно было объяснять им противоположность их интересов интересам хозяев). Необходимо агитировать по поводу каждого конкретного проявления этого угнетения (как мы стали агитировать по поводу конкретных проявлений экономического гнета). А так как это угнетение падает на самые различные классы общества, так как оно проявляется в самых различных областях жизни и деятельности, и профессиональной, и общегражданской, и личной, и семейной, и религиозной, и научной, и проч. и проч., то не очевидно ли, что мы не исполним своей задачи развивать политическое сознание рабочих, если мы не возьмем на себя организацию всестороннего политического обличения самодержавия? Ведь для того, чтобы агитировать по поводу конкретных проявлений гнета, надо обличить эти проявления... [6, с. 79]» На наш взгляд

лидер большевиков хотел подчеркнуть тот факт, что агитатор должен искать свои минусы самодержавия для каждого класса в обществе, и подчеркнуть на фоне этих минусов необходимость преобразования в социалистическое общество.

В агитационных плакатах мы наблюдали обращение к трудящимся и крестьянам, они являлись для большевиков главной движущей силой революции. Как отмечает в своей работе А.А. Конкин «Агитация большевиков охватывала более широкий круг вопросов, касавшихся жизни государства и общества в военное время и имела четкую направленность... В свою очередь агитационно-пропагандистская деятельность белогвардейцев делала уклон на критику большевистского правительства и режима, опуская вопросы о дальнейшем государственном устройстве и экономической ситуации в стране... [4, с. 106]». Возможно это и сыграло ключевую роль в успехе большевистской пропаганды.

Таким образом необходимо отметить, что в результате успешной пропагандистской деятельности, большевики не только смогли совершить государственный переворот в октябре 1917 года, но и одержать победу над белогвардейцами в Гражданской войне, удержав власть в своих руках. Партия большевиков за короткое время стала одной из самых популярных и массовых.

Успех Советской власти обосновывался несколькими факторами. Во-первых, лидеры Красного движения – В.И. Ленин и Л.Д. Троцкий, имея определенный опыт, четко осознавали на кого должна быть направлена их агитационно-пропагандистская деятельность и понимали, что нужно им предложить. Предлагалось решение проблем, связанных с аграрным вопросом, решение жилищного и рабочего вопроса, обещания закончить Первую мировую войну на которых проливалась кровь, ни в чем не виновных солдат. Во-вторых, большевики учитывали национальные особенности каждого региона, но в то же время идеологический подтекст и унификация агитационно-пропагандистской работы привели к единому идеологическому пространству на всей подконтрольной территории. В-третьих, наличие идеологии коммунизма которой придерживалось правительство большевиков, так же являлось преимуществом в борьбе с Белым лагерем.

Список литературы

1. Агитационные плакаты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://anisimov.biz/plakaty-grazhd-voiny>
2. Агитационные плакаты [Электронный ресурс] / URL: <http://home-for-heroes.livejournal.com/147142.html>
3. Агитационные плакаты: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/1395/Grazhdanskaya-voyna-v-Rossii--Plakaty-krasnykh--CHast-V>
4. 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. – С. 106.
5. Лежень Е.Е. Плакат как средство политической агитации 1917 – 1930-е годы // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – Саратов, 2013. – С. 124.
6. Ленин В.И. Что делать? Наболевшие вопросы нашего движения / Издательство политической литературы. – М., 1982. – С. 79.
7. Пруткая Т.С. Основные направления агитационно-пропагандистской работы большевиков: Научные труды КубГТУ / Т.С. Пруткая, Ю.В. Хотина. – №9. – Краснодар, 2016. – С. 219.