

В. Юрченко.<sup>1)</sup>

## Система більшовицької агітації та пропаганди.

На радянщині дуже поширеним є твердження, що більшовицька влада тримається на ГПУ й агітації. Це — глибока й безперечна правда в обох випадках. ГПУ вславилося нечуваним у світі й історії кривавим терором, що вбив усякі пориви мас до свободи, а агітація й пропаганда задурманює несвідому частину бідноти й робітництва, не даючи їй змоги оцінити дійсний стан речей та зробити правдивий і належний висновок.

Ні одна в світі держава не скористала так з засобів агітації й пропаганди, як більшовики. Вони її зробили велитенським знаряддям державно-політичного впливу й поступу. Не будь агітації — цього морального батога - побудника, цього освіжаючого й підносячого току, — комуністи давно вже розклалися б у великих непосильних труднощах хронічної матеріальної кризи та ідеологічних розбіжностей; навіть у найбільших ентузіазмів — борців соціалістичного ладу розбився б запал об мури сірих буднів — всезагальних злиднів, щораз маліючого пайка та зростаючих стогонів-проклонів мас. Але дійсність притушовується, підсолоджується й підноситься пишними словами, овіяними надією на золоте завтра, на розкішне майбутнє „соціалістичного раю“. І тут агітація й пропаганда всім комплексом свого адміністративно-державного впливу справляє геніяльну ролю облудника: одним — сміливішим вона зціплює язика, стаючи сама референтом-інформатором подій дня; других деморалізує, знеохочує до державно-громадського життя; третіх — менше свідомих, тих, що без опору й власного критерія йдуть „за чужим розумом“, спокушає „майбутнім раєм“, „прекрасною ідеєю“ й кидає їх в обійми диктатури, в лави активних поборників соціалізму.

Не диво, чому комуністи оцінюють агітацію й пропаганду не як побічну інтелектуально-культурну ділянку та другорядну функцію, а як важливий і невідмінний чинник у структурі всього радянського апарату, рівновартісний з найсерйознішими організаційно-оперативними й виробничими завданнями, як плян пятирічки, питання індустріялізації, колективізації та інше і навіть більше: де не можна зреалізувати матеріально-виробничих плянів-намірів,

<sup>1)</sup> Автором цієї статті є автор відомої недавно виданої книжки „Шляхами на Соловки“, очевидець більшовицького раю, колись більшовицький працівник саме в обговорюваних ним ділянках: агітації й пропаганді.

там комуністи намагаються розвинути агітаційні операції, щоб розбурхати й нахилити настрої-уподобання мас до новопоставленої справи.

Агітаційна робота більшовиків іде в двох напрямках: з одного боку обслужити потреби дня, ознайомити масу з буденною роботою й витворити прихильні настрої до неї; з другого — прищепити масі більшовизм, поглибити соціялістичну ідею та виховати громадянина-комуніста. Ці два моменти у більшовиків виступають під назвою агітації й пропаганди. Прибрані в трівкі форми, переведжені від імени уряду, вони послугуються найріжнороманітнішими силами й заходами організаційно-матеріальними й методичними.

Замітна перш надусе сума асигнувань на агітацію й пропаганду. Незважаючи на матеріально-бюджетову скруту, більшовики дають на цю справу безперечно й незрівняно більші суми, як будь-яка інша багата й високо-культурна країна. Асигнування з кожним роком ростуть, мобілізуючи всякий зайвий державний та громадський гріш. Кожна установа, підприємство, завод, товариство, при укладанню свого річного бюджету, виділяють не менше 10% на культроботу (це зн. на пропаганду). В державному бюджеті в 28—29 році асигнування на агітацію офіційно виносили 600 мільонів карбов. (14% всього держ. бюджету). Ця сума значно збільшується, коли до неї додати всілякі позабюджетові асигнування: на численні непередбачені плянами державні курси, зїзди, кампанії, на видавання ріжних брошур, метод-листів, відозв, плякатів, культурне самообкладання, місячники, допомоги, членські вкладки (кожен член спілки, урядовець мусить бути членом культосвітньої організації й платити членські вкладки), законні відрахування  $1\frac{1}{2}\%$  від платні на культфонд, періодичні стягнення (навіть тоді, як люди женяться, їдуть залізницею, наймають робітника, купують річ — плати на культфонд). Все асигноване, пожертвуване, відраховане й вициганене — становить копійку кругленьку. Якже додати жахливо велитенські суми на закордонну пропаганду, на видавання тьми ріжних ніким нечитаних рептильок, журналів, агітаційних агентів, осередків, ріжних делегацій, представництв на закордонному дипломатичному „поприще“, — то дуже ймовірним є, що весь кількамільярдний сільський податок разом з ліцитованими селянськими ряднами, єдиною корівкою та останньою одежиною йде на агітацію й пропаганду.

Органи агітації й пропаганди мають у своєму розпоря-

дженні великий і добре сконсолідований апарат. Його структура уложена так, що, починаючи від Москви аж до села, хутірця, підприємства, всяка комуністична директива має гарантовану змогу до точної й пильної реалізації. Агітація й пропаганда провадиться від імені партії та переважно її силами. Деж вона не має свого безпосереднього впливу (нема партійного осередку — партосередку), ці функції передаються радянсько-громадському апаратові. При ЦКІ, ВКП та при ЦК КП(б) є агітаційно-пропагандивні відділи (агітпропвідділи). Вони керують всією агітаційною та політично-освітньою (політосвітньою) роботою — безпосередньо серед партійних організацій та через органи Наркомосу (народній комісаріят освіти) політосвітньою роботою серед безпартійних мас. Від них ідуть окрагітпропи (окружні), райагітпропи (районові відділи) та сільські агітпропорганізатори. Така сама система організації агітпропроботи в комсомольських осередках, що у всьому й суворо підлягають директивам партійних агітпропів.

Радянсько-громадський політосвітній апарат збудований строго в централістичний спосіб. Завжди контрольований і в усьому залежний від партійних агітпропвідділів, він виконує агітаційні завдання не гірше, як партійний апарат. Структура державно-громадських політосвітніх організацій така: Главполітпросвет (Москва), Головполітосвіта (Харків), Окрполітосвіти при Округових Наросвітах (відділах народньої освіти), райполітосвіти, сільські сельбуди (селянські будинки) в більших селах, хати-читальні в менших селах, червоні кутки на віддалених околицях села, по хуторах та клуби на підприємствах і в містах. По лінії робітничо-професійних та службових організацій структура політосвітніх закладів така: культвідділ при ВЦСПС (всесоюзна центральна рада-совет професійних спілок), культвідділ при ВУРПС (всеукраїнська рада профспілок), культвідділи при ОРПС (окружних радах профспілок) та філіях окремих спілок, райкульткомісії при Райкомах (районових комітетах); клуби при більших підприємствах та червоні проф-кутки при менших підприємствах.

Апарат культосвітніх організацій створено так, що нема ніякої межі між поняттям громадського і державного урядування. З центру до району вони цілком державні, а в селі й на підприємстві для ока маси мішані й плутані: на селі є сельбуд, хата-читальня, червоний куток — а поруч них культсекція сільради (сільського уряду); на підприємстві є клуб — а нарівні з ним культ-бюро партосередку. Ще й досі комуністи не сказали тут твердого слова: чи сільрада є повновласний хазяїн сельбуду

— за статутом громадської і незалежної організації, чи сельбуд сільраді зовсім не підлягає; чи клуб є суспільна культосвітня організація — чи це лише арена для комуністичних агітаторів. В управі клубів та сельбудів застережено оригінальний „громадсько-демократичний“ принцип: рада клубу й сельбуду вибирається з членів (правда, під пильним нажимом партосередків), а завідувача — фактичного й платного керівника громадською організацією призначає райінспектор політосвіти; дуже часто цей надісланий господар буває з іншої нації, не знає культурних нахилів та потреб села і чинить лише так, як наказує йому районне начальство.

Слід підмітити, що більшовики вміють створити потрібний собі апарат. На відповідальних політосвітніх посадах у них сидять тільки комуністи: агітацію й пропаганду вони оцінюють як дуже відповідальну, кваліфіковану роботу й підбирають на неї кращих своїх працівників; грамотна політично (в марксівському, звичайно, комуністичному дусі) особа, добрий оратор, мітінгант — це шановні радянські професіонали, що мають славу, почет і добрі гроші. Радянські пропагандисти — це своєрідні „червоні апостоли“ в містах та „радянські дячки“ по селах. Матеріальний стан пропагандистів з кожним роком поліпшується: платня сільського комсомольця, що, крім „азбуки комунізму та політмінімуму“, нічого не читав, а має два-три роки початкової школи та добре клепаний на радянському ковалі язик, — його платня перевищує утримання кваліфікованого вчителя. Такому „хльосткому на слові“ комсомольцеві стелиться буйний шлях карієри: його пошлють на кількामісячні курси, настанять верткий язичок матеріалізмами, діалектиками, опортунізмами та іншими модно-радянськими ізмами, із нього вийде патентований професіонал — пропагандист, що сіятиме зерно комунізму та проповідуватиме соціалістичну культуру з округової, а далі й з центральної трибуни.

Крім сталого апарату, що провадить постійну працю серед організованих територіяльно та неорганізованих мас, комуністи ведуть ще й часову, епізодичну пропаганду, як політосвітні тижневики, місячники, кампанії культоглядів легких кавалерій, культзмички, „переклички“ та культшефства. Особливо розвинуте останнє. Більшовики не задовольються плянвою апаратною роботою. Вони вигадують ударні прийоми, кидаючи агітаційні сили в нові умови, і вносять елементи змагання, запозичень, культурного взаємовпливу. Завод, партійний осередок, чи профспілка бере культшефство над якимсь селом; міцніший сельбу-

динок стає культурним шефом над бідною матеріально й на культурні сили хатою — читальнею; відкривається, прим. нова хата-читальня чи сельбуд; запрошують ініціатори почесним членом якусь фабрику, товариство, спілку чи особу (завідувача, голову чи взагалі відповідального комісаря). Запрошений почесний член, ради слави й обовязку, приїжджає, привозить, звичайно, подарунок, наговорить силу соціалізмів і візьме на свої комісарські плечі відповідальність за хату-читальню. Індивідуальне культшефство — це велика приваба комуністичного самозадоволення й ознака самопожертви та участі на фронті „культурної революції“. Тому шеф старається з усіх сил „поставити на ноги“ свою хату-читальню. Він підтримує її матеріально, закупляє книжки, навідується сам, накручує управу, а ці раді старатись, щоб не червоніти перед почесним. Часто колективні шефи приїжджають на село цілими бригадами: дарують селу бібліотеки, часом кіно-апарат, зразкову стінгазету, гроші на „культнужди“, зате ж накрутять управу хати-читальні та поставлять перед нею „культвимоги“: і церкву закрити, і колектив організувати, і податок на 100% виконати, і ще цілу низку інших. Нагудуть не менше й селу, бо на зборах виступає 10 — 20 промовців на найріжноманітніші „соціалістичні“ теми. Запальні оратори не знають села, не бачать його злиднів, б'ють лише на темноту сільську ти рекомендують заходи за рецептом партійних постанов, за фанатичними розписуваннями з літератури та з засади власних „пролетарських міркувань“.

Вся культурбота на радянщині є по суті агітація й пропаганда комунізму. Самі більшовики називають її політосвітою. Але другого елементу — освітнього в ній дуже мало. Зміст роботи клубів, сельбудів пересякнутий суворо політичним духом: на першому місці завжди й усюди стоїть політика, політ-гурток, політичні реферати, політичні події тижня. Від неї починається, нею й закінчується, про щоб не говорилось: чи про походження людини, чи про спортові вправи, при про посадку помідор. Керівники агітпропів та політосвіти ставлять вимогу: кожний громадянин повинен бути політично письменний, свідомий марксист, а керівники політосвітніх установ та радянський актив має бути мужем—політиком, інструктором, агентом влади й партії. Пропаганду в масу, бамбардувати її щоденними завданнями, вбивати їй у голову, у побутову поведінку комуністичні погляди, ідеологію, соціалістичне розуміння — такі кличі лунають в політосвітній праці вже кілька літ. Один з визначних народніх комісарів Укра-

їни Затонський на всеукраїнському зїзді політосвітніх робітників 1928. р. повчав округових керівників політосвіти: „Треба усилити пропаганду соціалізму рішуче на всіх ділянках, на кожному кроці; треба ефективними заходами пропаганди, фактами, числами, образами тягнути селянина до соціалізму; треба його переконати, що за соціалістичного ладу навіть свиня буде рясніше пороситись, а соціалістична курка нестиме частіше й більші яйця, як курка буржуазна“. З такою настановкою і без жадних відступлень провадиться політосвітня праця.

Слід підкреслити, що вона визначається строгою пляновістю й ударністю. Більшовики взагалі добрі плянізатори. В той час, як 90% їхніх виробничих плянів провалюються, в агітації й пропаганді навпаки — удається найбільше. Складання кварталних плянів пропаганди та місячних календаризованих увійшло в більшовицьку практику від партійного центру до сільського партосередку. Ще за місяць наперед Москва друкує, що за наступний квартал треба „популяризувати, поглибити, висвітлити серед активу, маси партійної, безпартійної, жінок, молоді, в гуртках, школах, на загальних зборах“. Вищі директиви деталізується й льокалізується в Харкові і розписується по округах. Ці в свою чергу надсилають до агітпропів Райпарткомів, а останні надсилають докладні завдання сільським партосередкам, а разом з Райінспектором політосвіти подають пляни сельбудам та хатамчитальням, червоним куткам і клубам.

В плянах розмежовується завдання постійні, епізодично-кампанійські й поточно-агітаційні, календарні революційні свята та інш. В них зазначається конкретно, які проробити кампанії (прим. з господарського податку, зїзд партійний чи радянський, плян індустріалізації), улаштувати свята, збори, засідання, а на них прочитати доповіді, лекції, реферати (подається теми), перевести політсуд (дається тему зміст), похід, виставу і т. інш.

Методика політосвітньої роботи поставлена досить добре. При округових та центральних політосвітніх установах існують методичні кабінети (лябораторії), де студіюють теоретично й практично питання агітації й пропаганди, вишукують найкращих форм, метод та методичної техніки в політосвітній роботі. Кабінети розробляють методичні вказівки, методлисти, якнайкраще переводити окремі форми роботи. До кварталних плянів та місячних завжди додається методвказівки як poradnik до реалізації плянів. На цю писанину витрачається ризи паперу, не шкодується коштів. І не надаремно: сільський, ледви письменний

