

УДК 316.75:32(47)“1941/1945”

doi 10.17072/2219-3111-2019-4-95-104

СОЦИАЛЬНЫЕ СТАТУСЫ РАБОТНИКОВ АГИТПРОПА И НОРМЫ ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ¹

А. В. Чащухин

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 614070, Пермь, ул. Студенческая, 38

achashuhin@hse.ru

Исследуются нормы и практики идеологической работы в годы Великой Отечественной войны. Пропаганда и агитация рассматриваются в контексте анализа социальных статусов людей, ответственных за эту деятельность. Использование социологической оптики позволяет говорить о советской идеологии не только как о системе идей, но и как о социальном обусловленном знании. Выявляются способы и приемы отстаивания своих социальных позиций посредством использования официального дискурса. Анализ рефлексии о нормах политической работы дает возможность обнаружить смысловые разрывы в интерпретации политического знания, определить тактику и стратегию использования идеологии при защите и отстаивании своих социальных позиций. В годы войны Управление агитации и пропаганды (Агитпроп) не стало монополистом в производстве и оценивании политических текстов. Между Агитпропом, советской цензурой и руководителями регионов регулярно возникали конфликты, которые решались при посредничестве Секретариата ЦК ВКП(б). Использование политического языка позволяло представителям высшей номенклатуры отстаивать свои позиции. Иная картина складывалась в провинции. В советском тылу происходила маргинализация социальных статусов агитаторов и пропагандистов. Идеологические работники были вынуждены решать хозяйственные задачи. Это рождало особый жанр отчета, в котором успехи экономики объяснялись агитацией и пропагандой. Новые практики позволяли усилить контроль над идеологическими работниками со стороны руководителей регионов, что давало им возможность оценивать работу пропагандистов, используя экономические показатели. Между тем политический язык сохранял доминирующую позицию. Это позволило после войны ослабить возникшую автономию региональных руководителей.

Ключевые слова: пропаганда, агитация, Агитпроп, нормы, социальные статусы, идеология, Великая Отечественная война.

В начале 1941 г. в редакцию журнала «Спутник агитатора» поступило письмо. Его автором был некий К.А. Гудок-Еремеев. «Родные и уважаемые товарищи! Я шлю вам вопросы, работая предкультсовета в транспортно-гужевой артели в городе Красный Луч, где возчики в большинстве раскулаченные или извозчики царского времени очень хитрые граждане. Я спросил их: почему стесняетесь задавать вопросы после моих ежедневных политбесед и политинформаций. Они мне ответили, что, мол, если мы зададим от души и сердца вопросы, то будем, мол, сидеть париться в НКВД» (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 46. Л. 1. Цит. по: Советская пропаганда..., 2007, с. 74–78). Подопечные рядового агитатора были правы. Вопросы работников артели, которые ему все-таки удалось собрать и отправить в редакцию журнала, были немедленно перенаправлены в «компетентные органы». Судя по всему, распознать антисоветский смысл вопросов сотрудникам редакции было несложно. «Почему нет кожи обуви – всюду видишь оборванных людей ... Скажите, сколько ситцу Гитлеру отправили? ... Ответьте – теперь нет эксплуататорских классов, а классовая борьба есть. Так на кой ляд сдалась она? ... Ответьте. Если так или иначе СССР втянется в мировую войну – скажите удержится ли тогда соввласть в СССР и куда пошлют тогда коммунистов?» (Там же, с. 74–78).

Обратим внимание на то, что в своем подозрении на «антисоветчину» автор и адресат поняли друг друга. Более того, сотрудники редакции, отсылая предоставленный материал в НКВД, были уверены, что там тоже распознают крамолу. В картине, которую представляет нам указанный источник, не объяснены критерии распознавания антисоветского. Автор письма и со-

трудники редакции не утруждают себя этим, подозревая крамолу в лукавых интонациях, суждениях, которые отличаются от газетных передовиц и официальных выступлений: «...много ехидных, коварных и хитрых задают мне» вопросов (Там же, с. 75). Кроме того, К.А. Гудок-Еремеев желает получить некую инструкцию, согласно которой он смог бы правильно отвечать, перевоспитывать несознательный элемент. Понимая антисоветскость высказываний, он пытается обосновать их социальным происхождением несознательных граждан: «в большинстве своем раскулаченные..., извозчики царского времени» (Там же, с. 75). Агитатор имеет представление о главном источнике знаний, демонстрируя перед лицом адресата свои политические компетенции: «...Я всегда нахожу ответы в истории ВКП(б) и в трудах Ленина – Сталина» (Там же, с. 75).

Между тем способы применения этого знания в ситуации диалога с трудящимися вызывают затруднения. Как с честью выходить из двусмысленных ситуаций? Как отвечать на вопросы правильно? Для автора письма освоение и применение политического языка – не просто рутинная работа. Для него это почетная миссия, позволяющая ему претендовать на значимый социальный статус, обладающий символическим властным ресурсом.

Этот персонаж напоминает героев, описанных Н.Н. Козловой. Политический язык для них был одновременно инструментом и ставкой в социальной игре за «место под солнцем». Практики освоения публичного языка власти представляли стратегию разрыва с деревенским, традиционным, патриархальным, которое интерпретировалось как не- или антисоветское [Козлова, 1996, 2005]. Согласимся с этим мнением, но внесем в них важную поправку. В годы войны социальные статусы работников агитации и пропаганды претерпели существенные изменения.

Представления о нормах идеологической работы подвергали рефлексии люди, вынужденные в 1940-е гг. работать с политическим языком. Речь идет о руководителях Агитпропа и подотчетных ему партийных функционерах на местах – лекторах и рядовых агитаторах, работников печати². Эти люди занимали различные посты. Между тем все они, начиная с рядового агитатора и заканчивая руководителем Г.Ф. Александровым, были вынуждены постоянно согласовывать проекты и решения, высказывать суждения о состоянии дел. Иными словами, говорить и писать о том, как правильно подавать информацию о состоянии на фронте, как выявлять крамолу, как обстоятельно отвечать на вопросы трудящихся и организовывать пропагандистскую работу.

В системе властных коммуникаций значение этих суждений было различно. Дело не только в полномочиях того или иного ответственного лица. На наш взгляд, рассмотрение идеологии вне анализа социальных позиций людей, ответственных за ее распространение, может серьезно исказить результаты исследования. Здесь к месту вспомнить марксистское понимание идеологии, точнее, его развитие в работах К. Манхейма [Манхейм, 1994]. Речь идет о том, что идеологическое высказывание не может быть свободно от классовой позиции. Разница во взглядах двух классиков заключалась в том, что К. Манхейм настаивал на применении этого же принципа по отношению к самому Марксу и его последователям. Попытаемся адаптировать этот принцип к социально-политическим реалиям сталинской эпохи.

В условиях тоталитарного государства, конечно, не может идти речи о конкуренции различных идеологий, оправдывающих интересы или представляющих социальные позиции той или иной социальной группы. Между тем советский вариант социальной стратификации неизбежно порождал различное прочтение, использование и потребление политического знания в зависимости от социальной позиции, образовательного уровня, включенности актора в систему политических коммуникаций. С этой точки зрения, единое политическое знание в устах руководителя агитпропа и рядового агитатора неизбежно приобретало различие. Смысловые разрывы, возникающие при этом, и становились основанием для рефлексии о нормах политической работы. Добавим, указанное единство политического знания тоже было весьма условным. Сочинение и распространение даже таких догматических текстов как «Краткий курс истории ВКП(б)», не могло избежать многочисленных противоречий [Бранденбергер, 2017, с. 202–218]. Таким образом, рассмотрение субъективных представлений о нормах политической работы в контексте анализа социальных позиций акторов позволяет говорить о советской идеологии не как о системе идей и знаний, а как о практиках, которые связаны с социальными позициями

акторов, использующих политический язык, который определяет статус участника политической коммуникации, формирует его субъективное отношение к социальной реальности [Бурдые, 2005, с. 64–87].

В ситуации военного времени изменение структур власти [Хлевнюк, 2010, с. 272–333] сопровождалось серьезной реорганизацией пропаганды³. Идеологическая мобилизация происходила в условиях изменения социальных статусов людей, ответственных за ее выполнение. Каким образом менялось социальное положение работников идеологического фронта? Руководители советского тыла в годы войны разрешали множество проблем. На фоне выполнения плана по выпуску военной продукции, сбору урожая вопросы пропаганды нередко уходили на второй план. Это приводило к тому, что ответственные за идеологическую работу лица утрачивали официально декларируемые статусы. «Пропагандистских работников почти всюду используют больше всего в качестве уполномоченных по хозяйственным кампаниям. И, так как кампания набегаёт на кампанию, получается, что работник отдела пропаганды большую часть года занят лишь хозяйственно-административными делами. ... Но в качестве уполномоченных по хозяйственным делам работают не только секретари по пропаганде, а также и остальные агитработники. Это довольно широко распространившаяся практика использования пропагандистских работников в качестве административных деятелей в конечном счете приводит к фактической ликвидации пропагандистского аппарата на местах» (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 242. Л. 21–27. Цит. по: Советская пропаганда..., 2007, с. 228–232). Автором этого письма была некая Петросян – руководитель одной из пропагандистских групп, отправляемых на места для чтения лекций и «усиления» политической работы. Ее письмо было направлено в Секретариат ЦК через голову Г.Ф.Александрова, в связи с чем руководитель Агитпропа был вынужден одновременно оправдываться за состояние дел в своем ведомстве и ставить на место свою ретивую подчиненную.

Этот конфликт обнаруживает многое: различное понимание политической работы, реализуемые на местах практики, приемы отстаивания своей социальной позиции. Петросян говорит о хозяйственном использовании политработников как о типичной для страны проблеме. В ее представлении подобные практики не дают возможности добиться главного. «Важнейшая задача нашей пропагандистской работы – популяризация докладов и выступлений товарища Сталина об Отечественной войне – ведется компанейски и школярскими методами» (Там же). Настаивая на высокой миссии пропагандиста, Петросян отмечает инертность работы своего руководства, неправильный подбор кадров, плохо поставленную организационную работу. Это расшатывает, согласно ей, воображаемые устои классовой картины мира. Неправильно организованная пропаганда чревата партийной ересью. «пропаганда не ведет активной борьбы против ошибочных рассуждений о том, что советское государство вынуждено идти на уступки капиталистическому миру, что в этой борьбе укрепляется капиталистический мир, а мы неизбежно ослабнем... Распространению этих настроений не только в низах, но и среди некоторой части партийных и советских кадров, в известной мере способствует то положение, что многие лектора и докладчики зачастую пропагандируют не сталинские документы, а всякую дребедень из иностранной прессы» (Там же). Под «дребеденью» имелись в виду практики использования иностранной прессы для агитационных целей. Речь идет о вырванных из контекста переведенных публикациях, предназначенных для создания «объективной» картины мира, демонстрации реакции зарубежных стран на внешнюю политику Советского Союза. В Агитпропе этот отбор и дальнейшее распространение осуществлял военный отдел Совинформбюро параллельно с Отделом печати ЦК ВКП(б) (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 47. Л. 9–10). Эта практика к 1944 г. подвергалась критике в связи с тем, что имела неожиданные последствия. Постоянное использование заранее отобранных материалов зарубежной печати создавало опасение в чрезмерной заинтересованности пропагандистов и читателей иностранной прессой (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 242. Л. 28–40. Цит. по: Советская пропаганда..., 2007, с. 233).

Руководитель Агитпропа, вынужденный возражать своей инициативной подчиненной перед лицом Секретариата ЦК, не отрицал многих описанных в письме явлений. Александров подтверждал низкую квалификацию пропагандистов, отсутствие налаженной инфраструктуры информирования населения и самих работников идеологического фронта. Все это признавалось как объективные проблемы. Согласие с недостатками не означало признания вины. Искусно

меня модальность, Александров говорил о том, что указанные проблемы существуют, но давно решаются. Приводил в качестве доказательства данные о прочитанных лекциях и изданных брошюрах, проведенной работе на местах и в центре. Это становилось основанием для политической критики взглядов своей подчиненной. «Если последовать совету Петросян и ориентировать пропагандистских работников партии на разъяснение вопросов об отношении страны социализма со странами капитализма внутри антигитлеровской коалиции, мы нанесли бы серьезный вред, ущерб нашему делу и запутали бы наши кадры» (Там же, с. 233).

Как переживалась маргинализация социального статуса самими пропагандистами? По-видимому, выполнение хозяйственных функций вызывало чувство депривации у заведующих отделами. Носитель и транслятор высокого политического знания на деле занимался хозяйственной отчетностью и мобилизацией трудовых ресурсов. В системе двойного подчинения – Управлению агитации и пропаганды в Москве и первому секретарю обкома – последний оказывался ближе. Социальный статус работника пропаганды оставался существенно ниже предписанной политической роли. Идеологические компетенции в глазах местного начальства если и конвертировались в экономическую пользу, то с большим понижением в региональной таблице и рангах. Об этом знало руководство Агитпропа и пыталось защитить своих людей на местах от самодурства первых секретарей. В качестве примера можно привести перенаправленное Александровым в ЦК ВКП(б) письмо руководителя отдела агитации и пропаганды Татарского обкома.

Эта жалоба на своего непосредственного руководителя фиксирует не только депривацию местного пропагандиста, но и стиль регионального руководства. Первый секретарь общается с идеологическим работником просто и грубо. Когда пропагандист просит двухдневной отсрочки от выезда в район в качестве уполномоченного по сбору урожая, первый секретарь ему сообщает: «Нужно выехать немедленно, иначе с милиционером отправлю» (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 242. Л. 70–74. Цит. по: Советская пропаганда..., с. 691–693.). Стиль областного начальства понимался как ориентир и для других хозяйственников. «Причем кричат не только первые секретари, но и уполномоченные обкома ВКП(б). Обычные рассуждения в этих случаях 1-х секретарей: "Сейчас хлебозаготовки – не до партшколы", "Чем сейчас заниматься партшколой или уборкой?", "Заниматься то ли хозяйством, то ли политикой и т.д. » (Там же). Если верить автору письма, то такие номинации пропагандиста, как «фразер», «болтун», «трепач», были относительно мягкими определениями лиц, ответственных за политическую работу. При этом и московские работники идеологического фронта не вызывали пиетета у руководства областью. «Когда к нам приехал лектор ЦК, мы решили организовать лекцию для аппарата обкома. Договорились о помещении ... Но когда узнал об этом т. Никитин, то запретил: "Мне нужно заседать там, а вы мне там воздух сделаете спертым". На мое приглашение т.Никитину присутствовать на лекции, получил вразумительный ответ: "Это с какой же стати" (дескать, вот чудак, с какими вопросами пристаёт)» (Там же).

Эта жалоба свидетельствует не только о депривации и маргинальности заведующих агитацией и пропагандой в областных и республиканских комитетах партии. Система, при которой руководитель Агитпропа вынужден был отстаивать права своих подчиненных на местах через ЦК ВКП(б), показывает невозможность прямого контроля над состоянием дел. В свою очередь, руководители регионов могли через Секретариат ЦК предъявлять претензии самому Управлению агитации и пропаганды. К примеру, в августе 1943 г. первый секретарь КП(б) Киргизии сообщал Г.М.Маленкову о проблемах политической работы в республике. С его слов, местные лекторы и докладчики вынуждены самостоятельно пользоваться газетным материалом. Стенограммы столичных совещаний, московские лекции Мануильского, Ярославского и Александрова до республики не доходят. Подобные письма требовали от Г.Ф. Александрова ответной реакции. Не вступая в прямую конфронтацию с первым секретарем, он опровергал критику в свой адрес, доводил до сведения Секретариата ЦК перечень проведенных в республике мероприятий, сообщал о планах ведомства на ближайшее время (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 131. Л. 119–121). На уровне центральных ведомств конфликты подобного рода обычно разбирались при посредничестве ЦК ВКП(б), причем три секретаря – Жданов, Андреев и Щербаков – играли роль арбитров.

Подобные столкновения не были редкостью. Отстаивая обретенную в годы войны автономию, первые секретари обкомов пытались сами использовать политический язык для критики сотрудников Агитпропа. Руководитель Омской области М.А. Кудинов обличал ответственного редактора «Исторического журнала» Б.М. Волина, который, выступая в сибирском городе с лекцией, рассказывал о шестимесячном пребывании в районе немецкой оккупации. Послужной список известного партийца не помешал обвинить его в гуманизации вермахта и очернении советских работников. «Рассказывая о своих встречах с немцами т. Волин изобразил их как гуманных людей, которые дали ему возможность организовать лечение раненых красноармейцев, для чего [они] по его требованию были освобождены из концлагеря ... т. Волин заявил, что эти раненые бойцы были брошены на произвол судьбы советским медицинским персоналом, сбежавшим от них» (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 82. Л. 1–2). Судя по объяснительной самого Б.М. Волина, состоявшаяся лекция отличалась по форме от передовиц советских газет (Там же. Л. 4). Рассказ о пережитом личном опыте, вопросы со стороны слушателей превратили лекцию в беседу. Возможно, это создало диссонанс газетным текстам. Использование иного дискурса неизбежно вызывало подозрение. Если советские медики бросают раненых, значит автор этого сообщения – в лучшем случае политически несознательный гражданин. Стилистическое отступление от канона провоцировало сомнение в патриотизме докладчика. Сомнение становилось поводом для обличения работников, причастных к идеологической работе.

Этот пример демонстрирует важную особенность использования политического языка эпохи – отсутствие четких границ экспертного знания. Мнение и авторитет ответственного работника, занимающегося пропагандой, могли быть поставлены под сомнение представителем другой партийной или государственной структуры: руководителем Главлита (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 185. Л. 12–12 об.; Советская пропаганда..., 2007, с. 393–395)⁴, наркомом госбезопасности (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 131. Л. 129–129 об.). Самому Александрову тоже приходилось защищать свои политические компетенции. По мнению М.Б. Митина, руководителя Института Маркса – Энгельса – Ленина (ИМЭЛ), доклад Александрова «О текущем моменте отечественной войны» был «примером абстрактного теоретизирования и "профессорского" резонерства» (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 131. Л. 38). Издеваясь над эрудицией автора доклада, Митин указывал, что со слов Александрова «Красная Армия лучше всего воюет зимой, что это не случайно, что традиция русской армии – бить своих врагов зимой, что в истории войн русского народа всегда так было. В качестве примера докладчик привел Ледовое побоище, разгром Наполеона и разгром шведов. Что касается Ледового побоища, то оно, между прочим, произошло 5 апреля, разгром шведов под Полтавой – 27 июня» (Там же. Л. 39). Выпады в адрес руководителя Агитпропа требовали незамедлительного ответа. «О зимних боях русской армии сообщают: 1) Невский разгромил немцев 5 апреля 1242 года на льду Чудского озера, т.е. в конце зимы; 11 декабря 1790 г. Суворов взял крепость Измаил; зимой 1808 года был совершен поход русских войск в Финляндию (русско-шведская война), о чем не мешало бы знать "академику"» (Там же. Л. 43–43 об.). Слово «академик», заключенное в кавычки не могло не читаться оскорблением. В академической номенклатуре было известно, как Митин, не имея формальных оснований, получил это высокое звание по прямому указанию Сталина.

Стратегии Агитпропа не всегда предполагали оборону, периодически ведомство переходило в наступление. Итогом этого были постановления ЦК ВКП(б), в котором указывалось региональному руководству на плохое качество пропаганды⁵. Так, отчитываясь о выполнении постановления ЦК ВКП(б) от 1 июня 1943 г. «О неудовлетворительном руководстве Пензенского обкома ВКП(б) сельским хозяйством области», местное руководство было вынуждено докладывать о проведенной политической работе (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 131. Л. 124–129 об.). Любопытно, что в постановлении говорится о хозяйственных неудачах, тогда как в отчете Пензенского обкома партии сообщается о проводимой политической работе. В рамках официального дискурса политический язык занимал доминирующее по отношению к хозяйственному положение. Полностью собрать урожай можно только после проведения пропагандистской работы. Ошибка первого секретаря Татарского обкома заключалась не в том, что он отправлял пропагандистов следить за сбором урожая, а в том, что он своими действиями и высказываниями обесценивал политическую работу, ставил ее в подчиненное положение по отношению к хозяйственным целям.

Руководство Агитпропа пыталось, но было неспособно защитить в полной мере своих представителей на местах. Заведующие отделами агитации и пропаганды областного и районного уровней страдали от возложенных на них обязанностей вести хозяйственную работу. Между тем источники, связанные с другими структурами, корректируют эти мученические образы. В докладных и письмах Главлита пропагандисты выглядят неквалифицированными самодурами по отношению к сотрудникам других ведомств. Так, проведенная Главлитом проверка состояния дел в Кировской и Свердловской областях позволила обнаружить множество проблем. Цензоры на уровне района вопреки решению ЦК назначались без согласования с обкомом и обллитом (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 185. Л. 15). При этом ответственные за цензуру лица на уровне района находились в более бесправном положении в сравнении с представителями Агитпропа. Редакции местных газет и руководители городов и районов могли не реагировать на указания цензоров. «Редакции газет сами ставят разрешительные номера и выпускают газеты без цензуры» (Там же. Л. 15). Секретарь же Нижне-Тагильского горкома Кошарев «публично в грубой форме отказался дать на цензурный просмотр текст своей речи, транслировавшейся по радио. В результате он разгласил секретные данные о трех военных заводах» (Там же. Л. 15 об.). Как и руководители пропаганды, цензоры могли использоваться в качестве уполномоченных по хозяйственным кампаниям [Горяева, 2009, с. 288]⁶. Их ведомственная принадлежность не спасала от местных партийных руководителей. Это проявлялось и в материальном снабжении. «Цензоры не приравнены к ответственным партийным и советским работникам района, области, поэтому материальные условия гораздо ниже последних, что затрудняет в значительной мере подбор и закрепление цензорских кадров. Особенно в тяжелом материальном положении находятся цензоры в Кировской области. Начальник Обллита т. Мордовский изыскивая средства для улучшения своего материального положения, дошел до того, что чистил в своем домоуправлении уборные, получая за это 150 рублей. В результате плохого питания заместитель начальника Обллита тов. Агафонов тяжело заболел дистрофией и сейчас находится на излечении» (Там же. Л. 15 об.).

Таким образом, представители низового звена цензуры также испытывали депривацию. Официально выполняя высокую и важную миссию по охране государственных тайн, на местах они оказывались в подчинении партийных руководителей, способных игнорировать их деятельность, увольнять или перемещать из района в район. Низовые звенья Агитпропа и цензуры были наименее подготовлены в качественном и организационном отношении. Низкая степень бюрократизации низового партийного и ведомственного аппарата порождала ощущение постоянного хаоса на местах. Инструкции и письма агитпропа в отсутствие своей автономной вертикали власти и развитой бюрократии не могли обеспечить контроль над ситуацией в районах. Совмещение функций ответственного за идеологическую или надзорную и одновременно за сельскохозяйственную работу, погруженность в бытовые проблемы, несоответствие политического статуса и снабженческой табели о рангах неизбежно влияли на идеологические практики.

Грубость секретарей обкомов не спланировала работников агитации и пропаганды. Наоборот, действия заведующих отделами по пропаганде больше напоминали приемы, которые использовали по отношению к своим подчиненным, оказавшимся в положении виновных. В глазах руководителей отделов редакторы районных газет постоянно совершали грубые политические ошибки. Например, сокращали первомайские лозунги, утвержденные ЦК ВКП(б), не способны были мобилизовать колхозников на социалистическое соревнование, допускали политически вредные трактовки международной обстановки (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 197. Л. 10–13). Например, каким образом эта фраза может дать повод к обвинению редактора: «В день 1 мая, в каких бы условиях, в той или иной капиталистической стране, рабочий класс ни проводил смотр своих боевых сил, – всюду в этот день сердца рабочих будут биться сильнее, горя священной ненавистью к строю, порождающему войны»? (Там же. Л. 13) Между тем это высказывание было признано грубой политической ошибкой. Редактор не просто подошел «с одной меркой ко всем капиталистическим странам – и к агрессивным державам гитлеровской «оси», и к странам демократическим, воюющим против Гитлера», он отрицал «наличие англо-советско-американского боевого союза, возникшего для борьбы против злейших врагов человечества – немецко-фашистских поработителей», и не уяснил «ленинского учения о войнах справедливых и несправедливых» (Там же. Л. 13).

Подобное восприятие текста объяснялось не только опасением возникновения двусмысленности. Пропагандистский материал, присылаемый из Москвы, практически не оставлял для редакторов, лекторов и агитаторов возможности импровизации. К примеру, тезисы лекции «О текущем моменте Великой Отечественной войны» представляли собой своеобразный катехизис правильных ответов на задаваемые тематические вопросы (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 82. Л. 43–74). Этот документ был призван помочь лектору или агитатору правильно отвечать на вопросы трудящихся. Между тем пространный текст, изобилующий цифрами, фактами, цитатами и отступлениями, о путях развития страны и международной обстановке невозможно было популяризировать. Его необходимо было вызубрить, что, впрочем, было непросто, особенно человеку, не обладающему талантом воспроизвести дословно тридцатистраничный текст. Вынужденное начетничество неизбежно приводило к искажениям и ошибкам. Например, «учительница тов. Корякина в колхозе имени Молотова на вопрос: "Скоро ли начнется второй фронт" – ответила "Я не знаю, когда начнется второй фронт, но Англия войну Германии еще не объявила" (ПермГАСПИ. Ф. 105. Оп. 9. Д. 329. Л. 13).

Эффективность политической работы в условиях войны можно было определить с помощью хозяйственных показателей. «Чтобы вывести район из прорыва, газета "Ленинский клич" вместе с районными организациями обязана была поднять волну социалистического соревнования, мобилизовать всех работников сельского хозяйства на немедленное исправление недоделок, организовать колхозников и колхозниц на гвардейскую работу в тылу. Газета должна была стать застрельщиком и руководителем социалистического соревнования» (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 197. Л. 11–12). Содержащиеся в цитате требования Алтайского крайкома не были необычными. То же можно было наблюдать и в других регионах, например, в Молотовской области. Будучи ответственными и за сбор урожая, пропагандисты создавали специфический язык отчета, в котором причудливым образом соединялись политический и хозяйственный дискурсы. Например: «Тов. Клинькова агитационную работу строит так, находит она в колхозе узкое место и вокруг его ведет разъяснительную работу, дает практические советы, например, в период подготовки к севу колхозу требовалось обменять 400 центнеров семян. Председатель колхоза и члены правления не верили в свои силы и не знали как организовать. Тов. Клинькова собрала их всех вместе, рассказала им о том как наши славные воины в неравном бою одерживают победу над врагом, не считаясь ни с какими трудностями и рассказала о задачах колхозов, находящихся в тылу. С карандашом в руках подсчитали сколько же потребуется лошадей и дней, чтобы провести обмен семян. Решили выделить 15 лошадей и семена в несколько дней были обменены. Посевную колхоз закончил вторым по с/с, а сейчас сами колхозники не нарадуются на высокий урожай» (ПермГАСПИ. Ф. 105. Оп. 9. Д. 329. Л. 11). В этом тексте идеологическое воздействие имеет экономический эффект. Неверие в собственные силы преодолевается рассказом о славных победах над врагом. Действия агитатора напоминают практики современного менеджера, организующего стратегическую сессию. Агитатор помогает коллективу обрести мотивацию, сформулировать цель, выработать пути ее достижения. При этом организация хозяйственной работы, ее успешность связываются с политическим знанием.

Недостаток активности со стороны агитатора или пропагандиста в этой картине мира чреват утратой контроля над «массами», политическая несознательность которых способна породить антисоветские суждения. Например: «Поскольку с доярками и телятницами не проводят бесед, не воспитывают их в духе ненависти к фашизму, постольку и настроение у них отсталое. На вопрос: "Привыкли ли они к колхозной жизни?" Доярки Попова и Бурдина заявили: "А нам все равно. До колхозов мы не жили хорошо и сейчас ничего хорошего не видим". Как все равно, а Гитлер придет тоже будет все равно? "Ну да, одинаково, лишь бы хлебом кормил, а работать все равно надо, хоть Гитлеру, хоть кому". После проведенной беседы на тему кто такой Гитлер и что он несет крестьянству Попова и Бурдина извинились, что они не правильно сказали и фашистской власти никому не нужно» (Там же. Л. 12). Политическое знание позволило исправить ситуацию, колхозницы осознали, что работают во имя великой цели – победы над врагом (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 197. Л. 11–12).

Демонстрация в партийных отчетах эталонных образов агитаторов позволяла говорить о недостатках на местах. Это было необходимо как для информирования начальства, так и для подтверждения собственных политических компетенций. Какие проблемы выявлялись в ходе

проверок? Руководители районных отделов пропаганды не контролировали своих подчиненных, многие из которых пользовались материалами довоенного времени. «У тов. Нелюбина, начальник политотдела Окуловской МТС, тезисы по теме "Сочетание личных и общественных интересов при социализме" составлены еще в 1939 г. и он этот доклад делал и в 1942». Политическое знание, призванное повышать производительность и урожайность, подменялось знанием техническим. «28–29 июля при Окуловской МТС проходил семинар комбайнеров. План семинара исключительно был построен по изучению комбайна. Совершенно выпущены доклады и беседы на политические темы. Отсутствие политического воспитания и производственного обучения трактористов сказалось на выполнении плана не только отдельных отрядов, но в целом по МТС» (ПермГАСПИ. Ф. 105. Оп. 9. Д. 329. Л. 12). Иерархия дискурсов в этой цитате очевидна. Изучение комбайна не способствует выполнению плана, показатели которого могут быть достигнуты только благодаря докладам и беседам на политические темы.

Подведем итоги. Несмотря на активную деятельность Агитпропа, идеологическое знание не стало монополией этого ведомства. С большим или меньшим успехом к политическому языку обращались работники других центральных и региональных структур. Рефлексия относительно норм становилась при этом способом защиты и отстаивания изменившихся социальных статусов номенклатурных работников. Но относительной свободой маневра в подобном использовании идеологии обладали преимущественно представители номенклатуры ЦК ВКП(б), решавшие конфликтные ситуации через его Секретариат. Пропагандист в регионе оказывался в принципиально ином положении. Наделенный высокой миссией, этот человек в повседневных практиках подчинялся первому секретарю обкома. Несоответствие символического статуса пропагандиста его властным полномочиям вело к депривации, которая репрессивным образом транслировалась на подотчетных ему людей – руководителей отделов районного уровня, редакторов газет и рядовых агитаторов. Необходимость одновременного решения идеологических и хозяйственных задач породила специфический жанр отчета, в котором экономические успехи были обусловлены правильно организованной политической работой. Этот дискурс позволял не просто описывать ситуацию в нужных для начальства терминах. В известной мере он создавал иной тип отношений, обладал перформативными качествами [Остин, 1999, с. 13–138]. Демонстрация пропагандистских успехов посредством выполнения плана хозяйственной деятельности открывала возможность использования калькулируемого критерия оценивания идеологической работы, что позволяло руководителям областей и республик усилить контроль над идеологическим звеном своего аппарата. Иными словами, руководитель района или области получал возможность замерить эффективность работы пропагандистов в тоннах собранного урожая. Парадоксальность ситуации заключалась в том, что политический дискурс при этом не утратил своего доминирующего положения по отношению к хозяйственному языку [Лейбович, 2012, с. 15–73]. В послевоенное время это поможет центральной власти нанести удар по региональным и профессиональным автономиям, появившимся в ходе войны.

Примечания

¹ Статья подготовлена в рамках проекта 19-04-013 Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета "Высшая школа экономики" (НИУ ВШЭ)» в 2019 г. и при государственной поддержке ведущих университетов Российской Федерации «5–100».

² В этой статье мы ограничимся кругом лиц, в обязанности которых входило транслировать и (или) контролировать советскую идеологию на разных уровнях. При этом рассматриваемые сюжеты будут связаны преимущественно с работой Управления агитации и пропаганды и подотчетных ему отделов советского тыла.

³ Речь идет о формировании новых государственных структур, о расширении автономии региональных руководителей, о формировании в ходе войны элементов коллективного руководства. Применительно к Агитпропу речь идет о реорганизации работы Управления. На низовом уровне война вызвала серьезные кадровые изменения в связи с призывом на фронт многих рядовых партийцев.

⁴ Так, руководитель Главлита Садчиков регулярно ставил ЦК ВКП(б) и руководство Агитпропа в известность о допущенных работниками Агитпропа политических ошибках, в том числе о фактах нарушения цензуры в прессе и неверном освещении ситуации на фронте и в районах тыла.

⁵ Проекты подобных постановлений писались обычно в Управлении агитации и пропаганды.

⁶ По сведениям Т.М. Горяевой, подобные практики в отношении работников цензуры существовали еще до начала войны.

Список источников

- Российский государственный архив социально-политической истории (РГАСПИ). Ф. 17. Оп. 125. Д. 46, 47, 82, 131, 185, 197, 242.
- Пермский государственный архив социально-политической истории (ПермГАСПИ). Ф. 105. Оп. 9. Д. 329.
- Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникация убеждения» и мобилизационные механизмы / Авт.-сост. А.Я. Лившин, И.Б. Орлов. М.: РОССПЭН, 2007. 806 с. (Серия «Документы советской истории»).

Библиографический список

- Бранденбергер Д.* Кризис сталинского агитпропа: Пропаганда, политпросвещение и террор в СССР, 1927–1941. М.: Полит. энциклопедия, 2017. 367 с.
- Бурдые П.* Социальное пространство и символическая власть // Бурдые П. Социология социального пространства, М.; СПб: Алетейя, 2005. 288 с.
- Горяева Т.М.* Политическая цензура в СССР. 1917–1991. 2-е изд., испр. М.: РОССПЭН, 2009. 407 с.
- Козлова Н. Н.* Горизонты повседневности советской эпохи: Голоса из хора. М., 1996. 215 с.
- Козлова Н.Н.* Советские люди: Сцены из истории. М.: Европа, 2005. 544 с.
- Лейбович О.Л.* «Эпоха зрелищ кончена, Пришла эпоха хлеба»: XX съезд КПСС и формирование новых паттернов политического поведения в советской провинциальной среде // 1956: незамеченный термидор. Пермь, 2012. С. 15–73.
- Манхейм К.* Идеология и утопия // Манхейм К. Избранное. Диагноз нашего времени. М.: Юристъ, 1994. С. 7–276.
- Остин Дж.* Избранное. М.: Идея-Пресс, 1999. 332 с.
- Хлевнюк О.В.* Хозяин. Сталин и утверждение сталинской диктатуры. М.: РОССПЭН, 2010. 478 с.

Дата поступления рукописи в редакцию 22.09.2019

SOCIAL STATUSES OF AGITPROP WORKERS AND NORMS OF IDEOLOGICAL WORK DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR

A. V. Chashchukhin

National Research University “Higher School of Economics”, Studencheskaya str., 38, 614070, Perm, Russia
achashuhin@hse.ru

The article is devoted to the norms and practices of ideological work during the Great Patriotic War. Propaganda and agitation are considered in the context of the social status of the people who performed that work. Sociological optics makes it possible to speak of Soviet ideology not only as a system of ideas, but also as socially conditioned knowledge. The article reveals the ways and techniques for defending social positions through the use of official discourse. An analysis of reflections on the norms of political work helps reveal semantic gaps in the interpretation of political knowledge, determine the tactics and strategies for using ideology in protecting and upholding one’s social positions. During the war, agitprop did not become a monopoly in producing and evaluating political texts. There were regular conflicts between agitprop, Soviet censorship, and regional leaders. Conflicts were resolved through the mediation of the Central Committee Secretariat. The use of political language allowed representatives of the higher nomenclature to defend their positions. The situation was different in the Soviet province, where the social status of agitators and propagandists was marginalized during the war. Ideological workers were forced to solve economic problems. This created a special reporting genre in which the success of the economy was explained by agitation and propaganda. New practices helped strengthen the ideological control of heads of regions over workers. Regional leaders could evaluate the work of propagandists using economic indicators. However, the political language maintained its dominant position. After the war, this made it possible to weaken the autonomy of regional leaders.

Key words: propaganda, agitation, agitprop, norms, social statuses, ideology, the Great Patriotic War.

References

- Brandenberger, D. (2017), *Krizis stalinskogo agitpropa: Propaganda, politprosveshhenie i terror v SSSR 1927–1941* [The crisis of the Stalinist agitprop: Propaganda, political education and terror in the USSR of 1927–1941], Polit. Enciklopediya, Moscow, Russia, 367 p.
- Burdye, P. (2005), “Social space and symbolic power”, in Burdye, P., *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva* [Sociology of social space], Institut eksperimental'noy sotsiologii, Moscow, Aleteya, St. Petersburg, Russia, pp.64-86.
- Goryaeva, T.M. (2009), *Politicheskaya tsenzura v SSSR. 1917-1991* [Political censorship in the USSR. 1917-1991.], ROSSPEN, Moscow, Russia, 407 p.
- Hlevnyuk, E O.V. (2010) *Hozyain. Stalin i utverzhenie stalinskoy diktatury* [Owner. Stalin and the establishment of Stalin's dictatorship], ROSSPEN, Moscow, Russia, 478 p.
- Kozlova, N. N. (1996), *Gorizonty povsednevnosti sovetskoy epohi: Golosa iz hora* [Horizons of everyday life of the Soviet era: Voices from the choir], IF RAN, Moscow, Russia, 215 p.
- Kozlova, N.N. (2005), *Sovetskie lyudi. Stseny iz istorii* [The Soviet people: scenes from the history], Evropa, Moscow, Russia, 544 p.
- Leybovich O.L. (2012), “The era of spectacles is over, the era of bread has come”: XX Congress of the CPSU and the formation of new patterns of political behavior in the Soviet provincial environment”, in *1956: nezamechenny termidor* [1956: unnoticed Thermidor], PGIK, Perm, Russia, pp.15-73.
- Manheyim, K. (1994), “Ideology and Utopia”, in Manheyim, K., *Izbrannoe. Diagnostika nashego vremeni* [Selected. Diagnosis of our time], Yurist, Moscow, Russia, pp. 7-276.
- Ostin, Dzh. (1999), *Izbrannoe* [Selected], Ideya-Press, Moscow, Russia, 332 p.