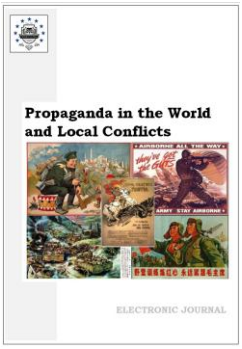
Copyright © 2023 by Cherkas Global University

Published in the USA
Propaganda in the World and Local Conflicts
Issued since 2014.
E-ISSN: 2500-3712
2023. 10(1): 3-24

DOI: 10.13187/pwlc.2023.1.3
https://pwlc.cherkasgu.press



Articles

Military Propaganda of the White Movement by Means of Information Posters in the Russian Civil War

Anvar M. Mamadaliev [a, *]

[a] East European Historical Society, Russian Federation

Abstract

The manuscript is devoted to the problems of military propaganda. The chronological framework of the study is the end of the 1910s – the beginning of the 1920s of the XXth century. The source was such posters of the White Guards as: "My son! Go and save the Motherland!", "As a sacrifice to the International", "Your relatives and friends are groaning under the yoke of the Bolshevik commissars...", "That's who torments Great Russia", "Why aren't you in the army?", "A happy worker in the Soviet Department", "Here he is! The culprit of torture and death, the murderer of women and children!" and etc. A total of 25 campaign posters were examined.

There were used such methods of scientific research as historical-typological, historical-systemic, historical-genetic, as well as historiographic and synthesis methods.

In the process of the work, the following conclusions were drawn that the propaganda posters of the White Movement were focused on conservative feelings: love of the motherland – patriotism, monarchy, religion and were aimed at inciting feelings of hatred, including confessional and nationalist elements. The most popular method in the poster art of the White Guards is the method of demonizing the enemy.

The peculiarity of the political poster art of the White Guards is the depiction of portraits of the leaders of the White Movement (generals Denikin, Wrangel, Shkuro, etc.), since they considered the propaganda method of "infallibility of the leader" effective, indicating that talented generals lead the White Movement.

A comparative analysis of the propaganda poster art of the Bolsheviks and the White Guards shows that the White Movement lost to the Red in propaganda work. The Bolsheviks were able to clearly identify those universal principles for which they fought, and accurately reflect them in their propaganda work, these goals of the struggle were clear to the majority of the population – workers and peasants. The White Guards had a different target audience – the intelligentsia, the nobility and the clergy, large entrepreneurs and wealthy peasants, therefore they appealed more to values such as patriotism, Orthodoxy, autocracy, etc.; these values were not interesting to the bulk of the population at that time.

Keywords: Propaganda, White Movement, White Guards, Civil War in Russia, military propaganda, "military secret", propaganda posters.

[*] Corresponding author
E-mail addresses: anvarm@mail.ru (A.M. Mamadaliev)

1. Введение

Как известно, глубинной причиной всех революций так или иначе является передел собственности. Не стала исключением и социалистическая революция в России, в ходе которой к власти в стране пришли так называемые большевики. Революционная интеллигенция, будучи хорошо образованной частью населения, влияя на малограмотные массы крестьян и рабочих, пыталась отобрать собственность дворян, царской фамилии, богатых промышленников и поделить ее между беднейшими слоями населения; эта сторона получила в конфликте название «Красная» (названы в честь «цвета революции», который впервые получил широкое распространение во время Французской революции конца XVIII в. – под красным знаменем собирались подданные, которые были против монархии). Что касается «белого движения», то такой термин дали ему советские историки, не совсем верно полагая, что руководство белогвардейцами осуществляли дворяне, то есть принадлежащие к аристократии и являясь так называемой «белой костью». Другая версия говорит о том, что термин впервые появился в 1906 году во время Первой русской революции, когда полицейские одевали белые повязки для того, чтобы отличать своих от революционеров с красными повязками. Существуют и другие версии. В целом, а в нашей работе эти термины будут употребляться как наиболее распространенные и прочно вошедшие в обиход историков в обозначении противоборствующих сторон в Гражданской войне.

Как известно, при любом противостоянии каждая из сторон старается представить себя в выгодном свете, особенно перед народными массами, стараясь привлечь на свою сторону как можно больше людей. Данная деятельность называется пропагандистской. Она включает в себя все психологические методы воздействия на человека, осуществляемые посредством средств массовой информации, а также листовок, агитационных плакатов и пр. Несмотря на то, что термины «пропаганда» и «агитация» весьма похожи, их следует различать.

Как известно, агитация – это процесс активного продвижения определенной идеи или ценности. Она может быть использована как для привлечения новых сторонников, так и для удержания существующих. Агитация обычно включает в себя использование различных методов, таких как листовки, плакаты, видеоролики, митинги и т.д. Цель агитации – убедить людей в правильности своих идей и ценностей (Шевченко, 2023).

Пропаганда – это более широкое понятие, которое охватывает не только агитацию, но и другие методы воздействия на общественное мнение. Пропаганда может включать в себя не только продвижение определенных идей, но и создание негативных образов других групп людей, искажение фактов и т.д. Цель пропаганды – изменить общественное мнение и поведение людей в соответствии с интересами тех, кто ее проводит (Шевченко, 2023).

Таким образом, агитация является одним из видов пропаганды, но не все пропагандистские методы являются агитацией. Агитация и пропаганда – это два термина, которые часто используются в контексте политической и социальной деятельности. Они оба направлены на формирование общественного мнения и убеждений людей. В этой связи в нашей работе понятия «агитация» и «пропаганда» будем считать синонимами.

Определив основные понятия, попробуем сделать анализ агитационного плакатного творчества белого движения.

2. Материалы и методы

Материалом для нашей рукописи послужили агитационные плакаты Белого движения периода Гражданской войны в России, которые взяты в сети Интернет, а именно размещенные в открытом доступе плакаты белогвардейцев, в частности, «Сын мой! Иди и спасай Родину!», «В жертву Интернационалу», «Ваши родные и близкие стонут под игом большевистских комиссаров…», «Вот кто терзает Великую Россию», «Отчего вы не в армии?», «Счастливый рабочий в Совдепии», «Вот он! Виновник пыток и смертей, убийца женщин и детей!», «Лавр Георгиевич Корнилов», «Андрей Григорьевич Шкуро», «Виктор Леонидович Покровский», «Владимир Ильич Сидорин», «Петр Николаевич, барон Врангель», «Михаил Гордеевич Дроздовский», «Наши вожди. Генерал-майор П.И. Слащев», «Главнокомандующий вооруженными силами на юге России», «За Отчизну вперед, дорогие!», «Федеративная советская монархия», «Идите в добровольцы», «Мы, сибирские казаки, поголовно встаем все на борьбу с врагами народа…», «Москва видна» и др. (всего

23 шт.). Для сравнения использовались и репродукции плакатов большевиков кисти Д. Моора, в частности, «Царские полки и Красная Армия» и «Ты записался добровольцем?».

Методология исследования опирается на следующие специальные исторические методы:

- историко-типологический метод: применялся для классификации историографии по вопросам агитационного плакатного творчества;
- историко-системный метод: применялся для анализа агитационного плакатного творчества белогвардейцев в соответствии с политической, экономической и военной обстановкой;
- историко-генетический метод: применялся для изучения белогвардейского агитационного плакатного творчества в неотрывной связи с предыдущими событиями в государстве и на фронте:
- историко-сравнительный метод: применялся для сравнения пропагандистских приемах большевиков и белогвардейцев, выраженных в агитационных плакатах.

Из общенаучных методов применялись методы историографического анализа (исследование литературы и источников) и синтеза (формулирование результатов данного исследования).

3. Обсуждение

Количество научных и научно-популярных работ, освещающих тематику пропагандистской и агитационной деятельности, весьма велико, поэтому представляется целесообразным классифицировать их в несколько групп, прежде всего по признаку широты охвата пропагандистской работы и практического ее применения. Таким образом, можно выделить несколько групп:

1. Теоретические работы по пропаганде. В данных трудах обосновывается сущность пропагандистской деятельности, ее принципы, методы, приемы и способы. К таким трудам отнесем работы Ж. Демарсьяля (Demartial, 1916; Demartial, 1922; Demartial, 1930), Г. Лассвела (Lasswell, 1938; Lasswell, 1927), В. Липпмана (Lippmann, 1922), Д. Дьюи, (Дьюи, 2000; Дьюи, 2002), А. Понсонби (Ponsonby, 1928), А. Морелли (Morelli, 2001) и др.

2. Труды по практике применения пропагандистских методов и приемов, включая военную пропаганду в отдельных странах, локальных и глобальных конфликтах и пр. В нашей работе мы апеллировали к трудам Д.В. Ливенцева (Ливенцев, 2012), Е.С. Сенявской (Сенявская, 2006), а также ряду других авторов (Mamadaliev, 2020a; Mamadaliev, 2020b; Mamadaliev, 2021a; Mamadaliev, 2021b; Mamadaliev, 2022 и др.).

3. Труды и материалы справочного характера (см., например, БСЭ, 1975; О военной пропаганде, 2020; Философия, 2006; Шевченко, 2023 и др.).

4. Исследования о гражданской войне, в которых в той или иной степени затрагивались вопросы пропаганды и агитации (Базь, 1930; Бубнов, 1928; Кирмель, 2008; Зимина, 2006; Белая агитация, 2006; и др.)

Разумеется, работ по пропаганде значительно больше, однако мы указали только те исследования, на которые опирались при написании данной рукописи.

4. Результаты

Рассмотрим наиболее распространенные плакаты белого движения, распространяемые в период с 1918 по 1922 годы.

На Рисунке 1 изображен агитационный плакат «Сын мой! Иди и спасай родину!». На картине изображен военнослужащий, стоящий на одном колене перед пожилой женщиной, которая благословляет его и призывает рукой на участие в боевых действиях, показывая в сторону отряда, идущего на войну. У солдата грустное, но понимающее необходимость войны выражение лица. Репродукция выполнена в черно-белых тонах и только «огонь войны» изображен красным цветом, символизируя большевистскую угрозу. Плакат возбуждает чувства патриотизма (спасение Родины) и сознательности (сыновние чувства, чувство ответственности)

Рис. 1. Плакат «Сын мой! Иди и спасай Родину!»

Рис. 2. Плакат «В жертву Интернационалу»

Агитационный плакат «В жертву Интернационалу» (Рисунок 2) датируется, по всей вероятности, августом-октябрем 1917-м годом, так как председатель Временного правительства А.Ф. Керенский, который хоть и пассивно (на заднем плане плаката), но участвует в изображаемых событиях. На картине представлены вожди большевистской революции, которые приносят на алтарь Интернационала с бюстом К. Маркса в жертву девушку, символизирующую Российскую империю: Л.Д. Троцкий с окровавленным жертвенным кинжалом и окровавленным фартуком (как организатор революции), В.И. Ленин в красной тоге (как теоретик и идейный вдохновитель революции), радуются жертвоприношению также Урицкий, Свердлов, Зиновьев, Луначарский, Каменев, Радек (эти фамилии, как и Ленина с Троцким) указаны в заглавии плаката; за их спинами робко прячется Керенский, неодобрительно смотря в сторону социалистов. На переднем плане весьма неприятного образа краснознаменные матросы и солдаты, явно находящиеся в состоянии опьянения и с мешком награбленного под мышкой, радостно хохочут, наблюдая за сценой. Плакат демонстрирует целевой аудитории (вероятно, военному офицерству и высшей интеллигенции) кровожадность большевиков и их готовность на все ради эфемерной идеи коммунизма, низменные желания пролетариата (а именно – солдат и матросов, участвующих в революции на стороне «красных») и полное робкое бездействие законно избранных правителей. Плакат возбуждал, прежде всего, чувство ненависти к Красному движению.

Рис. 3. Агитационный плакат Белого движения

Агитационный плакат на Рисунке 3 не сохранил своего названия и автора (по крайней мере, в открытых источниках мы не нашли ни первого, ни второго), но, как и предыдущий, возбуждает чувство ненависти к большевизму: на картине изображен огромный с красной шерстью первобытный человек, который с радостным лицом и озверевшими глазами рушит русский город деревянной дубинкой.

Рис. 4. Плакат «Ваши родные и близкие стонут под игом большевистских комиссаров…»

Плакат «Ваши родные и близкие стонут под игом большевистских комиссаров, они мрут от насилия и голода, они зовут вас – идите же спасать их!» (Рисунок 4) также возбуждает ненависть, но действует через другие чувства: чувства любви к родным и близким, материнские/отцовские чувства и пр. На картине изображена женщина с ужасом и страхом на лице, которая выносит тяжелораненого без сознания (или погибшего) ребенка из пожарища (сожженного населенного пункта, изображенного на заднем плане). Плакат выполнен в черно-белых тонах за исключением огня и крови красного цвета – символа революции.

Рис. 5. Плакат «Вот кто терзает Великую Россию»

Агитплакат «Вот кто терзает Великую Россию» (Рисунок 5) обращается к религиозным чувствам народных масс. На картине изображен сатана, который сидит на шее у женщины, символизирующий Россию и пытающейся удержать символ православной религии – крест. Народ символизируется ее детьми: один прижался к ней и спрятался от Сатаны, второй же грубо раздавлен последним. Сатана символизирует большевизм, а его «темную сущность» – перевернутая пятиконечная звезда как символ Сатаны; как известно, обычная звезда (один острый конец направлен вверх) является атрибутом большевизма. В одной из рук Сатаны – земной шар. Плакат призван возбудить ненависть посредством пропагандистского управления религиозным чувством.

Рис. 6. Плакат «Отчего вы не в армии?»

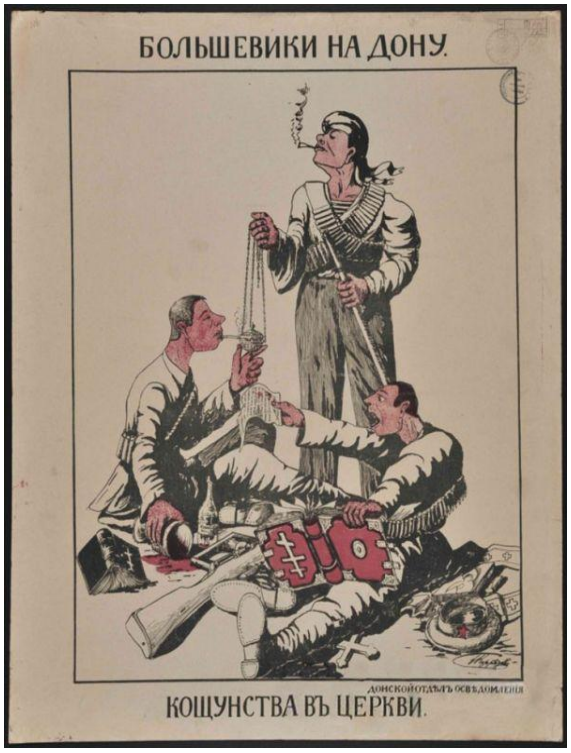


Рис. 7. Плакат «Кощунства в церкви»

Плакат «Отчего вы не в армии?» (Рисунок 6) обращается к сознательности граждан/подданных, возбуждая чувство стыда и вины за то, что они не воюют на стороне белогвардейцев. На репродукции изображен солдат с винтовкой в белогвардейской форме с боевыми наградами на груди, который показывает пальцем на зрителя и задает соответствующий вопрос. Данный плакат имеет и свой «клон» в большевистском агитационном плакатном творчестве: эта картина работы графика Дмитрия Стахиевича Орлова (Моора) «А ты записался добровольцем?» (см. Рисунок 25), датируемый июнем 1920-го года. Какой из плакатов был написан раньше, мы сказать не можем, так как данных в открытом доступе по этому поводу нет.

Плакат «Кощунства в церкви» вновь обращается к религиозным чувствам населения. На картине изображены трое большевиков, один из которых дает другому подкурить сигарету от священного для христианина предмета – кадила, другой вырывает страницу из священной книги для розжига этого кадила; беспорядочно разбросаны и другие священные книги. Солдаты пьяны, так как третий, который подкуривает, роняет церковный бокал с вином. Плакат использует один из наиболее популярных методов пропаганды – демонизацию противника.

Рис. 8. Плакат «Счастливый рабочий в Совдепии»

Агитплакат «Счастливый рабочий в Совдепии» (Рисунок 8) апеллирует к чувству экономической и личной безопасности: на картине изображен исхудавший рабочий в лохмотьях с протянутой для милостыни рукой, но с улыбающимся лицом, который сидит на куче обесцененных денег. Плакат символизирует неудачную экономическую политику большевиков, а также опасность голода и нищеты, которые может настигнуть последователей большевизма.

Рис. 9. Плакат «Вот он! Виновник пыток и смертей, убийца женщин и детей!»

Плакат «Вот он! Виновник пыток и смертей, убийца женщин и детей!» (Рисунок 9) возбуждает чувство ненависти не только на фоне идеологии и религии, но и на почве национализма. На куче черепов восседает обнаженное существо с лицом, похожим на Л. Троцкого, в очках, одетого в царскую мантию и с чертами лица, которые в представлении белогвардейцев были характерны для тогдашних представителей еврейской национальности (взлохмаченные волосы, неопрятный вид, узкие борода и усы и т.п.). У существа имеются крылья летучей мыши – налицо аналогия с вампиризмом одного из главных вождей большевиков. Черепа, а также деревня на заднем плане, утопают в крови. Стихотворный текст прямо говорит о том, что еврейский большевизм и лично Троцкий виноваты в огромных жертвах Гражданской войны.

Рис. 10. Плакат «Лавр Георгиевич Корнилов»

Рис. 11. Плакат «Андрей Григорьевич Шкуро»

Рис. 12. Плакат «Виктор Леонидович Покровский»

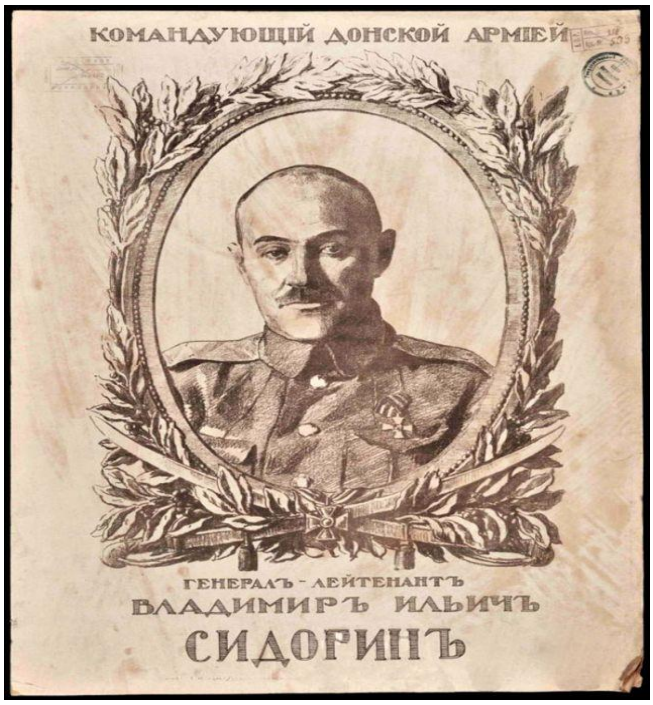


Рис. 13. Плакат «Владимир Ильич Сидорин»

Рис. 14. Плакат «Петр Николаевич барон Врангель»

Рис. 15. Плакат «Михаил Гордеевич Дроздовский»

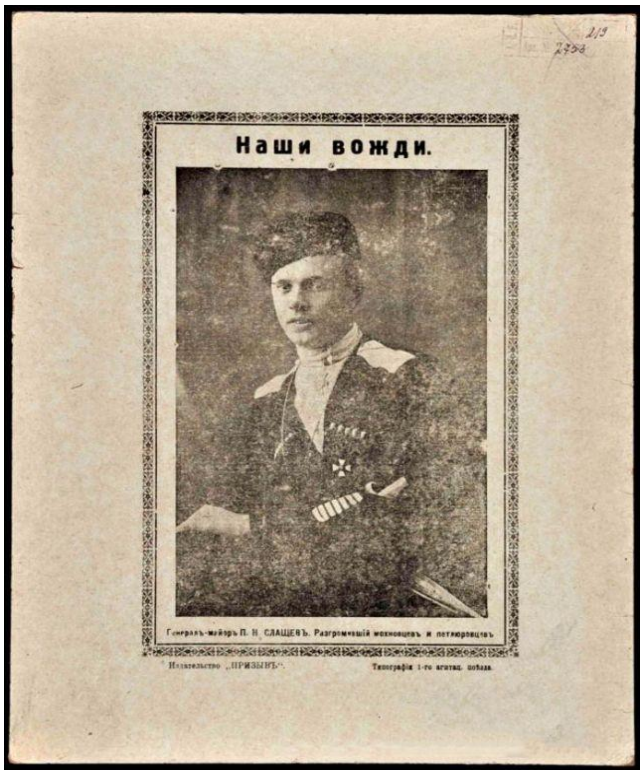


Рис. 16. Плакат «Наши вожди. Генерал-майор П.И. Слащев»

Рис. 17. Плакат «Главнокомандующий вооруженными силами на юге России» (изображен ген. л-т А.И. Деникин)

На агитационных плакатах, изображенных на Рисунках 10-17, представлены военные руководители Белого движения. Этот пропагандистский подход характерен для белогвардейского плакатного творчества. Используется пропагандистский метод «непогрешимости вождя», а именно – военный талант командиров белогвардейцев. Большинство из изображенных руководителей имеют генеральские звания и отличились в Первой мировой и Русско-японской войне, отличались смелостью и лихостью, хорошими организаторскими способностями и т.д. (в частности, А. Деникин, П. Врангель, А. Шкуро и др.).

Рис. 18. Плакат «За отчизну вперед, дорогие!»

На Рисунке 18 агитационной плакат Белого движения «За отчизну вперед, дорогие! Покажите трусливым пример». Солдат с винтовкой в руках и Георгиевским крестом[1] на груди призывает идти вперед на врага. На плакате также имеется текст «Солдатской песни». Данный плакат нацелен на чувство стыда («покажите трусливым пример»), сознательности («за Отчизну вперед»)

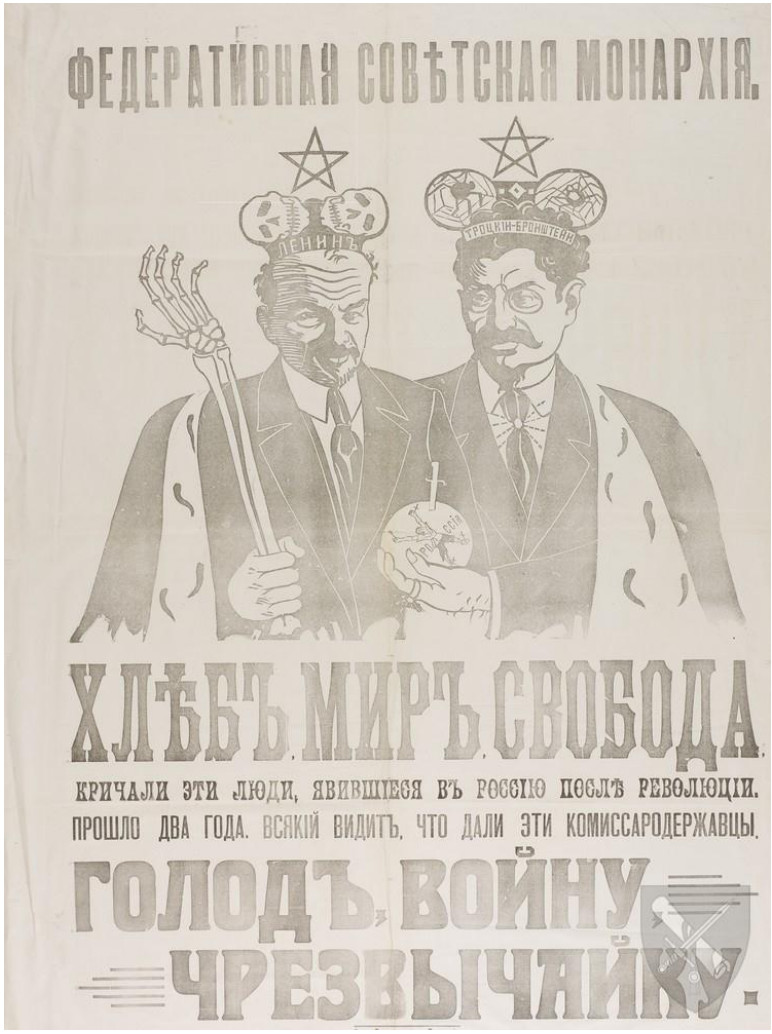


Рис. 19. Плакат «Федеративная советская монархия», 1919 год

Агитплакат «Федеративная советская монархия» (Рисунок 19) изображает двух лидеров социалистической революции: Ленина и Троцкого-Бронштейна, которые одеты в царскую мантию и держат в руках, как скипетр и державу символики монаршей власти – череп и руку человеческого скелета. Вместо царской шапки на голове у Ленина головной убор из черепов, а у Троцкого – из пауков и паутины, символизирующей запутанность сознания большевиков и их коварную пропаганду, представляющую из себя паучью западню. Текст к плакату следующий: «Хлеб, мир, свобода кричали эти люди, явившиеся в Россию после революции. Прошло два года. Всякий видит, что дали эти комиссародержавцы, голод, войну, чрезвычайку». Плакат возбуждает чувство ненависти, основанное на чувстве страха за свою жизнь; также плакат апеллирует к результатам революции, которые в ту тяжелую пору дали далеко не все из того, что обещали социалисты.

[1] Высшая боевая награда в Российской империи.

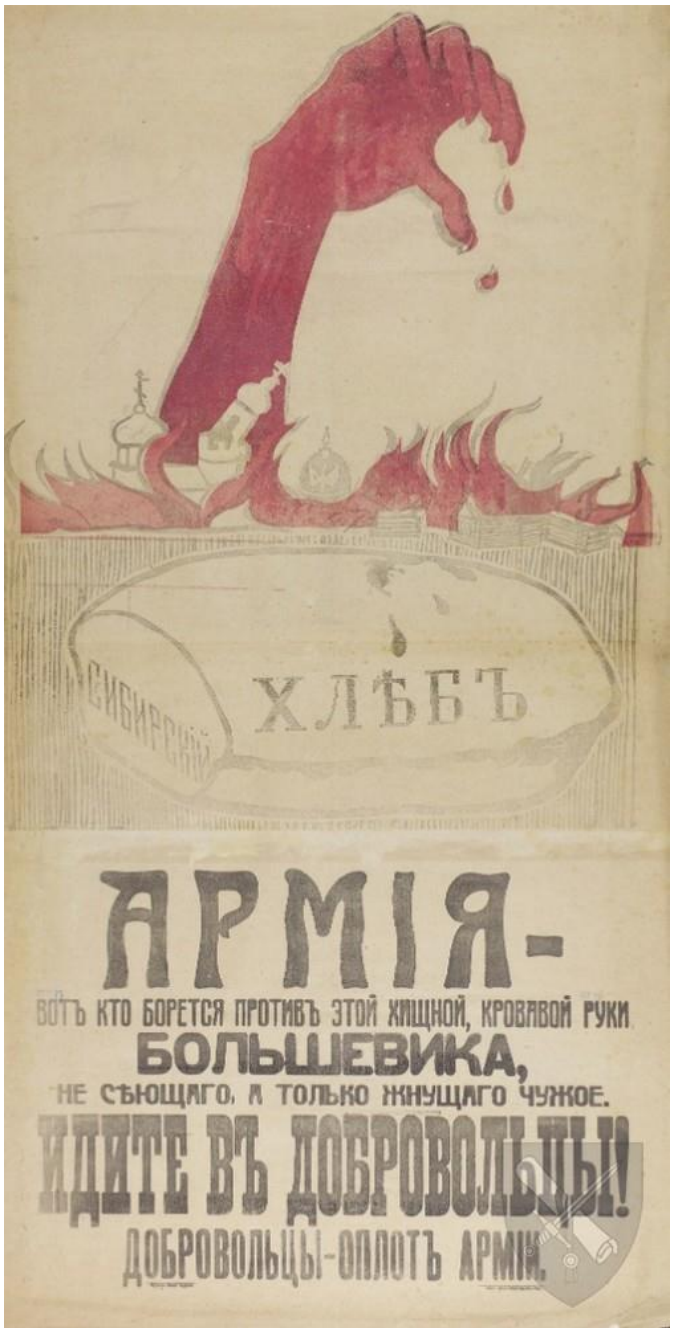


Рис. 20. Агитационный плакат «Идите в добровольцы»

На плакате, изображенном на Рисунке 20, красная кровавая рука, протягивающаяся из пожара, которым охвачены церкви и села России, нацелилась на сибирский хлеб, символизирующий экономическое и сырьевое изобилие Сибири. Имеется также и текст: «Армия – вот кто борется против этой хищной, кровавой руки большевика, не сеящего, а только жнущего чужое. Идите в добровольцы! Добровольцы – оплот армии». Как видим, плакат апеллирует к чувству патриотизма, а также к экономическим основам жизнедеятельности. Вероятно, целевой аудиторией были зажиточные крестьяне, казаки и мелкая буржуазия, имущество которых большевики подвергли экспроприации. Плакат агитирует поступление на службу белогвардейцам.

Рис. 21. Агитационный антибольшевистский плакат

Плакат на Рисунке 21 не имеет отдельного названия. Текст его гласит: «В то время, как восходящее солнце освещает своими благодетельными лучами мирно процветающий Восток, в то время, как наши Союзники стремятся к созиданию России – на западе нашей Родины в царстве большевизма горят зарева пожаров и опустошены нивы и пашни. Чтобы действительно воздвиглось здание Великой России – соединитесь, граждане, и своим трудом укрепите его фундамент». На репродукции изображены казак и солдат Российской армии на фоне восходящего солнца, а также пашен, рек и заводов; на переднем плане, оперевшись на стог сена, сидит и кормит грудью ребенка молодая женщина. Двое военнослужащих изображены поверх остального, символизируя защиту указанных ценностей. Данный агитплакат действует на чувство страха, сопровождающегося потерей экономической безопасности, а также апеллирует к сознательности и патриотизму. Территория происхождения плаката, по всей вероятности, Сибирь или (с меньшей вероятностью) Дальний Восток.

Рис. 22. Плакат «Мы, сибирские казаки, поголовно встаем все на борьбу с врагами народа…»

Плакат «Мы, сибирские казаки, поголовно встаем все на борьбу с врагами народа за воссоздание великого, единого, свободного государства Российского (из грамоты Войсковому атаману генерал-майора Иванова-Ринова)» представлен на Рисунке 22. На плакате изображен конный казак, достающий шашку из ножен и идущий в бой. Плакат возбуждает чувство патриотизма и ориентирован на народонаселение Сибири.

Рис. 23. Плакат «Москва видна».

И, наконец, последний в нашем исследовании белогвардейский плакат «Москва видна» (Рисунок 23) изображает воображаемое будущее. Репродукция состоит из трёх частей. На первой части отряд белогвардейцев подходит к Москве с целью ее взятия; командир говорит своим бойцам: «Москва видна… Близок час освобождения». Вторая часть демонстрирует галопом убегающих из Москвы Ленина и Троцкого с мешками золота и денег под мышками со словами: «Бежим, товарищ, в Сибирь…». Третья часть демонстрирует блокпост, солдат с винтовками, шлагбаум и подпись «Ну-ка! Суньтесь…». Плакат делает попытку высмеять большевиков, желающих захватить сибирские территории и был явно сделан для жителей Сибири.

Было бы справедливо привести несколько плакатов большевиков для сравнения с белогвардейскими агиткартинами.

Рис. 24. Плакат большевиков «Царские полки и Красная Армия». Художник Д.С. Моор

Рис. 25. Большевистский плакат «Ты записался добровольцем?». Художник Д.С. Моор, июнь 1920 года

Плакат «Царские полки и Красная Армия» известного плакатиста, графика и одного из основоположников советского политического плакатного творчества Дмитрия Моора (настоящая фамилия Орлов). Картина состоит из двух половин. На левой изображены белогвардейцы на фоне царя и «нелицеприятных ценностей», с которыми большевики пытались ассоциировать Белое движение и монархию в целом; подпись под этой частью картины «За что сражались прежде». На правой стороне картины и с подписью «За что сражаются теперь» изображены революционные солдаты и матросы на фоне заводов, фабрик и памятников архитектуры, над которыми изображены ценности революции – наука, искусство, свобода и свободный труд и пр. Плакат сравнивает «ценности», за которые боролись (и борются) представители царской армии и ценности, за которые воюют красноармейцы. Ценности эти несопоставимы по значимости: если Красная Армию борется за свободу, свободный труд, хлеб, науку и искусство, то белогвардейцы борются за царизм, рабство, ханжество и т.д. Плакат нацелен на идеологические основы борьбы, понятен массам (а именно – малограмотному населению) и вполне соответствует их устремлениям.

Плакат, изображенный на Рисунке 25, фактически является клоном белогвардейского агитплаката, изображенного на рис. 6. Принадлежит перу Д. Моора. Красноармеец на фоне завода агитирует за вступление в ряды Красной армии. Выполнен в красно-бело-черных тонах. Целевые для пропаганды чувства, возбуждаемые данным плакатом (в отличие от «белогвардейского» варианта) – патриотизм и идеологическая составляющая (экономика, рабочие места и пр.).

В целом, можно сделать вывод, что пропагандистские приемы Белого и Красного движения отличались. Красногвардейцы апеллировали к общечеловеческим ценностям (свобода, равенство, развитие науки и искусства и пр.), в то время как белогвардейская плакатная пропаганды была направлена на консервативные чувства (любовь к родине/патриотизм, монархии, религии и пр.) и ненависть (включая конфессиональные и националистические элементы). Пропаганда Белого движения была ориентирована на относительно образованную часть населения, в то время как агитплакаты Красного движения апелировали к массам и соответствовали устремлениям беднейших слоев населения.

5. Заключение

Подытоживая сказанное, отметим ключевые моменты, обозначенные выше:

1. Агитационные плакаты Белого движения были ориентированы на консервативные чувства – любовь к родине/патриотизм, монархии, религии и были направлены на возбуждение чувства ненависти, включая конфессиональные и националистические элементы

2. Один из характерных моментов белогвардейского плакатного пропагандистского творчества – черно-белые тона, разбавленные красной краской, которой окрашены огонь, кровь или вино, символизирующие негатив, страдания и распутство большевизма в представлении сторонников Белого движения.

3. Наиболее популярным методом в плакатном творчестве белогвардейцев является метод демонизации противника: большевики и их сторонники предстают перед зрителем богохульниками, алкоголиками, глупцами, необразованными («первобытными»), жестокими, кощунствующими, алчными и пр. Аналогичный метод использовался и Красным движением.

4. Многие агитационные плакаты представляют собой портреты вождей Белого движения (генералов Деникина, Врангеля, Шкуро и др.). Белогвардейцы считали эффективным пропагандистский метод «непогрешимости вождя» (то есть авторитетного военного руководителя), указывая, что руководят Белым движением талантливые генералы.

5. Следует признать, что в пропагандистской работе Белое движение проиграло Красному. Большевики сумели четко выделить те принципы, за которые они боролись, и точно отразить их в своей агитационной работе. Причем эти пропагандистские дефиниции подразумевали общечеловеческие ценности, такие как свобода, производство, экономика, свободный труд, отсутствие эксплуатации и пр.; эти цели борьбы были понятны большинству населения – рабочим и крестьянам. Белогвардейцы же имели другую целевую аудиторию – интеллигенцию, дворянство и духовенство, крупных предпринимателей и зажиточных крестьян, то есть, в целом, на образованную часть населения – поэтому больше апеллировали

к таким ценностям, как патриотизм, православие, самодержавие и пр.; данные ценности в тот период не были интересны большинству населения, следовательно, агитационная плакатная деятельность не сработала так же эффективно, как у большевиков. Большевики же сделали опору на массы – малограмотное в большинстве своем население, которым простые пропагандистские дефиниции Красного движения были вполне понятны и логичны.

Литература

Базь, 1930 – *Базь И.* Почему мы победили в гражданской войне. М.: Военгиз, 1930.

Белая агитация, 2006 – Белая агитация и пропаганда. [Электронный ресурс]. URL: https://www.гражданскаявойна.raaoco.рф/beloe-dvizhenie/agitaciya (дата обращения: 14.05.23).

БСЭ, 1975 – Пропаганда / Большая советская энциклопедия. В 30 т. / Гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд. Т. 21. М.: Советская энциклопедия, 1975.

Бубнов, 1928 – *Бубнов А.С.* Гражданская война, партия и военное дело. М.: Воен. вестник, 1928.

Дьюи, 2000 – *Дьюи Дж.* Демократия и образование / Пер. с англ. М.: Педагогика-пресс, 2000.

Дьюи, 2002 – *Дьюи Дж.* Общество и его проблемы / Пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002.

Зимина, 2006 – *Зимина В.Д.* Белое дело взбунтовавшейся России: Политические режимы Гражданской войны. 1917–1920 гг. М.: РГГУ, 2006.

Кирмель, 2008 – *Кирмель Н.С.* Белогвардейские спецслужбы в Гражданской войне. 1918-1922 гг. М.: «Кучково поле», 2008.

Ливенцев, 2012 – *Ливенцев Д.В.* Военная пропаганда в период русско-японской войны в 1904-1905 гг. // *Сова*. 2012. № 4 (15). С. 25-32.

Сенявская, 2006 – *Сенявская Е.С.* Противники России XX века: эволюция образа врага в сознании армии и общества. М., 2006.

Философия, 2006 – Философия: энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. М.: Гардарики, 2006.

Шевченко, 2023 – *Шевченко Р.С.* Агитация и пропаганда: их сходства и различия. [Электронный ресурс]. URL: https://4fz.ru/agitatsiya-i-propaganda-ih-shodstva-i-razlichiya (дата обращения: 10.07.23).

Demartial, 1916 – *Demartial G.* Les responsabilités de la guerre, le patriotisme et la vérité. P., 1916.

Demartial, 1922 – *Demartial G.* La guerre de 1914: la mobilisation des consciences. P., 1922.

Demartial, 1930 – *Demartial G.* Le mythe de la guerre de légitime défense. P., 1930.

Lasswell, 1927 – *Lasswell H.D.* Propaganda Technique in the World War. New York, 1927.

Lasswell, 1938 – *Lasswell H.D.* Propaganda Technique in the World War. New York, 1938. Ch. 4: Satanism. Pp. 71-100.

Lippmann, 1922 – *Lippmann W.* Public Opinion. New York, 1922.

Mamadaliev, 2020a – *Mamadaliev A.M.* Russian Propaganda during the Russo-Japanese War of 1904–1905 // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2020. 7(1): 27-37.

Mamadaliev, 2020b – *Mamadaliev A.M.* Military Propaganda around the 2020 Nagorno-Karabakh War: Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries (as illustrated by the first day of the conflict – September 27, 2020) // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2020. 7(2): 29-40.

Mamadaliev, 2021a – *Mamadaliev A.M.* Military Propaganda at the First Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (September 27 – October 11): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2021. 8(1): 42-51.

Mamadaliev, 2021b – *Mamadaliev A.M.* Military Propaganda at the Second Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (October 12 – November 10): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2021. 8(2): 99-114.

Mamadaliev, 2022 – *Mamadaliev A.M.* The Methods and Principles of Propaganda Employed by the Soviet Pro-Nazi Collaborationists During World War II (Based on Materials From the Roul Newspaper) // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2022. 9(2): 57-67.

Morelli, 2001 – *Morelli A.* Principes élémentaires de provande de guerre. Br., 2001.

Ponsonby, 1928 – *Ponsonby A.A.W.H.* Falsehood in War-time. L., 1928.

References

Baz', 1930 – *Baz', I.* (1930). Pochemu my pobedili v grazhdanskoi voine [Why we won the civil war]. M.: Voengiz. [in Russian]

Belaya agitatsiya, 2006 – Belaya agitatsiya i propaganda [White agitation and propaganda]. [Electronic resource]. URL: https://www.grazhdanskayavoina.gaaoso.rf/beloe-dvizhenie/agitaciya (date of access: 14.05.23). [in Russian]

BSE, 1975 – Propaganda [Propaganda]. Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya. V 30 t. Gl. red. A.M. Prokhorov. 3-e izd. T. 21. M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1975. [in Russian]

Bubnov, 1928 – *Bubnov, A.S.* (1928). Grazhdanskaya voina, partiya i voennoe delo [Civil war, party and military affairs]. M.: Voen. vestnik. [in Russian]

Demartial, 1916 – *Demartial, G.* (1616). Les responsabilités de la guerre, le patriotisme et la vérité. P.

Demartial, 1922 – *Demartial, G.* (1922). La guerre de 1914: la mobilisation des consciences. P.

Demartial, 1930 – *Demartial, G.* (1930). Le mythe de la guerre de légitime défense. P.

D'yui, 2000 – *D'yui, Dzh.* (2000). Demokratiya i obrazovanie [Democracy and Education]. Per. s angl. M.: Pedagogika-press. [in Russian]

D'yui, 2002 – *D'yui, Dzh.* (2002). Obshchestvo i ego problemy [Society and its problems]. Per. s angl. I.I. Myurberg, A.B. Tolstova, E.N. Kosilovoi. M.: Ideya-Press. [in Russian]

Filosofiya, 2006 – Filosofiya: entsiklopedicheskii slovar' [Philosophy: encyclopedic dictionary]. Pod red. A.A. Ivina. M.: Gardariki, 2006. [in Russian]

Kirmel', 2008 – *Kirmel', N.S.* (2008). Belogvardeiskie spetssluzhby v Grazhdanskoi voine. 1918-1922 gg. [White Guard special services in the Civil War. 1918-1922]. M.: «Kuchkovo pole». [in Russian]

Lasswell, 1927 – *Lasswell, H.D.* (1927). Propaganda Technique in the World War. New York.

Lasswell, 1938 – *Lasswell, H.D.* (1938). Propaganda Technique in the World War. New York. Ch. 4: Satanism. Pp. 71-100.

Lippmann, 1922 – *Lippmann, W.* (1922). Public Opinion. New York.

Liventsev, 2012 – *Liventsev, D.V.* (2012). Voennaya propaganda v period russko-yaponskoi voiny v 1904-1905 gg. [Military propaganda during the Russian-Japanese War in 1904-1905]. *Sova*. 4(15): 25-32. [in Russian]

Mamadaliev, 2020a – *Mamadaliev, A.M.* (2020). Russian Propaganda during the Russo-Japanese War of 1904–1905. *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 7(1): 27-37.

Mamadaliev, 2020b – *Mamadaliev, A.M.* (2020). Military Propaganda around the 2020 Nagorno-Karabakh War: Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries (as illustrated by the first day of the conflict – September 27, 2020). *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 7(2): 29-40.

Mamadaliev, 2021a – *Mamadaliev, A.M.* (2021). Military Propaganda at the First Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (September 27 – October 11): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries. *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 8(1): 42-51.

Mamadaliev, 2021b – *Mamadaliev, A.M.* (2021). Military Propaganda at the Second Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (October 12 – November 10): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries. *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 8(2): 99-114.

Mamadaliev, 2022 – *Mamadaliev, A.M.* (2022). The Methods and Principles of Propaganda Employed by the Soviet Pro-Nazi Collaborationists During World War II (Based on Materials From the Roul Newspaper). *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 9(2): 57-67.

Morelli, 2001 – *Morelli, A.* (2001). Principes élémentaires de provande de guerre. Br.

Ponsonby, 1928 – *Ponsonby, A.A.W.H.* (1928). Falsehood in War-time. L.

Senyavskaya, 2006 – *Senyavskaya, E.S.* (2006). Protivniki Rossii KhKh veka: evolyutsiya obraza vraga v soznanii armii i obshchestva [Opponents of Russia in the 20th century: the evolution of the image of the enemy in the minds of the army and society]. M. [in Russian]

Shevchenko, 2023 – *Shevchenko, R.S.* (2023). Agitatsiya i propaganda: ikh skhodstva i razlichiya [Agitation and propaganda: their similarities and differences.]. [Electronic resource]. URL: https://4fz.ru/agitatsiya-i-propaganda-ih-shodstva-i-razlichiya (date of access: 10.07.23). [in Russian]

Zimina, 2006 – *Zimina, V.D.* (2006). Beloe delo vzbuntovavsheisya Rossii: Politicheskie rezhimy Grazhdanskoi voiny. 1917–1920 gg. [White matter of rebellious Russia: Political regimes of the Civil War. 1917–1920]. M.: RGGU. [in Russian]

Военная пропаганда Белого движения средствами информационных плакатов в Гражданской войне в России

Анвар Мирзахматович Мамадалиев [a, *]

[a] Восточно-европейское историческое общество, Российская Федерация

Аннотация. Рукопись посвящена проблемам военной пропаганды. Хронологические рамки исследования – конец 1910-х – начало 1920-х годов XX века. Источником послужили такие плакаты белогвардейцев, как: «Сын мой! Иди и спасай Родину!», «В жертву Интернационалу», «Ваши родные и близкие стонут под игом большевистских комиссаров…», «Вот кто терзает Великую Россию», «Отчего вы не в армии?», «Счастливый рабочий в Совдепии», «Вот он! Виновник пыток и смертей, убийца женщин и детей!» и др. Всего было исследовано 25 агитационных плакатов.

В работе применялись такие методы научного исследования, как историко-типологический, историко-системный, историко-генетический, а также историографический и метод синтеза.

В ходе работы были сделаны следующие выводы, что агитационные плакаты Белого движения были ориентированы на консервативные чувства: любовь к родине – патриотизм, монархии, религии и были направлены на возбуждение чувства ненависти, включая конфессиональные и националистические элементы. Наиболее популярным методом в плакатном творчестве белогвардейцев является метод демонизации противника.

Особенность политического плакатного творчества белогвардейцев – изображение портретов вождей Белого движения (генералов Деникина, Врангеля, Шкуро и др.), так как считали эффективным пропагандистский метод «непогрешимости вождя» указывая, что руководят Белым движением талантливые генералы.

Сравнительный анализ агитационного плакатного творчества большевиков и белогвардейцев показывает, что в пропагандистской работе Белое движение проиграло Красному. Большевики сумели четко выделить те общечеловеческие принципы, за которые они боролись, и точно отразить их в своей агитационной работе, эти цели борьбы были понятны большинству населения – рабочим и крестьянам. Белогвардейцы же имели другую целевую аудиторию – интеллигенцию, дворянство и духовенство, крупных предпринимателей и зажиточных крестьян, поэтому больше апеллировали к таким ценностям, как патриотизм, православие, самодержавие и пр.; данные ценности в тот период не были интересны основной массе населения.

Ключевые слова: Пропаганда, Белое движение, белогвардейцы, Гражданская война в России, военная пропаганда, «военная тайна», агитационные плакаты.

[*] Корреспондирующий автор
Адреса электронной почты: anvarm@mail.ru (А.М. Мамадалиев)