
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 007:304:001

I. С. Бондаренко

ТЕХНОЛОГІЇ АГІТАЦІЇ Й ПРОПАГАНДИ ЯК КОМУНІКАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ РАДИКАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД 20-Х РР. ХХ СТ.

Методологія дослідження. Основним завданням дослідження є вивчення агітаційно-пропагандистських технологій, що стали визначальним чинником упровадження більшовицької влади на території України. У процесі аналізу застосовано комбінацію загальнонаукових методів вивчення: системного аналізу, аналогії, моделювання, конкретизації, порівняння, – що уможливило виявлення тих комунікаційних (маніпулятивних) стратегій, що застосовувала більшовицька влада до суспільства.

Результати. У статті розглянуто основні комунікаційні моделі агітації та пропаганди, задіяні в перше десятиліття утвердження радянського режиму. Актуальність теми дослідження зумовлена нагальними питаннями сучасного державотворення та функціонування мас-медіа в добу серйозних демократичних і геополітичних зрушень. Фактологічний матеріал, поданий у статті, дає можливість адекватно зрозуміти й упередити наслідки авторитаризму в інформаційній політиці та мас-медійній діяльності. У процесі аналізу виявлено, що радянський режим запровадив дуже чіткий та безпрецедентний за своїм розмахом адміністративний порядок ідеологічного управління масовою свідомістю громадян. Це була дійсно технологічна система, яка спиралася на типову комунікаційну процедуру щодо обробки суспільної свідомості та формування громадської думки.

Новизна. Уперше у вітчизняній комунікативістиці агітаційно-пропагандистські технології розглянуто в розрізі соціальної інженерії, яку світові дослідники кваліфікують як «радикальний»/«утопічний» проєкт.

Практична значущість. Результати дослідження можуть слугувати методологічною моделлю для подальших розробок у галузі прикладної науки та сприятимуть формуванню трансдисциплінарної теорії у вивченні соціальнокомунікаційних технологій.

Ключові слова: агітація, інформаційна політика, пропаганда, радикальний соціальний інжиніринг, соціальнокомунікаційні технології.

I. Вступ

Історія впровадження радянської політичної цензури є унікальним і безпрецедентним явищем у світовій історії. Сила-силенна постанов, циркулярів, декретів, наказів, а також фактична діяльність державних органів у секторі контролю влади над змістом і розповсюдженням інформації, спродукованих більшовицьким тоталітарним режимом, не витримувє жодної критики. Цілеспрямоване створення інституту політичної цензури в СРСР вказує на те, що численні адміністративні, політичні, комунікаційні технології формування радянської спільноти були частиною соціальної інженерії, що передбачала серію послідовних процедур щодо моделювання нових суспільних об'єктів. Програмний, експериментальний та плановий характер упровадження руйнівних, репресивних для спільноти реформ у галузі економіки, освіти, державного управління, мистецтва, мас-медіа, промисловості й сільського господарства свідчили про радикальність і водночас утопічність такої соціальної інженерії. Ідеологічними «провайдерами» комуністичної свідомості й поведінки пролетарських мас стали технології агітації й пропаганди.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Основним завданням нашого дослідження стало вивчення агітаційно-пропагандистських технологій, що стали визначальним чинником упровадження більшовицької влади на території України. У процесі аналізу використано комбінацію загальнонаукових методів вивчення: системного аналізу, аналогії, моделювання, конкретизації, порівняння, – що уможливило виявлення тих комунікаційних (маніпулятивних) стратегій, що застосовувала більшовицька влада до суспіль-

ства. Водночас задіяний метод концептуального аналізу, що надав змогу визначити вкорінення конструктивів «агітація» та «пропаганда» в соціальну пам'ять українського народу.

III. Результати

Магістральним елементом упровадження політичної цензури в СРСР була система державних органів влади, по суті, репресивних відомств, що мали на меті тотальний ідеологічний контроль над виробництвом усєї соціальнокомунікаційної продукції. Уся структура «ідеологічних» органів радянської влади вражає своєю адміністративною організацією та складністю. Сучаснику важко досягнути не лише їх функціональність, а й зорієнтуватися в багатоманітні назв, структурних трансформацій контролюючих і цензурних відомств. Незаперечним і цілком очевидним фактом їх діяльності стала справжня трансформація світогляду й поведінки декількох поколінь, культивування рефлексу самоцензури кожного творчого працівника, політизація культури та її підпорядкування ідеологічним настановам, зміна творчої поведінки митців і нівелювання їх свободи, блокада світового соціокультурного простору. Як наслідок – уніфікація способів мислення, колективізація поведінки мас, безликість творів соціалістичного реалізму, стандартизація всього процесу суспільного буття.

До системи державних органів ідеологічного контролю на різних етапах формування радянської держави належали Надзвичайна комісія з боротьби з контрреволюцією і саботажем (1917), Державне політичне управління НКВС РСФРР (1922), Об'єднане державне політичне управління при РНК СРСР (1923). У квітні 1920 р. був створений профільний орган з ідеологічної роботи – Агітаційно-пропагандистський відділ ЦК РКП(б)-ВКП(б). За роки свого існування це відомство змінювало не лише свої номінації, а й значно розширювало сферу впливу та діяльності: Агітаційно-пропагандистський відділ ЦК (1920–1928), Відділ агітації, пропаганди й друку ЦК (1928–1930), Відділ культури і пропаганди ЦК (1930–1934), Відділ культури й пропаганди ленінізму ЦК (1934–1935), Відділ партійної пропаганди й агітації ЦК (1935–1938), Відділ пропаганди й агітації (усної і друкованої) ЦК (1938–1939), Управління пропаганди й агітації ЦК (1939–1948), Відділ пропаганди й агітації ЦК (1948–1956), Відділ пропаганди й агітації ЦК КПРС по союзним республікам (1956–1965), Ідеологічний відділ ЦК (1962–1965), Відділ пропаганди й агітації ЦК (1965–1988), Ідеологічний відділ ЦК (1988–1991). Здається, у цих номінативних модифікаціях Агітпропу заковдані способи й шляхи реагування радянського режиму на проблеми ідеологічної обробки населення країни.

Завдяки організованій системі діяльності перелічених відомств слова «пропаганда» й «агітація» стали ідеологічними та концептуальними маркерами радянської епохи. Зазначені поняття стали своєрідною вербальною екзотикою, що якнайбільше відповідала суті радянської «модернізації». Фактично ж, етимологічна історія лексем «агітація» й «пропаганда» позначала нехарактерні для диктатури пролетаріату семантичні імперативи: поняття «пропаганда» стосувалося комунікаційних моделей просування католицької віри та різновиду політичних злочинів, а категорія «агітація» взагалі в мовах-донорах мала негативну конотацію.

Починаючи з 20-х рр. ХХ ст., лексеми «пропаганда» й «агітація» входять до активного словника національних мов радянських республік, докорінно змінюючи свою смислову сутність. Радянські енциклопедичні видання та лексикографічні описи подають лише позитивний їх зміст. Показовою в цьому контексті постає стаття «Агітація» «Української радянської енциклопедії» (1977). У ній, зокрема, без будь-яких приховувань зазначено, що це «один з найважливіших засобів політичного впливу на маси, ідеологічна зброя в боротьбі класів і партій. <...> Фундаментом пролетарської, комуністичної агітації є вчення марксизм-ленінізму, основою і змістом – політика Комуністичної партії» [10, с. 53]. Енциклопедична стаття цілком справедливо відзначала, що саме В. Ленін усебічно розробив і розвинув ці ідеї, визначив форми й методи, цілі та завдання масової революційної агітації й окреслив основні частини діяльності партії: теоретичну роботу, пропаганду та агітацію.

Не менш ідеологічно забарвленою постає стаття УРЕ щодо пропаганди, яка в найширшому розумінні тлумачилася як «особливий вид соціальної діяльності, основною функцією якого є поширення політичних, філософських, наукових, художніх ідей та поглядів з метою укорінення їх у суспільну свідомість і активізації відповідної масової практичної діяльності» [11, с. 151].

Стаття УРЕ подає найзагальніші критерії розмежування пропаганди й агітації: основу першої становлять критерії марксизму-ленінізму й політична стратегія комуністичної партії, другої – точна політика, соціально-економічні проблеми, події та факти місцевого життя; пропаганда з'ясовує загальні цілі комуністичного будівництва, агітація – розв'язує найближчі тактичні завдання партії й народу. Спільною ознакою обох ідеологічних платформ постає їх спрямованість на формування громадської думки та вивчення «духовних потреб і настроїв мас» [10, с. 141]. У цілому ж доволі поширені методи й технології впливу, точніше, маніпуляції масовою свідомістю не знаходять у радянській науці конкретного аналізу й опису, натомість набуваючи певної методологічної сакралізації як неодмінних атрибутів партійної діяльності радянського керівництва.

Пізніше Н. Купіна слушно зауважить, що завдяки штучному вкоріненню численних «гучних» гасел/ідеологем відбулося спотворення самої філософії марксизму та, головню, семантичної мовної сфери. Дослідниця відзначає такі тенденції ідеологічного освоєння тоталітарною мовою

філософського семантичного простору: формування базової ідеологічної догми (марксизм-ленінізм – єдино правильне вчення, основа всіх наук, ідейних та політичних спрямувань); творення бінарної опозиції матеріалізм – ідеалізм; трансформація філософського в політичне; поява однотипних політичних «добавок» до філософської й політичної семантики; змістова примітивізація філософських концептів; уявлення про ідеологічну агресію як спосіб боротьби з філософським інакодумством [2, с. 27].

Із цими аргументами важко не погодитися. Справді, в умовах радянського режиму та агресивного ідеологічного тиску радикальна соціальна інженерія проникає у сферу мови – духовної скарбниці кожної нації. Ідеологізація концептуальної лексики, продукування політичних стереотипів, постійне й насильницьке «підмішування» до тезаурусу компонентів агресії спричинили трансформацію свідомості та ціннісних орієнтацій цілих поколінь. Ідеологічний досвід радянська людина набувала не через особистісну практику або поступову історичну фільтрацію суми морально-етичних стереотипів – ідеологічне щеплення кожного індивіда відбувалося за допомогою технологічно тренованої руки радянської влади. Не маючи жодної іншої світоглядної альтернативи, окрім марксистсько-ленінського вчення, радянська людина продукувала потрібні тоталітарному режиму моделі поведінки, навчилася на рівні умовного рефлексу правильно реагувати на запропоновані державою політичні гасла, виховувала в цьому ж ідейному дусі дітей, націлювалася на трудові подвиги й щиро сподівалася на побудову комунізму. Усі процеси, що сталися з ментальною та поведінковою сферою суспільства, не можна інакше кваліфікувати як радикальний/утопічний інжиніринг.

Водночас усі джерела радянського медіазнавства вказують на один незаперечний факт – значущу роль В. Леніна у формуванні системи ЗМІП; вождь пролетаріату характеризувався не тільки як «неперевершений майстер революційної пропаганди, а й її мудрий теоретик». В активному лексиконі В. Леніна поняття «агітація» й «пропаганда» з'являються наприкінці XIX ст. У базових для соціал-демократичного руху статтях майбутній очільник Советів звертається до осмислення цих категорій та розробляє ефективні способи їх імплантації в соціально-політичне життя робітників. У 1899 р. у праці «Назадні спрямування у російській соціал-демократії» В. Ленін зазначає про розширення спектра агітаційних прийомів та закликає не обмежуватися найпростішими її формами – брошурами, листівками. За його переконанням, члени партії мусили працювати з громадою усно, займатися глибокою «просвітницькою діяльністю» [4].

Після жовтневого перевороту позиції В. Леніна щодо пропаганди й агітації стають більш радикальними. Голова Ради Народних Комісарів не цурався пропонувати своїм соратникам застосувати в численних масових заходах арсенал неправдивих, маніпулятивних виразів, які поетично називає «революційними фразами». В одній зі своїх праць він розкриває справжній сенс таких висловів – орієнтування на нерациональну емоційну «логіку». Він зауважував: «Революційна фраза є повторенням революційних лозунгів без врахування об'єктивних обставин <...>. Лозунги надзвичайні, захопливі, п'янкі, – безпідставні, – ось суть революційної фрази» [3, с. 343]. У 1920 р. В. Ленін закликав створювати при будь-якій професійній, політичній, військовій, кооперативній, спортивній організації відкриті та «таємні» осередки комуністів. Завданням останніх мали стати «арешти й вигнання» [5, с. 191] представників буржуазії, а також системна агітаційна робота та зв'язок з центром.

Беззаперечним фактом залишається те, що радянський режим запровадив дуже чіткий та безпрецедентний за своїм розмахом адміністративний порядок ідеологічного управління масовою свідомістю громадян. Це була дійсно технологічна система, яка спиралася на типову комунікаційну процедуру щодо обробки суспільної свідомості та формування громадської думки. Для того, аби встановити комуністичний режим, влада створила низку суспільних інституцій (водночас «розчистивши» соціально-комунікаційний ландшафт країни від старих релігійних практик), що займалися питаннями освіти й культури, дозвілля та побуту населення.

Уже на X з'їзді РКП (б) 1921 р. очільники комуністичної партії визначилися з головними пріоритетами агітаційно-пропагандистської роботи та окреслили її концептуальну модель. Так, у проекті з'їзду «Головполітпросвіт й агітаційно-пропагандистські завдання партії» досить фахово описувалися «засоби агітаційної техніки» [8, с. 626] та «методи агітпропаганди на наукових заходах» [8, с. 626], необхідні для «швидкого пристосування свідомості і психології трудящих мас до завдань комуністичної перебудови господарства та побуту Радянської республіки» [8, с. 626]. Документ зафіксував й основні етапи розвитку більшовицької пропаганди – від одноосібної агітації членів соціал-демократичної партії до відокремлення в управлінській системі нової країни головного ідеологічного органу – Головполітпросвіту.

Цікаво, що попри визнання особливої ролі державної пропаганди комунізму у становленні радянської держави, проект з'їзду визначає незадовільний стан агітаційно-пропагандистської роботи. Основним аргументом цієї тези постає твердження щодо нівелювання в ідеологічній діяльності партійців елементів творчості, таланту та пошуку нових засобів впливу на маси. «Агітаційний шаблон, повторення завчених промов та лозунгів, невміння використовувати нові факти» [8, с. 629] стали, на думку урядовців, головною прикметою більшовицької пропаганди початку 20-х рр. Представництво X з'їзду РКП (б) встановило «мінімальний виробничий план агітаційно-

пропагандистської роботи» [с. 630] на 1922 р., у якому визначалися такі сектори ідеологічного впливу: а) позапартійна агітація, що передбачала продукування «видатними партійними літераторами» [8, с. 630] популярних брошур щодо питань радянського будівництва; б) «виховання нових членів» [8, с. 630], що зосереджувалося на «обробці» нових партійців через короткострокові курси та «групи молодих комуністів» [8, с. 630]; в) партійно-радянські школи, що мали на меті підвищити «якість комуністичних сил партії» [8, с. 631].

Працюючи з архівними документами «ленінської» та «сталінської» епох, дивуєшся послідовності, настирливості та винахідливості радянських чиновників в аспектах комунікативного залучення української громади до ідеологічних тенет комунізму. Далі у своєму аналізі комунікаційної моделі соціальної інженерії СРСР ми спиратимемося на архівні документи, які раніше не оприлюднювалися, а отже, не поставали предметом наукового дослідження. Ці матеріали зосереджені у Державному архіві Запорізької області, утім, це зовсім не применшує їх історичної значущості та репрезентативності, адже комунікаційні техніки встановлення комуністичної ідеології у різних регіонах СРСР були типовими й ідентичними, що вкотре підтверджує їх технологічний та соціоінженерний статус.

Джерельною базою нашого дослідження стали численні директиви, циркуляри, постанови та інструкції центральних партійних і державних органів радянської влади, а також звіти, протоколи засідань і плани роботи повітових-губернських-обласних агітаційно-пропагандистських відділів. У процесі аналізу автором було опрацьовано близько ста архівних документів, більшість з яких мали позначки «таємно». Безумовно, це вказує на прихований маніпулятивний (часто відверто неправдивий) характер методів та прийомів впливу на громадську думку та масову свідомість.

Слід звернути особливу увагу та той факт, що навіть у перші роки функціонування радянського режиму в Україні в цілому та в Олександрівській / Запорізькій губернії зокрема агітаційно-пропагандистська робота мала комплексний, фаховий, дисциплінований та різновекторний за комунікаційними каналами впливу характер. Аналізуючи документи доби становлення радянської влади у регіоні (в Олександрівську більшовики остаточно закріпилися у жовтні 1920 р.), констатуємо професійний підхід партійних очільників до моніторингу громадської думки. Ми свідомо використовуємо термін «моніторинг», оскільки тодішні практики спостереження над настроями населення та інформацією вражали своєю чіткою структурованістю та послідовною методикою опису. Можемо навіть стверджувати, що партійне керівництво вдавалося до всього циклу моніторингового дослідження громадської думки – спостереження, оцінювання та прогнозування.

Так, на початку 20-х рр. формується система збирання, обробки, зберігання державної інформації органами ДПУ. Так звані відділи Держінформації та «трійки» з держінформації мали на меті «інформування центру про міру стабільності становища на місцях та про здійснення й укріплення нашої політики» [цит. за 6, с. 163], «спостереження за зростанням дрібно-буржуазної стихії, за проявами дрібно-буржуазних настроїв робітничої, партійної, червоноармійської мас, за випадками роз'їдання дрібно-буржуазною стихією радянського й партійного апаратів» [цит. за 6, с. 163] та «більш повне висвітлення нового економічного розвитку районів і спостереження за реалізацією НЕПу» [цит. за 6, с. 164]. Партійні документи дозволяють зробити висновок, що радянська влада запровадила специфічну систему кількісних та якісних індикаторів фіксації різномірних даних, напрацювала схематику отримання повідомлень про стан суспільства, виробила алгоритм аналітичної оцінки інформації, що використовувався у процесі прийняття відповідних рішень.

Розглянемо один з документів з архівної справи «Переписка Олександрівського ГубНК з радянськими закладами щодо питання організації держінформації» (1921), у якому подавалася чітка схема зведень держінформації. Зауважимо, інформатори мали подавати інформацію за чітко встановленою структурою. Її основними індикаторами навесні 1921 р. були: настрої робітників, селян, червоноармійців та їх ставлення до компартії; Контрреволюційна агітація та її лозунги; хвилювання, виступи та їх причини, виступи банд, збройні повстання, грабунки, погроми, їх розміри; заходи щодо ліквідації страйків; стан постачання; постачання обмундируванням військових частин; хід демобілізації, поведінка демобілізованих; дезертирство та його причини; поповнення військових частин та їх боєздатність; загальний стан партійної роботи; внутрішньопартійні настрої; поведінка організації та відповідальних працівників під час політичних ускладнень та конфліктів; вплив інших партій на робітників, селян та червоноармійські маси; загальний стан радянської роботи; стан постачання населення продовольством; стан постачання підприємств робсилою і паливом; коливання продуктивності та їх причини; прогули «труддезертирства»; технічна економія у закладах, на підприємствах і залізницях; епідемія та заходи боротьби; економічне становище селян; ставлення до продподатку; ставлення до посівної кампанії та участь у ній селян; робота повіткомів та сількомів; ставлення до «трудоповинності»; робота продзагонів; загальний стан профспілкової роботи [9, арк. 7].

На підставі цих та величезної кількості інших документів можемо стверджувати, що на початку функціонування радянського режиму проголошені більшовиками принципи й ідеї диктатури пролетаріату не мали серед українського населення широкої підтримки; ба більше, сама влада у ці роки встановила режим тотальної недовіри до народу. Це стосувалося не тільки інших поне-

волених народів, а й самих росіян. Дуже показовими у цьому контексті є висновки С. Ярова, який, досліджуючи настрої робітників Петрограду періоду 1917–1923 рр., вказував на їх вражаючу «політичну індиферентність» [12, с. 105]. Учений має таку думку на підставі аналізу численних звітів так званих «держінформаторів», зосереджених у Центральному державному архіві історико-політичних документів Санкт-Петербургу. Ба більше, автор зауважує: «Політична апатія робітників не була подолана і пізніше (у період після 1917 р. – І. Б.). І це незважаючи на те, що зусиллями агітаційно-пропагандистських структур на початок 1920-х рр. неабияк були ідеологізовані і виробничі колективи на фабриках та заводах, і навіть форми побутового життя робітників» [12, с. 107]. Уся політика встановлення комуністичної влади, фактично, стала загарбницьким проектом й упроваджувалася через, м'яко кажучи, недемократичні заходи воєнного комунізму та створення відповідних державних «ідеологічних» органів – агітпропів.

Безумовно, масовою платформою імплантації й тиражування ідей марксизму-ленінізму у суспільний організм поставала газета «Правда». З початку 20-х рр. ХХ ст. регіональними осередками агітпропів реалізовувалася примусова кампанія передплати видання усіма без винятку категоріями населення. Більшовицький «промоушн» газети серед читача здійснювався у традиційній для комуністів спосіб – через тиск, настанови й директиви.

Так, 11 лютого 1924 р. усім обласним бюро ЦК РКП, ЦК національних компартій, обкомам і губкомам РКП був надісланий циркулярний лист за підписом секретаря ЦК РКП В. Молотова щодо розповсюдження «Правди», у якому, зокрема, зазначалося: ««Правда», орган Центрального Комітету Російської Комуністичної Партії, мусить стати керівником і товаришем кожного нового члена партії. «Правда», мусить зв'язатися з ними, а через них з іншими прошарками безпартійних робітників. Низка робітничих зборів виносить рішення щодо необхідності найширшого розповсюдження й зв'язку з найстарішою газетою РКП. Цю тягу робітників до центрального органу РКП слід закріпити так, аби об'єднати навколо «Правди» нові десятки тисяч передплатників, а головне, нових членів партії» [1, арк. 68]. У цьому ж документі подавалися єдиний та незмінний для багатонаціональної аудиторії лозунг передплатної кампанії: «Робітники! Згуртовуйтеся навколо центрального органу РКП! Зв'яжіться з нею міцно. Передплачуйте «Правду». Пишіть у свою газету. Товариші! Пам'ятайте завжди, що засновником і керівником «Правди» була партія на чолі зі своїм вождем – Леніним» [1, арк. 68]. З метою популяризації газети передбачалося її здешевлення на 15 відсотків у разі «колективної передплати через фабкоми та партосередки» [1, арк. 69].

Загальні завдання агітаційно-пропагандистської роботи подавалися у резолюції XII з'їзду РКП (б) «Щодо питань пропаганди, преси й агітації» (1923). У документі визначалися пріоритети ідеологічної обробки мас: підготовка з робітника й селянина «практичного працівника революції, озброєного методами марксистського підходу до конкретних питань революційного будівництва» [13, с. 706]. Великого значення надавалося масовому політичному просвітництву, що мало охопити роботу з різними соціальними й професійними групами населення. Задля цього створювалися партійні школи й курси політграмоти на делегатських зборах робітниць та селянок, у ліквідаційних пунктах неписьменності міст та сіл, виокремлюються політчастини у структурі Червоної армії. У резолюції окреслювалися «раціональні форми» [13, с. 707] ліквідації політичної неграмотності, серед яких називалося «культурно-політичне шефство» [13, с. 707] партосередків фабрик та заводів, вишів, партійних шкіл над сільським населенням. Показово, що агітаційна робота з представниками національних меншин мала проводитися рідною мовою.

Анонсована більшовицьким режимом ліквідація неписьменності сільського населення мала передусім ідеологічно-просвітницьку мету. Представники компартії чітко усвідомлювали, що така політико-просвітницька програма подолає не тільки незадовільний освітній рівень громадян, а й легко культивує у недосвідчену свідомість багатонаціонального населення країни уніфіковані ідеологічні постулати воєнного комунізму. Так, у резолюції «Щодо питань пропаганди, преси й агітації» йшлося: «Навколо хат-читалень мусять згуртуватися усі, поки що нечисленні, культурні одиниці села, здатні працювати пліч-о-пліч з партією; через них має відбуватися розповсюдження в селі газети і політико-просвітницької літератури» [13, с. 707].

Соціальний інжиніринг радянського режиму передбачав кваліфіковану підготовку майбутніх менеджерів тоталітарної держави. Ними мусили стати слухачі партійно-радянських шкіл та комуністичних університетів. Уже на зорі формування радянського суспільства такі ідеологічні осередки мали особливий соціальний статус. Так, у період тотальної бідності, а в Україні голодомору, партійно-радянським школам та комуністичним університетам надавалися привілеї щодо «укріплення загальної матеріальної бази; покращення постановки навчальної, виховної і культурно-просвітницької роботи» [13, с. 708]; водночас їх слухачі та їх сім'ї мали додаткове матеріальне забезпечення.

Водночас резолюція описує магістральні форми й методи агітаційно-пропагандистських технологій більшовизму. Текст документу вказує на провідну роль комунікаційних технологій в утвердженні тоталітарного режиму: «Агітація залишається у руках партії могутнім знаряддям планомірного й широкого висвітлення перед масами трудящого населення міста й села політичних й економічних заходів Совєтської влади і всіх знаменних подій внутрішнього й міжнародного

життя, а також заохочення до партії свіжих робітничих і селянських сил» [13, с. 713]. До найголовніших засобів агітаційної роботи партійні очільники відносили пресу та форми усної агітації – мітинги, збори, театр (головно для антирелігійної пропаганди) та ін. Так само агітаційними засобами були проголошені красне письменство та кіно.

Постійний ідеологічний контроль мав здійснюватися через так звану «повсякденну агітацію партії» [13, с. 713]. З цією метою у регіонах створювалися «колективи агітаторів» [13, с. 713], завданням яких було «опрацювання окремих кампаній, головно передвиборних, та основних питань міжнародної та внутрішньої політики Советської влади (почасти, земельної, фінансової, промислової і національної)» [13, с. 713]. У резолюції зазначалося й про задіяння «глибоких» методів агітаційно-пропагандистського впливу, що мав ґрунтуватися на груповій та одноосібній роботі агітаторів (останніх у радянському діловодстві називали «індивідуалами»). Алгоритм (інструктаж) цих технологічних заходів знаходимо в архівних документах, що часто мали позначку «таємно» або «цілком таємно». Зауважимо, така форма ідеологічної обробки (мовою документів – «втягування») населення тривала до початку 30-х рр. ХХ ст. – часу остаточного встановлення тоталітарного режиму.

Так, у документі «Положення групових агітаторів» подається детальна схема технологічного впливу агентів на свідомість громадян. Положення містить чітку рубрикацію основних аспектів задіяння технології групової агітації, як от загальні завдання, суб'єкти агітації, обов'язки групових агітаторів, підготовка до проведення агітації, форми та методи роботи, проведення організованої та неорганізованої агітації, облік настроїв робітників.

У документі, зокрема, зазначалося, що групова агітація постає «однією з найкращих форм наближення партії до гуцї безпартійних мас, охоплення впливом партії широким прошарків безпартійних, залучення їх до громадської роботи та до активної агітроботи нових кадрів робітників» [7, арк. 613]. Водночас у зазначеному документі висувалися особливі вимоги до особи агітатора – ним мав стати член партії, який «правильно розумівся на рішеннях партії та Советської Влади, у поточних подіях та вміє проводити роз'яснювальну групову роботу» [7, арк. 613]. До кожного групового агітатора закріплювалися конкретний «цехосередок», гуртожиток, барак, червоний куточок. До обов'язків групового агітатора входило проведення бесід, вечорів, читання («читка») [7, арк. 613] газет та «спеціально-художньої літератури» [7, арк. 613], а також підготовка до виступів «шляхом відвідування кабінету пропаганди, де він мусить знайти усі необхідні для нього довідки, повідомлення <...> ознайомлення з періодичною пресою та літературою» [7, арк. 613].

Формами та методами групової агітації у документі визначаються організована та неорганізована пропаганда. Комунікативними технологіями організованої агітації поставали бесіди, читання газет та літератури з поясненнями та коментуванням, вечори запитань та відповідей на заявлену тематику. Основною вимогою до організованої агітації були систематичність у її організації та чітке дотримання головних директив відділу агітпропу. Описується й технологія проведення таких зустрічей: вступне слово агітатора мало тривати не більше 2–3 хвилин; за цей час комунікатор мав встановити контакт зі слухачами та поставити низку проблемних запитань.

Здійснення неорганізованої агітації нагадує методіку встановлення контакту представника спецслужб з громадянами або з фігурантами певного злочину. Так, у положенні йшлося: «неорганізований характер групової агітації складається: а) зав'язка бесіди, б) перехід розмови на бажану тему, в) завершення бесіди остаточним поясненням порушеного питання» [7, арк. 614]. Перш ніж перейти до роботи «груповик» мав добре вивчити проблеми (зосібна, й побутові) аудиторії, з якою буде працювати. Водночас до завдань комунікатора входило й ініціювання суперечки у колективі, аби викликати його інтерес. Важливо, аби в цей момент агітатор оперував політичною термінологією та цифрами, щораз посилаючись на постанови й розпорядження. Наведемо красномовну цитату з цього документу: «Груповий агітатор мусить вклинитися у суперечку між робітниками як новий учасник у процесі читання адміністративних розпоряджень, стіннівок, плакатів у червоних куточках. Головно ж він мусить поставити своїм завданням переведення розмови у потрібне йому русло, пов'язуючи це питання з завданнями партії та Советської Влади» [7, арк. 614]. Водночас «груповик» зобов'язаний був вести облік настроїв робітників: для цього вдома він мав завести записник, до якого б занотовував усі різкі висловлювання простолюду стосовно соціально-політичного життя, враження від спілкування. Наприкінці роботи «груповик» мусив «передати власні записники для вивчення бюро партійного осередку не рідше одного разу на два тижні» [7, арк. 614]. Керівництво груповими агітаторами здійснювало бюро партійного осередку шляхом проведення робочих нарад, консультування, інструктажу, заслуховування доповідей та звітів; партосередок мав вести документообіг та удосконалювати техніки агітації й пропаганди.

IV. Висновки

Як бачимо, більшовики були вкрай зацікавлені в ефективному комунікаційному менеджменті, спрямовуючи всі стратегічні комунікації на зміцнення своїх політичних амбіцій у внутрішній політиці держави. Зазвичай ця робота здійснювалася непрофесіоналами, фактично, ортодоксальними комуністами, утім задіяння комунікаційних технологій соціальної інженерії, дотримання те-

хнологічного циклу всіх операцій спричинили успішність упровадження радикальної політики та нового життєвого устрою на просторах багатомільйонної, багатонаціональної країни. Перспективами подальших розвідок стане відтворення цілісної картини формування радянської спільноти через систему соціальнокомунікаційних технологій.

Список використаної літератури

1. Всем Бюро ЦК, Национальным ЦК, Обкомам и Губкомам РКП(б). ДАЗО (Державний архів Запорізької області). Ф. П. 93. Оп. 1. Спр. 1. Арк. 71.
2. Купина Н. А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург-Пермь: изд-во Уральского ун-та. ЗУУНЦ, 1995. 144 с.
3. Ленин В. И. О революционной фразе. *Полное собрание сочинений: в 55 т.* 5-е изд. Москва: Государственное издательство политической литературы, 1974. Т. 35. 600 с. URL: <http://uaio.ru/vil/35.htm> (дата обращения: 21.08.2019).
4. Ленин В. И. Попятное направление в русской социал-демократии. *Полное собрание сочинений: в 55 т.* 5-е изд. Москва: Государственное издательство политической литературы, 1967. Т. 4. 566 с. URL: <http://uaio.ru/vil/04.htm> (дата обращения: 27.08.2019).
5. Ленин В. И. Тезисы об основных задачах Второго конгресса Коммунистического Интернационала. *Полное собрание сочинений: в 55 т.* 5-е изд. Москва: Государственное издательство политической литературы, 1981. Т. 41. 696 с. URL: <http://uaio.ru/vil/41.htm> (дата обращения: 19.08.2019).
6. Подкур Р. Ю. За повідомленням радянських спецслужб. Київ: Рідний край, 2000. 238 с.
7. Положение групповых агитаторов. ДАЗО (Державний архів Запорізької області). Ф. 149. Оп. 9. Спр. 113. Арк. 613–618.
8. Протоколы X съезда РКП(б). Москва: Партийное издательство, 1933. 954 с.
9. Схема сводок госинформации. ДАЗО (Державний архів Запорізької області). Ф. П. 6638. Оп. 1. Спр. 12. Арк. 7.
10. Українська радянська енциклопедія: у 12 т. / гол. ред. М. П. Бажан; редкол.: О. К. Антонов та ін. 2-ге вид. Київ: Голов. ред. УРЕ, 1977. Т. 1: А-Борона. 542 с.
11. Українська радянська енциклопедія: у 12 т. / гол. ред. М. П. Бажан; редкол.: О. К. Антонов та ін. 2-ге вид. Київ: Голов. ред. УРЕ, 1983. Т. 9: Поплужне-Салуїн. 558 с.
12. Яров С. В. Человек перед лицом власти. 1917–1920-е гг. Москва: Политическая энциклопедия, 2014. 375 с.
13. XII съезд РКП(б) 17–25 апреля 1923 года. Стенографический отчет. Москва: изд-во политической литературы, 1968. 903 с.

References

1. To all the Bureau of the Central Committee, the National Central Committee, Regional Committees of the RCP (b), 93, 1. State archive of Zaporizhzhya region, Zaporizhzhya (in Russian).
2. Kupina, N. A. (1995). Totalitarian language: Vocabulary and speech responses. Ekaterinburg-Perm: Izd-vo Ural'skogo un-ta. ZUUNC, 144 p. (in Russian).
3. Lenin, V. I. (1974). About the revolutionary phrase. In Collected works in 55 volumes. Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoy literatury, 35, 600 p. Retrieved from: <http://uaio.ru/vil/35.htm> (date of request: 21.08.2019). (in Russian).
4. Lenin, V. I. (1967). Reverse direction in Russian social democracy. In Collected works in 55 volumes. Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoy literatury, 4, 566 p. Retrieved from: <http://uaio.ru/vil/04.htm> (date of request: 27.08.2019). (in Russian).
5. Lenin, V. I. (1981). Theses on the main tasks of the Second Congress of the Communist International. In Collected works in 55 volumes. Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoy literatury, 41, 696 p. (date of request: 19.08.2019). (in Russian).
6. Podkur, R. Yu. (2000). According to the Soviet special services. Kyiv: Ridnyi krai, 238 p. (in Ukrainian).
7. The position of group agitators. Inventory, 149, 113. State archive of Zaporizhzhya region, Zaporizhzhya. (in Russian).
8. The minutes of the X Congress of the RCP (b). (1933). Moscow: Partijnoe izdatel'stvo, 954 p. (in Ukrainian).
9. Scheme of state information summaries. Inventory, 6638, 12. State archive of Zaporizhzhya region, Zaporizhzhya. (in Russian).
10. Ukrainian Soviet Encyclopedia. (1977). Holov. red. URE. Kyiv, 1 (A-Borona), 542 p. (in Ukrainian).
11. Ukrainian Soviet Encyclopedia. (1983). Holov. red. URE. Kyiv, 9 (Popluzhne-Saluin), 558 p. (in Ukrainian).
12. Jarov, S. V. (2014). Man in the face of power. 1917–1920s. Moscow: Politicheskaja jenciklopedija, 375 p. (in Russian).
13. XII Congress of the RCP (b) April 17–25, 1923. Verbatim report. (1968). Moscow: Izdatel'stvo politicheskoy literatury, 903 p. (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 01.09.2019.

Bondarenko I. Agitation and Propaganda Techniques as Communication Platforms for Radical Social Engineering: Ukrainian Experience in 1920s

Research methodology. *The aim of this research is to study the agitation and propaganda techniques as a pivotal factor for establishing the Bolsheviks' power on the territory of Ukraine. In the course of the analysis, the author applied a combination of general scientific research methods including the systems analysis method, analogy, modeling, concretization and comparing methods in order to identify the communicative (manipulative) strategies that were employed by the Bolsheviks against people.*

Results. *The article explores the main communicative models of agitation and propaganda used during the first decade of the Soviet regime establishing. The relevance and topicality of this research arise from the pressing issues of the modern day state-building process and mass media functioning in the context of profound democratic and geopolitical transformations. Factual data, presented in the article, ensure adequate understanding and help avoid the consequences of authoritarianism in information policies and mass media activities. The analysis has revealed that the Soviet regime introduced an ironclad and unprecedented in its scope administrative procedure of controlling collective consciousness. It was a truly technological system based on typical communication procedures of brainwashing and public opinion shaping.*

Novelty. *It is for the first time in our national communication studies that agitation and propaganda techniques are viewed through the lens of social engineering qualified by many international researchers as a radical / utopian project.*

Practical implications. *The results of this research can be used as a methodological model for further research in applied sciences and boost the formation of transdisciplinary theory in social communication techniques.*

Key words: *agitation, information policy, propaganda, radical social engineering, social communication techniques.*