

УДК 94(470)''1930''(093)

DOI 10.25688/20-76-9105.2021.41.1.03

**С. М. Русинов**

### **Антикулацкая идеологическая кампания в советской печати в 1930 году (на материалах газеты Вологодского района «Красный Север»)**

Для успешного проведения преобразований в сельском хозяйстве советская власть сформировала образ врага в лице кулачества. Органы советской печати сыграли основную роль при создании определенного представления об этой классовой группе среди крестьянства. Автор статьи анализирует удельный процент кулацкой темы в периодической печати на основе исследования материалов областного партийного издания — газеты «Красный Север» — за период с января по март 1930 года включительно. Для изучения данных используется метод контент-анализа. Таким образом, появляется возможность рассмотреть глубину идеолого-пропагандистской кампании по вопросам формирования образа врага в представлении советского человека.

Ключевые слова: печать; кулак; враг народа; советская идеология; раскулачивание.

**П**ериодическая печать СССР являлась важным элементом воздействия на сознание советских граждан в период 20–30-х годов XX века, когда новое правительство укрепляло и развивало свое политическое и идеологическое влияние. Особую роль в этом процессе занимал вопрос формирования у населения представления о существовании различных течений, которые умышленно препятствуют успешному развитию советского государства как извне, так и изнутри. Этот процесс формирования представления о существовании внутреннего врага происходил в том числе на страницах газет и журналов. Характерной чертой формирования образа врага народа, по мнению П. Н. Матюшина, являлось то, что в самом образе присутствовали стереотипные черты, которые генерировались путем использования в советской газете обобщенных понятий, как например: «вредители», «кулаки», «агенты» [5: с. 126].

В современной российской исторической науке принято рассматривать проводимую советской властью политику коллективизации как процесс силовой

и принудительной национализации крестьянских хозяйств, которая дополнялась активным применением средств пропаганды среди населения. Указанные выше процессы вызывались рядом причин. Одной из основных можно считать тот факт, что руководящий аппарат советского государства стремился разрушить экономическую состоятельность крестьянства [6: с. 4]. Важно отметить, что руководство страны стремилось оказать влияние на социально-психологический аспект жизни советских крестьян посредством активной антикулацкой пропаганды, исходящей из средств массовой информации, в первую очередь периодической печати.

Для достижения поставленной цели в изменении представления советского человека о социально-экономических вопросах государственный аппарат использовал вполне конкретные образы врага народа. В статье анализируется процесс создания образа врага — кулака — в среде крестьянства через изучение региональной периодической печати. Хронологические рамки статьи включают период с января по март 1930 года. Указанный временной интервал подходит для изучения рассматриваемой темы в связи с активизацией кампании в рамках подготовки к посевным работам в период проведения политики коллективизации и перехода советской власти к ликвидации кулачества как класса.

Проводимые изменения в сельскохозяйственной политике страны в конце 20-х годов XX века требовали от власти активного привлечения всего населения. Руководство страны систематически применяло различные формы агитации для мобилизации населения, наиболее значимыми из которых стали пропагандистские кампании. В центре таких кампаний, по мнению Л. Д. Гудкова, лежала актуализация образа врага и связанного с ним деления общества на «мы – они» [3]. Такое специфическое деление позволяло сплотить общество, развить принцип солидарности для предотвращения угрозы, губительной для всех. При этом в категорию врага входили силы как внешние, так и внутренние.

Изучение образа врага народа в системе социальной мобильности в период больших преобразований в государстве является междисциплинарным исследованием. В первую очередь это исторические и социологические исследования, посвященные образу врага как идеологическому компоненту массового сознания.

В работах современных историков, например, А. В. Бакунина [1], К. С. Гаджиева [2], С. Н. Ушакова [9] и др., посвященных указанной теме, систематически фокусируется внимание на вопросе идеологического влияния государства на общественное мнение, выделяется аспект активной массовой идеолого-пропагандистской кампании, развернутой советской властью и обеспечивающей общественную поддержку и мобилизацию общества в системе противостояния «мы – они».

Рассматривая тему создания образа врага в советской региональной периодической печати, важно отметить, что идеологическая борьба с кулаками

началась в 1929 году в рамках хлебо- и лесозаготовительной кампании. В Вологде выходила крупная ежедневная газета «Красный Север», в которой освещались ключевые события страны в целом и области в частности. «Красный Север» издавался на четырех листах с четырех-, шестьюполосными колонками. Структура издания типовая для всего изучаемого хронологического интервала. На главной, первой странице внимание читателя фокусировалось на международной обстановке; на второй — отражались ключевые события внутренней политики государства в области индустриализации; третья страница полностью отводилась сельскому хозяйству; четвертая — объявлениям.

Само понятие кулацкого хозяйства было раскрыто на государственном уровне в 1929 году. Совет народных комиссаров юридически четко определил и закрепил положение о кулаке. В соответствии с официальным Постановлением СНК СССР от 21 мая 1929 года «О признаках кулацких хозяйств, в которых должен применяться кодекс законов о труде»<sup>1</sup> к признакам такого хозяйства могли быть отнесены домохозяйства, в которых ранее применялся наемный труд; или на территории хозяйства имелись строения, применяемые для обработки сельскохозяйственной продукции, в частности это могли быть мельницы, маслобойни и др.

Как сказано выше, кампания по созданию образа врага в региональной прессе определяется временем хлебо- и лесозаготовительной кампании 1929–1930 годов. В рассматриваемый период перед периодической печатью не стояло задачи независимого и беспристрастного освещения ситуации по кулацкому вопросу. Ключевая задача газеты — сформировать у советского человека, крестьянина образ врага, который в дальнейшем можно использовать для достижения конкретных политических целей.

Важно отметить что, кампания не приобрела крупных масштабов. Приведенные в статье данные, опубликованные ранее [7], показывают, что в газете «Красный Север» в 1929 году скорость формирования кулацкой темы была небольшой и использовалась она в большинстве своем для информационной поддержки населения в рамках проведения лесо- и хлебозаготовительной кампании. Кулацкая проблема в газете «Красный Север» в январе – марте 1929 года не превышала 3 % от общего числа публикаций [7: с. 78].

Ноябрь 1929 года изменил сложившиеся представления о кулаке. В ходе конференции аграрников-марксистов И. В. Сталиным была озвучена идея о начале настоящего наступления на кулачество [4: с. 30]. Данное обращение становится отправной точкой для начала широкомасштабной кампании по ликвидации кулачества как класса. За публикацией материалов конференции последовали и изменения в законодательной базе, а следовательно, и отношение периодической печати к вопросу «кулацкой» проблемы.

<sup>1</sup> Постановление СНК СССР от 21 мая 1929 г. «О признаках кулацких хозяйств, в которых должен применяться кодекс законов о труде» [Электронный ресурс] // Лаборатория историка. Исследование повседневной жизни советских людей в эпоху Сталина. URL: <https://ihistorian.wordpress.com/2010/03/13/еще-раз-о-признаках-кулацких-хозяйств/> (дата обращения: 16.09.2020).

Закон о сельскохозяйственном налоге, принятый в 1930 году, четко разделил зажиточных крестьян, кулаков, на три категории. К первой категории, которую власти рассматривали как самую опасную, относились крестьяне, деятельность которых была направлена на создание контрреволюционного актива, организацию антисоветских выступлений и проведение террористических актов. По закону для них был предусмотрен арест и суд. Вторая категория включала в себя лиц, активно сопротивляющихся политике массовой коллективизации крестьянских хозяйств. Крестьяне, отнесенные к данной категории, подвергались принудительному переселению в регионы страны, которые не были включены в области проведения сплошной коллективизации. И третья группа — это рядовые крестьяне, именуемые зажиточными. Зажиточное крестьянство было самой многочисленной категорией крестьян, которые подвергались раскулачиванию. Для них законодательство предусматривало принудительное переселение внутри территории их постоянного проживания, на территории, определенные местными властями.

Независимо от того, к какой категории были отнесены кулаки, все их имущество подлежало конфискации в пользу создаваемых коллективных хозяйств. Тем самым колхозы восполняли нехватку сельскохозяйственного инвентаря и строений. Для таких крестьян сохранялись также нормы трудовой выработки и фиксированные объемы сдачи продукции.

В периодической печати того времени можно встретить термин, отсутствующий в законодательных нормах права Советского Союза, — подкулачник. По сути, подкулачник — это пособник зажиточного крестьянина, поддерживающий его действия.

С целью выявления кулацких хозяйств и описи имеющегося у них имущества, чтобы в дальнейшем передать его в колхозы, на местах создавались специализированные отряды — тройки, в состав которых входили представители райкомов и председатели колхозов (ЧЦХД<sup>2</sup>. Ф. 2. Оп. 6. Д. 15).

Материалы советской периодической печати на примере газеты «Красный Север» показывают, что пресса в рассматриваемый период стала инструментом борьбы с кулачеством. В рамках изучения объема пропагандистско-идеологической кампании, направленной против представителей крестьянства, отнесенного к категории «кулаки», автором был проведен контент-анализ материалов газеты «Красный Север», изданных в период с января по март 1930 года. Всего за этот период было выпущено в тираж 73 номера газеты (ГАВО<sup>3</sup>. Ф. Р-4773 — Подшивка газеты «Красный Север»). Все номера сохранились в полном объеме и качестве, что позволяет исследователю провести объективный анализ масштаба пропагандистской кампании в региональной прессе.

Применение контент-анализа было направлено на определение удельного веса кулацкой темы по отношению к другим материалам, публикуемым в обозначенном источнике.

<sup>2</sup> ЧЦХД — Череповецкий центр хранения документации.

<sup>3</sup> ГАВО — Государственный архив Вологодской области.

Метод контент-анализа, представляет собой подсчет материалов газеты «Красный Север», направленных на привлечение внимания читателей к реализации и событиям общегосударственной политики ликвидации кулачества как класса. Одна статья в каждом номере газеты, вне зависимости от формы ее изложения, рассматривалась в качестве считаемой единицы текста, при этом статьями считались материалы отдельных колонок и сообщений, если их названия были набраны крупным полужирным шрифтом.

Словами-маркерами, служившими в качестве индикатора, позволяющего отнести статью к кулацкой теме, выступали такие слова и словосочетания, как «кулак», «кулачество», «подкулачник», «классовый враг в деревне», «эксплуататор» (в деревне), «капиталистический элемент» (в деревне) и др. Подсчет общего удельного веса выбранных статей велся по следующей формуле:

$$X = a / b \times 100 \%,$$

где  $a$  — количество публикаций, в которых встречались слова-маркеры,

$b$  — общее количество публикаций в обозначенный период.

За это время в газете «Красный Север» было опубликовано 2750 статей различной направленности, из них в 275 статьях были определены слова-маркеры. Подсчеты показывают, что 10 % материалов были направлены на освещение изменений в сельском хозяйстве.

Отметим, что количество статей в отдельные месяцы было примерно одинаковым: в январе и феврале их доля составляла 10,2 % и 10,1 % соответственно, а в марте месяце — 9,7 %. Сравнивая эти данные с результатами аналогичного периода 1929 года, представленными автором ранее [7], можно увидеть, что удельный вес материалов, посвященных кулацкой тематике, стал больше примерно в три раза — с 2,9 % в 1929 году до 10 % в 1930 году.

Такое изменение количества публикаций рассматриваемой тематики в газете «Красный Север» объясняется тем, что на период с января по март 1930 года вместе с лесо- и хлебозаготовительной кампанией проводилась основная кампания по раскулачиванию и выселению крестьянства.

Наибольшую активность антикулацкая пропаганда набирает в третьей декаде января и в первой декаде февраля (см. рис. 1). Это объясняется тем, что в стране вступили в силу постановления ЦК ВКП (б) от 30 января 1930 года «О мероприятиях по ликвидации кулацких хозяйств в районах сплошной коллективизации», а также ЦИК и СНК СССР от 1 февраля 1930 года «О мероприятиях по укреплению социалистического переустройства сельского хозяйства в районах сплошной коллективизации и по борьбе с кулачеством». Данные изменения в законодательстве, по сути, объявляли начало массовых репрессий в отношении крестьян, которые были отнесены к категории «кулак». Данная политика потребовала соответственного пропагандистского сопровождения в средствах массовой информации. Однако уже к концу февраля – началу марта активность кампании спадает. Объясняя такой факт, С. Н. Ушакова предположила, что снижение темпов было связано с желанием власти избежать



**Рис. 1.** Удельный вес кулацкой темы в газете «Красный Север» в период с января по март 1930 г., %

излишнего недовольства в обществе активной пропагандой противостояния в деревне [9: с. 87].

Еще одним объяснением такого спада удельного веса темы может послужить необходимость решения задачи по дальнейшему проведению коллективизации, стоящей перед властями. Снижение объема агитационного материала стало возможным ввиду того, что в марте в стране начинается кампания по борьбе с перегибами в ходе коллективизации, поэтому основные усилия региональной прессы были направлены на агитацию для решения задач коллективизации.

### Литература

1. Бакунин А. В. Советский тоталитаризм: генезис, эволюция и крушение. Екатеринбург: Банк культур. информ., 1993. 110 с.
2. Гаджиев К. С. Тоталитаризм как феномен XX века // Вопросы философии. 1992. № 2. С. 3–25.
3. Гудков Л. Д. Идеологема «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции // Образ врага / сост. Л. Гудков. М.: ОГИ, 2005. С. 16–19.
4. Зеленин И. Е. «Революция сверху»: завершение и трагические последствия // Вопросы истории. 1994. № 10. С. 28–42.
5. Митюшин П. Н. Феномен образа «врага народа» на страницах местной партийной и периодической печати в годы обострения политического террора в 1937–1938 гг. (по материалам Чувашской АССР) // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. 2011. № 1. С. 125–129.
6. Политика раскрестьянивания в Сибири. Вып. 1: Этапы и методы ликвидации крестьянского хозяйства. 1930–1940 гг. Новосибирск: Изд-во ИДМИ, 2000. 214 с.
7. Русинов С. М. Формирование образа врага в советской прессе по материалам периодической печати Вологодского края (газета «Красный Север», 1929 год) //

Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2018. № 6/2. С. 76–78.

8. Ушакова С. Н. Идеолого-пропагандистские кампании в практике функционирования сталинского режима: новые подходы и источники. М.: РОССПЭН, 2013. 215 с.

#### Literatura

1. Bakunin A. V. Sovetskij totalitarizm: genezis, e`volyuciya i krushenie. Ekaterinburg: Bank kul`tur. inform., 1993. 110 s.

2. Gadzhiev K. S. Totalitarizm kak fenomen XX veka // Voprosy` filosofii. 1992. № 2. S. 3–25.

3. Gudkov L. D. Ideologema «vruga»: «Vragi» kak massovy`j sindrom i mexanizm sociokul`turnoj integracii // Obraz vruga / sost. L. Gudkov. M.: OGI, 2005. S. 16–19.

4. Zelenin I. E. «Revolyuciya sverxu»: zavershenie i tragicheskie posledstviya // Voprosy` istorii. 1994. № 10. S. 28–42.

5. Mityushin P. N. Fenomen obraza «vruga naroda» na straniczah mestnoj partijnoj i periodicheskoy pechati v gody` obostreniya politicheskogo terrora v 1937–1938 gg. (po materialam Chuvashskoj ASSR) // Vestnik ChGPU im. I. Ya. Yakovleva. 2011. № 1. S. 125–129.

6. Politika raskrest`yanivaniya v Sibiri. Vy`p. 1: E`tapy` i metody` likvidacii krest`yanskogo xozyajstva. 1930–1940 gg. Novosibirsk: Izd-vo IDMI, 2000. 214 s.

7. Rusinov S. M. Formirovanie obraza vruga v sovetskoj presse po materialam periodicheskoy pechati Vologodskogo kraja (gazeta «Krasny`j Sever», 1929 god) // Sovremennaya nauka: aktual`ny`e problemy` teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarny`e nauki. 2018. № 6/2. S. 76–78.

8. Ushakova S. N. Ideologo-propagandistskie kampanii v praktike funkcionirovaniya stalinskogo rezhima: novy`e podxody` i istochniki. M.: ROSSPE`N, 2013. 215 s.

**S. M. Rusinov**

#### **Formation of the Enemy's Image in the Soviet Press on the Basis of Anti-Kulak Propaganda in 1930 years (on Materials of the Newspaper of the Vologda Region «Krasny Sever»)**

For the successful implementation of reforms in agriculture, the Soviet government, formed the «image of the enemy» in the face of the kulaks. The main source for the formation of the idea of this group of enemies among the peasantry — was given by the body of the Soviet press. In this article, the author analyzes the specific percentage of the «kulak» theme in the periodical press on the basis of research materials of the regional party publication—the newspaper «Krasny Sever» for the period from January to March 1930, inclusive. The content analysis method is used to study the data. Thus, it is possible to consider the depth of the ideological and propaganda campaign on the formation of the image of the enemy in the representation of the Soviet man.

Keywords: press; kulak; enemy of the people; Soviet ideology; dispossession.