

355601

В ПОМОЩЬ ПРОПАГАНДИСТУ И АГИТАТОРУ

**ПРОПАГАНДА**  
**И**  
**АГИТАЦИЯ**  
**В УСЛОВИЯХ**  
**ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ**

---

Газетно-книжное издательство Оскома ВКП(б)  
Саратов 1942

В ПОМОЩЬ ПРОПАГАНДИСТУ И АГИТАТОРУ

ПРОПАГАНДА  
И  
АГИТАЦИЯ  
В УСЛОВИЯХ  
ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ

---

Газетно-книжное издательство Обкома ВКП(б)  
Саратов 1942

В сборнике помещены статьи о задачах пропаганды и агитации в условиях военного времени, опубликованные в журналах «Партийное строительство», «Пропагандист» и «Спутник агитатора» в 1942 году.



## ВОЗГЛАВИТЬ СОЦИАЛИСТИЧЕСКОЕ СОРЕВНОВАНИЕ

Вся наша страна сейчас борется и трудится, вдохновленная первомайским приказом товарища Сталина. Первомайский приказ поставил перед Красной Армией, перед партией, перед всем народом великую, историческую задачу: «...добиться того, чтобы 1942 год стал годом окончательного разгрома немецко-фашистских войск и освобождения советской земли от гитлеровских мерзавцев!».

В первомайском приказе товарищ Сталин дал анализ десятимесячного опыта войны советского народа против немецко-фашистских захватчиков. Товарищ Сталин показал, какие серьезные изменения произошли за время войны как в положении Германии и ее армии, так и в положении нашей страны и Красной Армии. Фашистская Германия и ее армия стали слабее, чем 10 месяцев назад, в то время как наша армия и наша страна стали сильнее и организованнее, чем они были в начале войны.

Приказ товарища Сталина вызвал могучий подъем в Красной Армии и во всем советском народе. Задача разгрома врага уже в нынешнем



году вызывает воодушевление в каждом советском человеке и еще более усиливает его стремление бороться без страха и трудиться без усталости во имя победы.

Приказ товарища Сталина вызвал новую волну социалистического соревнования на заводах и фабриках, на железных дорогах и стройках, в колхозах и совхозах. В Первомайские дни на передовых предприятиях страны зародилась идея организации Всесоюзного социалистического соревнования работников различных отраслей промышленности. Основным, политическим лозунгом этого соревнования — всемерная помощь фронту.

Инициаторы соревнования — передовые металлурги, строители самолетов и танков, химики — взяли на себя конкретные обязательства.

Каков характер этих обязательств?

Во-первых, соревнующиеся обязуются не только безусловно выполнять государственный план, но и обязательно его перевыполнять.

Во-вторых, инициаторы соревнования обязались добиться дальнейшего повышения производительности труда и выполнения норм выработки всеми рабочими.

В-третьих, они обязались путем соблюдения жесточайшей экономии добиться сниже-

ния себестоимости металла, самолетов, танков, химических продуктов.

Обращения инициаторов соревнования вызвали могучий отклик в стране. Многие десятки и сотни предприятий объявили о своем вступлении в социалистическое соревнование и взяли на себя такие же конкретные обязательства.

Центральный Комитет ВКП(б) одобрил инициативу организации социалистического соревнования. В печати опубликованы условия соревнования. Для его победителей Государственным Комитетом Обороны учреждены переходящие красные знамена. ВЦСПС и народные комиссариаты будут подводить итоги соревнования и результаты публиковать в печати.

Соревнование металлургов, строителей танков и самолетов встретило живой отклик на фронте. Летчики — истребители и штурмовики — старший лейтенант Шумилов, лейтенант Голубин, лейтенант Шишковский, капитан Сериков, старшие лейтенанты Торев и Тужилков обратились через «Правду» с письмом к молодежи заводов №№ 18 и 26, в котором они приветствовали почин передовиков авиационной промышленности. Сталинские юбилеи написали рабочим о том, что они будут с гордостью и надеждой следить за Всесоюзным социалистическим соревнованием работников авиационной промышленности, от которых во многом зависит дальнейший рост вооруженных сил нашей роди-

ны. В танковых частях Южного фронта и других участках фронта состоялись митинги, на которых танкисты приветствовали соревнование танкостроителей и выразили надежду, что рабочий класс даст своей родной Красной Армии еще больше прозного оружия, необходимого для окончательного разрома немецко-фашистских захватчиков.

Весьма характерно, что начавшееся соревнование в черной металлургии, авиационной и танковой промышленности вызвало огромный интерес и среди работников других отраслей народного хозяйства. Работники промышленности вооружения, боеприпасов, станкостроения, железнодорожного транспорта, электропромышленности, среднего машиностроения, текстильной и пищевой промышленности заявляют о своем желании принять активное участие в соревновании за лучшее выполнение заказов для фронта. Можно с уверенностью сказать, что Всесоюзное соревнование работников черной металлургии, авиационной, танковой и химической промышленности будет началом всенародного соревнования за дальнейшее увеличение военного производства, за дальнейшее повышение производительности труда всей массы рабочих, за усиление помощи фронту.

Успех социалистического соревнования, как и успех всякого дела в нашей стране, зависит от

партийного руководства, от размаха и глубины партийно-политической работы. До последнего времени партийно-политическая работа вокруг соревнования была на многих предприятиях серьезно запущена. Для увеличения выпуска продукции надо использовать все возможности и пустить в ход все рычаги. Одним из таких важнейших рычагов является социалистическое соревнование. Первомайский приказ товарища Сталина есть основа для развития соревнования, основа, на которой должен быть поднят сейчас уровень всей партийно-политической работы.

Начало Всесоюзного социалистического соревнования выдвигает ряд серьезнейших задач перед каждой партийной организацией, начиная с самой маленькой партийной группы на участке и кончая горкомом и обкомом партии.

Наша промышленность перестроена на военный лад. Каждая отрасль производства имеет ответственные государственные задания, имеет большие и напряженные государственные планы. Соревнование является решающей силой для выполнения и перевыполнения этих планов. Партийно-политическая работа должна обеспечивать повсеместный успех соревнования и повсеместное выполнение взятых на себя коллективами социалистических обязательств.

Каковы же конкретные задачи, стоящие сейчас перед партийными организациями в области руководства социалистическим соревнованием?

Первая задача состоит в том, чтобы социалистическое соревнование было подлинно массовым. Крутейшим недостатком в руководстве соревнованием до сих пор является то, что заводские партийные, комсомольские и профсоюзные организации вовлекали в соревнование главным образом передовых рабочих, стахановцев и ударников. Кое-где за двухсотниками, трехсотниками, пятисотниками, тысячниками не видели средних, рядовых рабочих, забывая о том, что решают уровень производительности труда массы рядовых, средних рабочих.

Значение производственных рекордов, значение двухсотников, трехсотников, тысячников трудно переоценить. Это наши лучшие, передовые рабочие, рационализаторы, талантливые стахановцы, не только освоившие технику производства, но и обогащающие эту технику идвигающие ее вперед. Стахановцы-рационализаторы вскрывают опромные резервы нашей техники и показывают пример всем рабочим, чего можно добиться путем рационализации труда и производства. Движение двухсотников, трехсотников, тысячников мы обязаны развивать и впредь, но оно не должно затемнять, преуменьшать роли социалистического соревнования рядовых людей, которое может дать многое;

решают успех производства средние, рядовые люди.

Подтягивание производительности труда середняков на какие-нибудь 10% — это огромное дело, и за это надо вести повседневную агитацию. Задача в том и состоит, чтобы во Всесоюзном соревновании участвовала вся масса рабочих — не только передовики, а и средние, рядовые рабочие, не только средние и рядовые рабочие, а и рабочие отстающие, еще не выполняющие норм, недавно влившиеся в производство. Надо вовлечь в соревнование весь коллектив предприятия — от директора до чернорабочего, объяснив каждому его роль.]

У нас часто бывает так, что на общих собраниях коллективов принимаются социалистические обязательства завода в целом, фабрики в целом. Это правильно, но этого недостаточно. Для того, чтобы обеспечить успешное выполнение обязательств всего предприятия, партийные организации, и в первую очередь партийные группы, цеховые организации, должны добиться того, чтобы каждый участник соревнования имел и свое собственное, личное обязательство. В этом соревновании каждый должен найти свое место, все должны быть видны!

На некоторых предприятиях ранее старались оформлять лишь обязательства передовых стахановцев, эффектных большими цифрами и высо-

кими процентами. Этого недостаточно. Если рабочий или работница, недавно пришедшие на фабрику, сегодня еще не выполняют норму, но берут на себя обязательство и прилагают силы к тому, чтобы завтра норму выполнить, — это очень важное патриотическое дело. Если рабочий или работница сегодня выполняют норму, а теперь хотят дать обязательство перевыполнить норму на несколько процентов и встать в ряды ударников, то это — ценное патриотическое дело.

Вокруг соревнования должна постоянно вестись агитационно-пропагандистская работа. У нас на некоторых предприятиях агитационно-массовую работу по соревнованию нередко ограничивают лишь одними митингами и общими собраниями. Этого недостаточно. Надо каждой группе рабочих и работниц разъяснять значение социалистического соревнования в дни отечественной войны. Надо помочь каждому рабочему осмыслить значение его труда для достижения победы над врагом. Наша политическая работа должна возбуждать стремление в каждом рабочем увеличить производительность труда, догонять лучших, для того чтобы добиться общего подъема. Надо, чтобы наша агитационная работа не ограничивалась только разъяснением общих задач соревнования, но и конкретно разъясняла роль данного предприятия, цеха, участка, данной бригады, данного рабочего в достижении общего успеха.

В среднесортном цехе Кузнецкого комбината имени Сталина процесс вырубки частенько задерживал всю работу прокатного стана. Когда же в цехе собрали вырубщиков, рассказали, во что обходится стране их отставание, какого количества металла лишаются военные заводы из-за медлительности некоторых вырубщиков, товарищи начали работать по-иному. Каждый понял свою личную ответственность перед фронтом и обязался повысить производительность труда. Многие рабочие, которые прежде не выполняли нормы, стали их выполнять. Объем работы вырубщиков резко поднялся, и прокатчики благодаря этому сумели увеличить прокат металла. Это и есть настоящая политико-воспитательная работа, немедленно сказывающаяся на результатах производства.

Задача заводских партийных организаций состоит в том, чтобы руководить соревнованием изо дня в день. Прежде соревнование достигало особого подъема в предпраздничные дни, и некоторые партийные организации руководили соревнованием лишь от праздника к празднику. Перед праздником давались обязательства, и к празднику проверялось их исполнение. Такое руководство соревнованием нельзя считать удовлетворительным. Во время войны размах соревнования должен нарастать буквально изо дня в день. Всесоюзное соревнование — не кампания и не погоня за рекордом к празднику.



Это не порыв, это метод повседневной борьбы за усиление помощи фронту.

В прошлые годы по условиям соревнования итоги работы предприятий и цехов подводились и оглашались лишь один раз в квартал. Теперь итоги соревнования будут подводиться ежемесячно и ежемесячно же будут оглашаться имена победителей. Если в условиях целой отрасли промышленности результаты соревнования будут подсчитываться ежемесячно, то в условиях завода это можно и надо делать чаще, в бригаде результаты соревнования надо делать известными всем работающим в тот же день.

Владимир Ильич учил нас, что гласность и сравнимость результатов являются важнейшими условиями развития соревнования. Задача каждой организации — добиться того, чтобы гласность соревнования была регулярной, чтобы рабочие могли сравнивать свою работу, ибо такое сравнение вызывает у работающих желание догнать лучших, передовых, не отставать от них.

Большая роль в обеспечении гласности соревнования принадлежит нашей печати и особенно низовой — заводским многотиражкам, стенгазетам в цехах, «боевым листкам» в сменах, отделениях, на участках, в группах. Каждое достижение рабочего не должно оставаться бесследным, ибо оно подзадоривает его соседа и разжигает огонь подлинного соревнования. Печа-

ти не следует ограничиваться сообщением результатов соревнования, а показывать опыт соревнующихся. Печать должна стать трибуной социалистического соревнования.

В социалистическом соревновании коммунистам принадлежит авангардная роль. Они должны показывать личный пример высокой производительности труда, пример ударной, стахановской работы. Но одного перевыполнения норм от коммуниста теперь недостаточно. Ведь на наших заводах наравне с коммунистами сплошь и рядом достигают перевыполнения норм и беспартийные рабочие. Чем же в таком случае отличается коммунист от беспартийного рабочего? Чем может быть выражена авангардная роль коммуниста на производстве? Она может быть выражена тем, что коммунист не только сам перевыполняет нормы, но и является вожаком масс, ведет за собой беспартийных рабочих, является агитатором и организатором среди рабочих, помогает отстающим подниматься до уровня передовых.

Помощь отстающим является серьезной задачей в организации социалистического соревнования. За месяцы войны на работу в промышленность пришло значительное число новых рабочих, главным образом женщин и молодежи. Эти люди нуждаются в квалификации и в политическом

воспитании. Нельзя добиться общего успеха, если не обеспечить всех условий для быстрого втягивания в активную производственную жизнь новых рабочих и работниц. Социалистическое соревнование должно стать и будет школой социалистического отношения к труду новых кадров рабочих и работниц.

Каждый вступающий в соревнование будет стремиться к тому, чтобы с честью выполнить свое обязательство, чтобы не отставать от своих товарищей, чтобы не подвести свой коллектив. Опыт показывает, что участники соревнования особо остро реагируют на всякого рода недостатки в организации производства, которые мешают выполнять и перевыполнять производственные задания. В то же время опыт показывает, что участники соревнования стараются вскрыть новые возможности роста производительности труда, стараются рационализировать труд и производство, чтобы с честью выполнять свои социалистические обязательства. Задача партийных организаций состоит в том, чтобы обеспечивать быстрое выполнение ценных рационализаторских предложений и добиваться устранения всех недостатков, мешающих нормальной работе предприятия, цеха, участка, бригады.

Успех социалистического соревнования в огромной мере зависит от того, как оно будет возглавлено командирами производства—инженерами, техниками, начальниками

цехов, директорами предприятий. От командиров зависит создание всех объективных условий для того, чтобы соревнующиеся могли работать на полную силу, чтобы не было простоев, чтобы правильно планировалось производство, чтобы рабочие во-время снабжались материалами, инструментами, чертежами и всем необходимым для нормального производственного процесса. Партийные организации должны разъяснить инженерам, техникам, командирам производства их роль в соревновании, добиться того, чтобы командиры производства сами стали активными участниками этого соревнования.

Для успеха соревнования надо привести в движение все общественные организации на производстве. Проверка выполнения социалистических обязательств, передача опыта стахановцев и ударников рабочим, не выполняющим норм, созыв производственных совещаний, проверка выполнения решений этих совещаний должны стать непременной частью работы низовых профсоюзных организаций. Добиться того, чтобы вся молодежь участвовала в соревновании, помочь молодежи позаимствовать производственно-технический опыт у кадровых рабочих, всемерно развивать инициативу молодых рабочих и работниц, воспитывать у молодежи сознание долга перед родиной—обязанность каждой комсомольской организации.

Соревнование надо вести живо, применяя различные формы активизации соревнующихся. Больше инициативы в руководстве соревнованием! На передовых предприятиях в прежние годы накопился немалый опыт в этом отношении. Собрания рабочих по профессиям, доклады стахановцев для молодых рабочих, витрины передовиков соревнования, учреждение заводских переходящих знамен для передовых бригад, заимствование опыта передовых предприятий и многие другие формы и методы имеются в арсенале партийного опыта. Надо использовать все живое, применить разнообразные формы организации соревнования, избегая парадности и трескотни.

В социалистическое соревнование вовлекаются сотни предприятий. Надо обратить внимание не только на предприятия ведущие, крупные, но и на смежные производства, даже если они небольшие. Самолет строит не только авиационная промышленность. Почти все народное хозяйство в той или иной степени участвует в самолетостроении. Городские и областные парторганизации должны добиться активного участия смежников в соревновании.

Борьба идет за почетные красные знамена Государственного Комитета Обороны. Завоевание такого знамени является великой честью и делом славы для каждого соревнующегося коллектива. Завоевание такого знамени является честью для местной партийной организации. Городские и

областные комитеты партии, секретари партийных организаций, и особенно секретари по отраслям промышленности, должны еще глубже вникнуть в дела предприятий, стать еще ближе к их нуждам, оказывать еще большую помощь, всемерно содействуя в завоевании первенства в соревновании. Ценный опыт одного предприятия надо переносить на другое—соседнее или родственное предприятие. Если в одном месте соревнование организовано хорошо, надо, чтобы остальные быстро, не стесняясь, воспринимали этот ценный опыт и учились хорошему. Горкомы, обкомы и крайкомы партии должны постоянно учить низовые партийные организации, как надо руководить социалистическим соревнованием. Все состояние партийно-политической работы на предприятии будет измеряться тем, как предприятие выполняет взятые в соревновании социалистические обязательства и тем самым оказывает максимальную помощь фронту.

Социалистическое соревнование сыграло свою великую службу нашей родине в дни мирного социалистического строительства. Соревнование, трудовой подъем масс обеспечили успехи индустриализации нашей страны и успешное выполнение сталинских пятилеток. Соревнование должно обеспечить такое усиление помощи фронту.

такой рост производства оружия и боеприпасов, металла и топлива, самолетов и танков, снаряжения и продовольствия, какой необходим сейчас нашей Красной Армии для полной победы над врагом!

(«Партийное строительство» № 9 — 10, 1942 г.).

*М. КАЛИНИН*

## **НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПАРТИЙНО - МАССОВОЙ РАБОТЫ \***

Товарищи! Я не собираюсь делать вам инструктивный доклад, а коснусь лишь некоторых вопросов партийно-массовой работы.

Мы много слышим разговоров о партийно-массовой работе. Все о ней говорят, а если копнуть поглубже, то увидим, что достаточной ясности и определенности, конкретного понимания этого вопроса у многих нет. В сложнейших условиях современной войны, в особенности имея в виду, что тысячи новых работников выдвинулись к руководству партийными организациями на предприятиях и в учреждениях, стали пропагандистами и агитаторами, перед нами стоит задача умело использовать богатейший опыт нашей партии в постановке и проведении политической работы в массах.

---

\* Речь на совещании партийных работников предприятий г. Москвы 21 апреля 1942 года.



Что такое партийно-массовая работа? Что значит иметь связь с массами? А ведь именно это мы особенно и ценим в нашей политической работе.

Надо сказать, что связь-то с массами может быть самая разнообразная.

Ну, скажем, иметь широкий круг знакомства, ходить в гости друг к другу, и, будучи в гостях, можно, конечно, кое-что узнать из того, что делается на заводе, в среде рабочих, в учреждении. Это ведь тоже связь с людьми.

Панибратство в обращении с рабочими. Ходит, скажем, парторг или профорг по цехам, рабочих по плечу похлопывает, называет даже по именам. А в дело не вникает, на недостатках внимание рабочих не останавливает. О таком секретаре парткома или парторге можно иногда услышать: «Вот как близко к массам стоит человек, рабочего по плечу хлопает, Иваном Петровичем называет, свой парень».

Плестись в хвосте за массами — это тоже «связь» с массами. Тебе жалуются на то, на другое, а ты поддакиваешь, вместе плачешь в жилетку. Тебе поют, а ты подтягиваешь: «Да, света нет, холодно, действительно продуктов маловато». Случится какая-либо неполадка на предприятии или в учреждении, и ты ходишь и подпеваешь: «Ах, чорт побери, что за бюрократы, вот в какое безвыходное положение поставили!». А к тебе прислушиваются, и это кое-кому, пожалуй, может вначале и нравиться.

Но о такой ли связи с массами мы, большевики, думаем? Нет, конечно. Идти с массами туда, куда идут массы, увлекаемые иногда отсталыми элементами, — это меньшевистская линия. Наша большевистская линия — вести массы, не опекать, но вести вперед за сознательным авангардом.

А как вести массы?

Прежде чем ответить на это, я задам вам другой вопрос: кто может вести массы? К этому призваны коммунисты. Коммунистическая партия ведет массы и неплохо ведет. В доказательство этого можно привести бесконечное множество примеров. И первый пример — война. Несмотря на неудачи первых месяцев войны, вызванные главным образом внезапностью, неожиданностью нападения, можно смело сказать, что народ ни на минуту не поколебался в уверенности в своем правительстве, а, следовательно, и в партии. Это факт.

Здесь собрались партийные руководители. Хотите вы этого или не хотите, а на местах вы являетесь вожаками масс. Как же иначе, какой же это секретарь парткома, в лице которого народ не чувствовал бы политического руководителя! Секретарь парткома — это ответственнейшее лицо на предприятии, в учреждении, в районе.

Но что требуется от секретаря партийной организации, чтобы он имел действительное влия-

ние на массы, чтобы массы к нему прислушивались, чтобы они ему верили? Само собой разумеется, что партийный руководитель, пропагандист, агитатор должен быть человеком идейным, глубоко преданным коммунистической партии, должен хотя бы в общих чертах знать историю нашей партии и понимать задачи, которые наша партия ставит перед рабочим классом, народом. Партийный руководитель, пропагандист по уровню своего политического развития должен быть, во всяком случае, не ниже других: ему не мешает иметь и определенную общекультурную подготовку. Как же подходить партийному работнику к массам?

Первое. Как мне представляется на основании собственного многолетнего опыта, требуется, чтобы партийный руководитель не был гордецом, зазнайкой. Если вы в разговоре с рабочими или рядовыми партийцами хоть каким-нибудь жестом, интонацией голоса, незначительной, случайной, казалось бы, фразой дадите понять, что вы считаете себя умнее их, больше знаете, то вы пропали. Рабочий и вообще рядовой человек не любит людей, которые себя высоко ставят, и прислушиваться к ним не будет, а в подходящий момент и крепко им об этом напомним. Поэтому коммунисты прежде всего не должны быть гордецами, зазнайками и не должны забывать слов, сказанных товарищем Сталиным на совещании стахановцев в ноябре

1935 года: «Стало быть, мы, руководители партии и правительства, должны не только учить рабочих, но и учиться у них. Что вы, члены настоящего совещания, кое-чему поучились здесь, на совещании, у руководителей нашего правительства,—этого я не стану отрицать. Но нельзя отрицать и того, что и мы, руководители правительства, многому поучились у вас, у стахановцев, у членов настоящего совещания. Так вот, спасибо вам, товарищи, за учебу, большое спасибо!».

Итак, мы пришли к тому, что агитатор должен быть скромным; особенно этим качеством должен обладать партийный работник, имеющий, так сказать, партийно-административную власть, секретарь партийной организации. Если он хочет пользоваться любовью рабочих, он должен воспитать в себе качество скромности, не зазнаваться. Верно я говорю? (Голоса: «Правильно, правильно!»). Кто хочет быть руководителем, должен за собой следить.

Второе. Не годится, когда пропагандист, руководитель в общении с массами пропитан духом поучения. Вы, наверное, и сами замечали, что когда оратор только и знает, что говорит: нужно то-то да то-то, мы должны, да мы обязаны,—как-то неприятно даже становится и слушать такого оратора. Когда я пишу статью и по ходу мысли следует сказать, что «надо сделать», мне самому как-то претит это, и я ста-

раюсь заменить такую формулировку. Совсем другое дело, когда свою мысль, обращение, призыв ты выражаешь путем рассуждения, анализа, путем доказательства необходимости того или иного мероприятия. Можно ведь обратиться к аудитории, как бы советуясь с ней: «Как вы думаете, если так сделать», «Мне кажется, что так разрешить вопрос было бы лучше», «Я бы поступил в данном случае таким-то образом». Тогда это будет и воспринято иначе.

Мы говорим в данном случае о выступлениях на узких собраниях, на производственных совещаниях, при проведении бесед. Разумеется, на тысячных митингах форма выступлений будет иной: там каждая фраза должна быть короткой, строго очерчена, там трудно прибегать к форме собеседования. В вашей же повседневной работе чаще всего требуется вызвать на обсуждение, на разговор самих рабочих, и тут такая форма—«Как думаете, как вам кажется»—будет более приемлема. Весьма ценно раскатать людей, вызвать их на обмен мнениями, чтобы они высказывались. Тогда собрание пройдет оживленно, рабочие будут охотно говорить, и польза от такого собрания будет бесспорная. А то ведь иногда бывает, как раньше на молитве. Оратор сам по себе, аудитория сама по себе; отсидели положенное время—и разошлись.

Не бойтесь отступать от плана своего выступления или собеседования. Говорите о производ-

стве или о войне, а подвернулся другой вопрос, на который народ откликнулся, — ничего, мимо проходить не надо. Раз людей расшевелили и они откликнулись, то уж дальше все слушать будут и намеченные вопросы сумеете обсудить.

Самое же главное — никогда не увиливайте от постановки острых вопросов, к чему некоторые ораторы частенько прибегают. Ни в каком случае к этому не прибегайте, не уклоняйтесь от ответа, не смазывайте поставленных вопросов. Если не можете тут же ответить на тот или иной вопрос, прямо и скажите: «Вопрос интересный и важный, я бы на него с удовольствием ответил, но сейчас к нему не подготовлен, он мной не продуман, затрудняюсь, как на него ответить. Я выясню, посоветуюсь с товарищами и тогда вам отвечу. А может быть, из вас найдется кто-нибудь, кто может этот вопрос разъяснить?». Это будет совершенно другое дело. А у нас любят иногда обходить злободневные вопросы или разъяснять их так, что люди ничего не поймут и прямого, правдивого ответа не получают.

Партийному руководителю следует быть абсолютно честным в отношении других людей. Секретарь парторганизации — это партийное око. Не знаю, вполне ли вы это сознаете. Поэтому всякие личные симпатии и антипатии по отношению к людям должны быть отведены в сторону. Если есть люди, которым вы по тем или иным

причинам не совсем симпатизируете, то вы должны это так глубоко спрятать в себе, чтобы никто об этом и не догадался. Плохо будет, если заметят, что вы не беспристрастны в своих отношениях к людям.

Бывает ведь иногда так, что середнячок все помалкивает да держится в сторонке, но работает хорошо, а другой и неважно работает, но часто ходит в партком, фабзавком, в комсомольскую организацию, всегда на виду — и его выдвигают. Это не годится. Если секретарь парткома хочет иметь авторитет, он должен быть чист в глазах масс. Это не значит, что он не может иметь более близких, личных отношений с определенными людьми. Нет, конечно. Но в своих общественных отношениях он должен быть беспристрастен ко всем людям. Он должен поставить себя так: «Ты мой дружок, это очень хорошо, но если ты небрежно относишься к работе, погуливаешь, ув依ливаешь от производственных заданий, то я с тебя спрошу больше, чем с другого, и сильнее взгрею». Вот как должен подходить к людям секретарь партийной организации.

Во всем надо поступать так, чтобы люди, окружающие тебя, чувствовали твою искренность и честность. Лицемерие от масс никак не скроешь, и поэтому из всех сил избегайте этого. Массы не обманешь, и если люди заметят, что человек лицемерит, ему никогда больше не будут верить.

Вот если эти качества мы будем в себе воспитывать, то легче тогда будет и работать.

А теперь поставим вопрос, каким образом надо подходить к партийно-массовой работе, как проводить ее, как ставить перед массами те или иные вопросы. Все вопросы надо ставить по-партийному, подходить ко всему партийно.

Вот проводится подписка на заем. Ясно, что на месячный оклад в настоящее время все подпишутся. И я как агитатор прямо и сказал бы рабочим: «Теперь на заем в размере месячного заработка люди подпишутся даже и с невысокой зарплатой. Вы же знаете, какое положение переживает сейчас наше государство. У нас большая армия, огромные расходы, государству нужны деньги, их нужно откуда-то брать. Или идти на инфляцию или нужно помочь государству и дать деньги в виде займов. Только так можно вести войну, другого выхода нет». На это могут сказать: «Но нам-то жить тяжело». — «Потому и тяжело, потому и хлеб продается по карточкам, что война. А если бы было много хлеба, много тканей, одежды, обуви и прочих товаров, то мы не стали бы и заем проводить, а просто открыли бы магазины, наполнили бы их товарами — и деньги бы потекли. Потому заем и проводится, что нехватает денег, потребительских товаров, что производятся снаряды, вооружение, что товары идут на нужды армии, войны».

Товаров мало не только у нас, их нет и в дру-



гих странах, в особенности в фашистских или ограбленных немецкими фашистами странах. И вот тут-то и следует развить положение, что мы в этом меньше всего повинны, что на нас напали; следует разъяснить империалистическую сущность войны гитлеровской Германии. Можно прямо спросить рабочих: «Что же, вы хотите, чтобы нас побили?». Но я знаю, что вы боитесь даже произнести это слово. А я бы не один раз переспросил того, кто плохо подписывается: «Что же, ты хочешь, чтобы нас побили?». Тут одно из двух: или нас побьют или нужно пожаться. Возьмите пример с ленинградцев: какие они трудности переносят и как они героически держатся. Так надо ставить вопросы перед трудящимися, это будет партийная постановка.

На одном большом заводе, выступая перед рабочими, я прямо так и сказал, что государство от нас требует, чтобы мы поменьше потребляли и побольше производили; резко поставил вопрос и объяснил, что не потому мы этого хотим, чтобы рабочие, служащие у нас недоедали, а только потому, что товаров у нас сейчас меньше, нужды фронта большие, а враг нажимает. Не бойтесь резко ставить вопросы, лишь бы это было правильно, по-партийному.

Если на заводе знают, что вы не любите лицемерить, не увиливаете, не зазнаетесь, то ваши слова дойдут до сознания каждого. Иначе вам не поверят и скажут: «Знаем тебя, нам-то ты

советуешь, а сам думаешь другое и поступаешь не так, как говоришь». В лицо, может быть, этого и не скажут, но потихоньку, конечно, говорить станут.

В чем сейчас состоит задача партийной пропаганды и агитации? В том, чтобы массы на каждом шагу чувствовали, что у коммунистической партии нет своих каких-то особых интересов, что она отстаивает интересы пролетариата, всего народа в целом. И сейчас именно такой момент, когда преобладание интересов целого над частным обнаруживается удивительно ярко и наглядно, понятно всякому даже малограмотному человеку, даже ребенку понятно. Всякий сейчас сознает, что интересы народа превалируют над личными, групповыми.

Идет жестокая война, фашисты чинят неслыханные зверства. Надо сказать об этом и спросить каждого, что он думает, как он хочет участвовать в общем деле. «Вот что требует от тебя целое, что требует партия. Если мы разобьем врага, то у тебя все будет, а если не разобьем, то и ты погибнешь. Но разбить врага можно только при условии, если мы бросим на войну все свои силы, материальные и людские». Если так выступить перед любым собранием и честно изложить все это, то ручаюсь, что во всяком случае 99, если не все 100, выскажутся за необходимость пойти на любые жертвы, лишь бы разбить врага. Может быть, какой-нибудь

человечишка и будет против, враги еще имеются, но это будут единицы, отщепенцы, оставшиеся от старого мира. Мы должны научить людей беззаветной работе на пользу целого. В этом сейчас задача коммунистов.

Отмечается очень важное явление: что сейчас в партию идут больше, чем в мирное время, и на фронте вступают в члены партии больше, чем в тылу, в районах, более близких к фронту, — больше, чем в районах, отдаленных от него. (Г о л о с а: «Правильно!»). А почему это так? Потому что все чувствуют, что надо усилить партию. Все знают, что наша партия—руководитель, что только могучая, сильная партия может обеспечить народу победу. И когда красноармеец видит, что он будет участником тяжелого боя, он подает заявление о вступлении в партию, желая идти в бой коммунистом. Это великая сила нашей партии, советского государства. Массы хорошо знают, что у них один путь с партией.

В фашистской Германии имеются массовые организации. Гитлер опутал массы, придавил и принизил их, а мы массы развиваем, поднимаем их сознание.

Здесь говорили, что пропагандисты и агитаторы идут навстречу запросам отдельных рабочих и помогают им. Это неплохо. Должен сказать, что когда чем-нибудь можно помочь и помогают людям, то это хорошо, это хорошая черта в че-

ловеке. У женщин это лучше выходит, чем у мужчин. Но тут следует опять-таки разъяснить связь частных запросов с общими нашими задачами. Пришел человек за чем-нибудь, ему надо помочь и вместе с тем сказать: «Вот тебе партийная организация или профсоюз помогают, для тебя делают, но мы хотим, чтобы и ты, когда дело дойдет до тебя, не стоял в стороне, а вместе со всеми поднимал общее дело». Эту линию нужно выдержать и проводить во всей нашей массовой работе.

Говорили здесь о чтке газет, что она проходит скучновато. Надо признаться, что часто это бывает не читка, а какая-то опека над рабочими. Мне кажется, что не всегда удобно и полезно выдвигать постоянных читчиков. Если бы я был секретарем заводской партийной организации, то поступил бы так: пришел во время обеденного перерыва к рабочим и спросил бы, есть ли желающие послушать чтение газеты. Конечно, такие бы нашлись. Тогда я спросил бы: «А кто хочет почитать?». Читать газету могут у нас многие, и желающие безусловно найдутся. В эту группу рабочих я послал бы, однако, опытного, культурного рабочего, чтобы он затеял разговор и помог разъяснить прочитанное. Это будет и естественнее, и легче будет нащупать интересные рабочих вопросы. Конечно, человека надо посылать культурного, с тактом. Ручаюсь, что при таком методе собеседования читки бу-

дут проходить оживленнее и будут пользоваться успехом.

Лет 40 тому назад я сам был читчиком. В моем нелегальном кружке было человек 15. Если бы я только читал, то дело бы не пошло. Сама читка занимала тогда минут 15—20, а затем шло обсуждение. Спрашиваю: «Как, поняли то-то и то-то?»—«Нет, не поняли».—«Ну, давайте разберемся». И начинается собеседование; проходит час, полтора и больше. Пока я читал, слушатели не спали, поскольку знали, что после чтения начнется обсуждение. Так вот, товарищи, не так-то просто быть агитатором. А читка—это уже почти пропагандистская работа, и это дело нужно ставить умело, продуманно. Если беседчик-читчик не умеет заинтересовать слушателей, а слушатели знают, что он вами заранее подготовлен, ну какой тут может получиться обмен мнениями? Слушатели такие читки будут воспринимать, как школьные занятия, нечто вроде прежнего закона божьего.

В каждой газетной статье можно за что-нибудь зацепиться, чтобы свести разговор к общеполитическим вопросам. И я считаю, что лучше пусть читает кто-нибудь из самих рабочих и еще лучше—по очереди, а работники, которых вы выделите для участия в группах, пусть помогают вести беседу, разъясняют, что будет непонятно.

Слушая выступавших здесь товарищей, не чувствовалось, чтобы вы проявили инициативу

и выдвинули производственные вопросы. Может быть, вы стеснялись, это возможно.

Какие же производственные задачи стоят перед нами, кроме тех общих задач, которые вам хорошо известны? Я бы поставил, например, как одну из важных задач,—это сбор лома. Не по фабрикам и не по квартирам, а, скажем, сколько у нас по Московской области разбросано одних только осколков от снарядов. Почему не поставить перед московским комсомолом задачу—собрать этот лом? В области на полях и в лесах лежат разбитые самолеты и много другого металлического лома. Я считаю, что легко можно собрать не менее 10.000 тонн лома, это беря очень скромно. А это ведь даст большую пользу. Для этого необходимо, конечно, провести соответствующую агитацию, разъяснить ребятам, как нужен стране металл, ознакомить их с порядком сбора и сдачи лома. Собственно, вряд ли и агитировать много придется, и так все достаточно ясно, лишь сумеете организовать дело практически.

Хотелось бы мне остановиться и на вопросе об огородах. Из выступавших здесь товарищей ни один не коснулся этого вопроса, а ведь это большой вопрос. Агитатор должен не только агитировать за огороды, но и помочь организовать это дело, следить, чтобы на коллективные огороды зря людей не гоняли, чтобы каждый трудодень был полновесным, заполненным произ-

водительной работой. В этом деле партийным и профсоюзным работникам вместе с хозяйственниками надо провести большую организационную работу.

Меня очень удивило вот какое обстоятельство на нашем совещании. В газетах изо дня в день говорится о стахановском движении; здесь же собрались секретари партийных организаций, некоторые из них чуть ли не отчеты о своей работе дали, а о стахановском движении никто не упомянул, забыли. И, мне кажется, не случайно забыли о стахановском движении. Освещение в газетах стахановского движения бьет иногда не в ту сторону, куда следует. Рекламируются только тысячники, двухтысячники, а спрашивается: много ли у нас таких? Поэтому-то вы и не говорили о стахановском движении. У вас в стенгазетах по преимуществу тоже, вероятно, только о тысячниках говорится.

К этому вопросу можно подойти с двух сторон. Можно сказать и так: что же у вас на фабрике или на заводе директор, главный инженер и вся администрация ничего не понимают, что у них люди долгое время работали по такой норме, которую разумный честный человек мог перевыполнить на тысячу процентов? Видимо, до сих пор люди очень плохо работали или вовсе ничего не делали. Ведь если человек на заводе без введения всяких приспособлений и нововведений перевыполняет норму на тысячу процентов, то

директора и главного инженера такого предприятия нужно отдать под суд, потому что у них на предприятии расхищаются государственные средства. Я сам работал лет 25—27 токарем на заводе, да и вы все с заводов и понимаете, что такое тысячник.

Настоящим тысячником может быть только тот, кто ввел в процесс своей работы какое-либо усовершенствование, техническое улучшение. Ну, скажем, вы пришивали пуговицы руками, а потом стали пришивать машинным способом. Конечно, выработка должна во много раз увеличиться. Или в процесс работы введено какое-либо другое рационализаторское предложение, отчего выработка быстро поднимается. Стахановское движение и не мыслится без внесения рационализации в рабочий процесс. Но вот об этом-то и не говорят, этого и не показывают.

Говоря о тысячниках, нужно сказать, что такой-то человек на таком-то заводе внес разумное рационализаторское предложение, что и дало такой-то производственный эффект. Гораздо важнее рассказать, как пришли к такому-то результату, чем без конца повторять слово «тысячник». И надо, чтобы все на заводе следили за всяким нововведением и чтобы оно проникало в другие цехи. И если рационализатором оказался слесарь, станочник или рабочий другой профессии, то следует спросить: а как этому помогли заводские инженеры, конструкторы? Все это пока-



зывает, сколько у нас еще отсталости в постановке этого важнейшего дела по пропаганде рационализации, внедрению нововведений, развитию соревнования. Если бы так помещать статьи о тысячниках, то это было бы большой помощью делу рационализации.

Но в чем главная беда? Беда в том, что мы забываем среднего, рядового рабочего. Скажите: если бы все те рабочие, которые сейчас еще не выполняют норм, стали бы выполнять свои нормы, на сколько бы тогда увеличилось производство? Скажите, вы, опытные люди? (Голоса: «На 10 — 15 — 20%»). Вот видите. Так вот, если бы нам удалось увеличить производительность труда всех рабочих, именно всех рабочих, только на 10%, сколько бы это дало пользы, какой бы это был рост промышленного производства! Но этого добиться труднее, чем дать отдельные рекорды. Какое-нибудь небольшое изобретение сделать или рационализаторское предложение ввести — это очень важно, но это — не все и не самое трудное. Вот на токарном станке можно резать винтики вручную — сделаешь 20 штук, а на автомате 5000 можно сделать. Но это еще не решает дело.

Стахановское движение подразумевает улучшение методов работы, ее облегчение путем введения различных приспособлений. Это новаторство не может очень широко охватить людей, потому что тут многое зависит от отдельно-

го человека, от его индивидуальных способностей, изобретательности его мысли. Но его надо подталкивать и развивать, в особенности это должны делать цеховые инженеры и конструкторы, которым по обязанности это положено.

Стахановское движение, однако, не должно затемнять, преуменьшать роль социалистического соревнования рядовых людей, которое может дать многое; решают успех производства средние, рядовые люди. Вы же, товарищи, прямо скажу, к рядовым людям относитесь небрежно. Вы почаще вспоминайте о том, что подтягивание производительности труда середняков на какие-нибудь 10% — это огромное дело, и за это надо вести повседневную агитацию. К этому следует привлечь внимание инженеров, особенно инженеров-партийцев, которых у нас немало в таких больших городах, как Москва. В печати стахановское движение надо показывать таким, каким оно должно быть. Рационализаторские достижения следует пропагандировать и показывать, а главное — внедрять в производство, но ими не следует отгораживаться от важности задачи добиться достижений средних рабочих. Средняк-рабочий увеличивает производительность своей работы, не внося изменений в технический процесс, он увеличивает интенсивность, быстроту, ловкость в работе. Следовало бы собрать таких середняков-рабочих, особенно пожилых, старых производственников и хорошенько потолковать с ними об увеличении выработки

355604



изделий. Это сильно бы сказалось на общем балансе работы завода, и эффект был бы большой.

Усиленно советую вам обратить больше внимания на середняков, выдвигать их, показывать их работу в заводских стенгазетах. Рабочий в течение двух лет давал, скажем, только 80—90 % нормы, а во время войны стал давать 100—105 %. Его нужно выдвинуть, его работу показать. Почему? Да потому, что таких рабочих тысячи. И вы поднимете на шит растущего середняка, рядового рабочего, который вам регулярно дает перевыполнение на 3 — 5 %. О нем в газете статейку напишите, поместите его портрет. И тогда рядом с ним стоящий за станком рабочий подумает: «А что же я-то, хуже его, что ли? 3 — 5% лишних я и сам смогу дать, тогда и мой портрет будет фигурировать в газете».

Так поднимается массовое соревнование, потому что оно будет идти на возможной для всех основе. И это окажет действительно большую помощь производству. Часто это называют стахановским движением, а по существу это — настоящее социалистическое соревнование, ударничество, от которого никак нельзя отказываться, его надо уметь только использовать, и мне бы очень хотелось, чтобы вы его использовали и развили. На дело надо смотреть реалистически, шумиха нам не нужна, а нужна реальная польза, а это означает поднять среднюю норму выработки.

Здесь ставили вопрос относительно работы с новыми рабочими. Это очень важная и трудная работа. В чем тут трудность?

Прежде всего, когда новый рабочий — а сейчас на производство по преимуществу идут женщины — приходит впервые на предприятие, то его на первых порах ошарашивает, несколько даже пугает необычность заводской обстановки. И только проработав с полгода на заводе, он начинает его любить. Я это помню по себе. На заводе дисциплина, а у нас люди, в особенности молодежь, привыкли к вольнице. Надо помочь вновь прибывшим рабочим втянуться в производство, привыкнуть к заводской дисциплине и порядку, и, с другой стороны, нужно разъяснить, чтобы люди поняли, что хотя на первых порах и тяжело, но потом слюбится и от завода человека не оторвать. Надо все сделать для того, чтобы новые люди на заводе полюбили свою работу, побыстрее освоили свою профессию и подняли квалификацию. Поэтому производственно-техническая помощь новым рабочим и внимание партийных и профсоюзных организаций к вопросу привлечения, втягивания новых рабочих в повседневную жизнь коллектива должны, мне кажется, стоять как важнейшие задачи. Очень важно знать людей, знать, какой контингент пришел на завод, и в соответствии с этим и ставить свою работу.

В нашем распоряжении имеется сейчас исклю-

чительно убедительный довод — война. Надо разъяснить пришедшей на заводы молодежи, что она пришла сюда не для игры, не для баловства, а пришла на самый боевой фронт, почти на такой же, как и военный. Это один из самых сильных наших доводов. С новыми контингентами рабочей молодежи на предприятиях придется поработать не только комсомолу, но и партийным организациям.

От новых рабочих кадров, от женщин, молодежи будет очень многое зависеть в современной трудной обстановке. Нужно новым рабочим привить дисциплину, сознание общепролетарских интересов. Проводить партийно-массовую работу среди них надо повседневно и умело, однако не следует действовать на них только наставлениями, а надо их самих заинтересовать и вовлечь в общественную работу.

Вот, собственно, и все, что я хотел вам сказать. Разрешите пожелать, чтобы наша беседа оказала хоть небольшую помощь в вашей работе. (Продолжительные аплодисменты).

Г. АЛЕКСАНДРОВ

## Великая сила большевистских идей\*

Наша большевистская партия — единственная, которая так высоко ставила и ставит вопросы политической агитационно-пропагандистской работы среди самых широких слоев трудящихся.

На это есть свои глубокие основания.

История общественной жизни не дала примеров такого влияния политической партии на десятки и сотни миллионов трудящихся, не дала примеров, когда политическая партия могла бы ставить столь всеобъемлющие задачи и успешно осуществлять их, как наша ленинско-сталинская партия. Великая сила нашей партии состоит в том, что она всей своей деятельностью, возвышенной, благородной целью своей борьбы привлекает под свои знамена десятки, сотни миллионов трудящихся. Тем самым партия большевиков, руководя деятельностью миллионов людей, направляет ход, течение общественной жизни.

---

\*) Сокращенная стенограмма лекции, прочитанной на Московских курсах пропагандистов.

ни по исторически необходимому для трудящихся пути. Такого влияния политической партии на ход общественной жизни история еще не знала. Нам важно постоянно иметь в виду, что именно с этой особенностью партии большевиков связана ее пропагандистская и агитационная работа в массах. Если наша большевистская партия существенным образом влияет на ход исторического развития современного общества, влияет на деятельность и судьбы миллионов людей, то ясна отсюда вся великая преобразующая роль идей большевистской партии, ее вождей — Ленина и Сталина — для жизни и борьбы народов. Понятно также, какое исключительное значение приобретает в этих условиях политическая, агитационно-пропагандистская работа партии в массах.

В истории нашей героической партии, в истории нашей революции были периоды, когда от агитационной, разъяснительной работы партии зависело ближайшее будущее социалистической революции. Так, когда весной 1917 года меньшевики и эсеры получили известное влияние среди населения, Ленин в своих выступлениях призвал всю партию усилить агитационно-политическую работу в массах, чтобы разбить это влияние, ибо путь, который предлагали меньшевики и эсеры, был гибельным для развития революции, гибельным для народа. Ленин писал в те дни: «Не является ли работа именно пропагандистов как раз в настоящий момент центральным пунктом для

высвобождения пролетарской линии из «массового» оборонческого и мелкобуржуазного угара?» (Ленин. «Письма о тактике». Соч., т. XX, стр. 108). Почти во всех работах Ленина этого периода имеются указания на то, что настоящая революционная практическая работа партии — это и есть пропагандистская, агитационная работа, ибо именно она — политическая агитация партии в массах — решала тогда вопрос о том, сколь быстро известные слои трудящихся освободятся от влияния меньшевиков и эсеров и развернут свои могучие силы для продолжения революции.

Великая сила идей и деятельности большевистской партии в том, что ее идеи, ее борьба всегда прогрессивны и вовлекают в революционное творчество огромное большинство народа. Сила большевистских идей в том и состоит, что они не остаются просто идеями, а через деятельность народных масс, трудящихся становятся реальной жизнью.

Наша ленинско-сталинская партия своей деятельностью меняет образ общественной жизни, своей непрестанной борьбой ускоряет прогрессивное развитие человеческого общества. Партия большевиков есть самая жизнедеятельная партия в мире. Весь смысл своей борьбы она видит в том, чтобы энергично действовать в интересах народа, постоянно изменять общественную жизнь, направлять ее по пути прогресса. В своей деятельности наша партия опирается на потребности



развития материальной жизни общества, никогда не отрываясь от практики, от достигнутого уровня общественной жизни.

Но партия большевиков не только самая целеустремленная, самая жизнедеятельная партия из всех политических организаций, когда-либо существовавших в истории. Она самым высоким образом оценила, подняла роль науки об обществе, роль передовых идей. Наша партия исходила из того, что новые, передовые идеи являются «серьезнейшей силой, облегчающей разрешение новых задач, поставленных развитием материальной жизни общества, облегчающей продвижение общества вперед» («История ВКП(б). Краткий курс», стр. 111). Партия большевиков в своей повседневной деятельности по руководству жизнью и борьбой народных масс «поднимает теорию на подобающую ей высоту и считает своей обязанностью использовать до дна ее мобилизующую, организующую и преобразующую силу» (там же, стр. 112).

Придавая такое значение знанию, науке об обществе, теории и считая, что только соединение деятельности миллионов людей с передовой теорией может принести реальные результаты, партия Ленина—Сталина организует широкую агитационно-пропагандистскую, политическую работу в массах на всех стадиях развития нашей революции, в любых условиях жизни Советской страны.

В нашей агитационно-пропагандистской работе

мы должны учитывать также еще одно обстоятельство. Наша партия руководит жизнью и борьбой почти двухсот миллионов рабочих, крестьян, интеллигенции. Мы должны постоянно иметь в виду то обстоятельство, что на политическую партию, которая руководит жизнью и деятельностью сотен миллионов трудящихся, ложится великая историческая ответственность за каждый шаг ее деятельности. Более того. Каждый шаг деятельности политической партии, которая руководит борьбой сотен миллионов тружеников, неизменно становится деятельностью всего народа. И в зависимости от того, насколько исторически правилен каждый шаг деятельности политической партии, за которой идут сотни миллионов людей, в зависимости от этого в значительной мере находятся судьбы ближайшего исторического развития общества. Отсюда вполне понятно великое значение науки об обществе для нашей партии, а также значение агитационно-пропагандистской работы партийных организаций, политического воспитания советского народа.

Все пропагандистские работники нашей партии должны ни на минуту не забывать указаний товарища Сталина, данных им на XVIII съезде ВКП(б), должны, неуклонно руководствоваться этими указаниями. «Нужно признать, как аксиому, — говорил в своем докладе на XVIII съезде партии товарищ Сталин, — что чем выше политический уровень и марксистско-ленинская сознательность работников любой отрасли государ-

ственной и партийной работы, тем выше и плодотворнее сама работа, тем эффективнее результаты работы, и наоборот,—чем ниже политический уровень и марксистско-ленинская сознательность работников, тем вероятнее срывы и провалы в работе, тем вероятнее измельчание и вырождение самих работников в деляг-крохоборов, тем вероятнее их перерождение. Можно с уверенностью сказать, что, если бы мы сумели подготовить идеологически наши кадры всех отраслей работы и закалить их политически в такой мере, чтобы они могли свободно ориентироваться во внутренней и международной обстановке, если бы мы сумели сделать их вполне зрелыми марксистами-ленинцами, способными решать без серьезных ошибок вопросы руководства страной, —то мы имели бы все основания считать девять десятых всех наших вопросов уже разрешенными. А решить эту задачу мы безусловно можем, ибо у нас есть все средства и возможности, необходимые для того, чтобы разрешить ее».

Некоторые наши местные партийные организации в последнее время забросили политическую работу с населением. Руководители таких организаций рассуждают при этом: наша партия завоевала безграничное доверие советского народа, наш народ идет за партией, любит ее, доверяет ей, поэтому-де теперь, когда народ за нас, когда он во всем поддерживает начинания партий и борется активно за ее идеи, политическую работу в массах не обязательно вести изо дня в

день, ее можно ослабить. Нет нужды говорить, насколько это большой и вредный предрассудок. Такого рода точка зрения всегда была чужда нашей партии. Конечно, верно то, что советский народ, как никогда, объединился, сплотился вокруг партии Ленина—Сталина, полностью доверяет ей, идет за ней. Об этом прекрасно говорит великий подъем патриотизма нашего народа в борьбе с немецко-фашистскими захватчиками. Однако это не уменьшает, а увеличивает ответственность и обязанности большевиков как руководителей масс, не уменьшает, а увеличивает необходимость систематической, постоянной политической работы с массами. Еще большее значение политическая работа в массах приобрела в условиях отечественной войны советского народа против немецких оккупантов.



В 1902 году В. И. Ленин составил письмо «Северному Союзу», содержащее критику программы «Северного Союза РСДРП». С большим вниманием Ленин рассмотрел 8-й параграф программы этого Союза, посвященный пропагандистской работе. Ленин писал: «Пропаганда имеет не только это значение, не только «подготовка агитаторов» (как то было сформулировано в программе Северного Союза. — Г. А.), а и распространение сознания вообще. Программа чересчур перегибает лук в другую сторону. Если нужно было высказаться против пропаганды, че-

ресчур отрывае<sup>мой</sup> кем-либо от задач агитации, то лучше бы сказать: «при пропаганде следует особенно не упускать из виду задачи выработки агитаторов» или в этом роде. Но нельзя сводить всю пропаганду к выработке «опытных и умелых агитаторов» (Ленин. Соч., т. V, стр. 128).

Рассматривая дальше этот вопрос, Ленин отмечал две задачи: (выработка политического, революционного сознания у всего народа и подготовка агитаторов, т. е. работа с кадрами, — как две стороны единой пропагандистской работы партии. Этот вопрос, выдвинутый Лениным еще в начале деятельности нашей партии, является важнейшим и сегодня.

Незачем говорить о том, какое пагубное значение имеет забвение той или иной пропагандистской работы из указанных Лениным в письме «Северному Союзу». Забвение работы с кадрами, в частности с агитаторами, сразу же сузит, снизит всю политическую работу партии с народом; забвение политической работы среди населения неизбежно отразится на успешности претворения в жизнь лозунгов и задач нашей партии.

Вот почему вожди нашей партии Ленин и Сталин учат постоянно помнить об этом и строить так нашу агитационно-пропагандистскую работу, чтобы ни одна важная ее область не оставалась втуне.

Смысл всей пропаганды и агитации нашей большевистской партии состоит в разъясне-

нии трудящимся всех основных, коренных, а также текущих вопросов общественной жизни и мобилизации трудящихся на выполнение тех задач, которые встают перед рабочими, крестьянами, интеллигенцией в ходе борьбы за победу идей передового человечества над темными силами реакции. Большевицкая пропаганда и агитация являются одним из самых могущественных способов разъяснения широким слоям трудящихся истинных задач советской власти, ленинско-сталинской партии и вовлечения трудящихся в активную борьбу за торжество социализма. По этому основному своему содержанию пропагандистская и агитационная работа нашей партии совпадает друг с другом. Пропаганда и агитация большевистской партии преследуют одну и ту же цель: воспитание советского народа в ленинско-сталинском духе, такое воспитание трудящихся, которое делает всех трудящихся способными на созидание новой жизни и отстаивание ее от всех врагов нашей родины.

Чем же тогда отличается пропаганда от агитации?

Ленин писал об этом: «...пропагандист, если он берет, например, тот же вопрос о безработице, должен разъяснить капиталистическую природу

кризисов, показать причину их неизбежности в современном обществе, обрисовать необходимость его преобразования в социалистическое общество и т. д. Одним словом, он должен дать «много идей», настолько много, что сразу все эти идеи, во всей их совокупности, будут усваиваться лишь немногими (сравнительно) лицами. Агитатор же, говоря о том же вопросе, возьмет самый известный всем его слушателям и самый выдающийся пример, — скажем, смерть от голодания безработной семьи, усиление нищенства и т. п., — и направит все свои усилия на то, чтобы, пользуясь этим, всем и каждому знакомым фактом, дать «массе» одну идею: идею о бессмысленности противоречия между ростом богатства и ростом нищеты, постарается возбудить в массе недовольство и возмущение этой вопиющей несправедливостью, предоставляя полное объяснение этого противоречия пропагандисту. Пропагандист действует поэтому главным образом печатным, агитатор — живым словом» (Ленин. Соч., т. IV, стр. 412).

Таково классическое ленинское определение пропагандистской и агитационной работы большевистской партии.

Когда мы говорим о пропагандистской и агитационной работе нашей большевистской партии, следует всегда иметь в виду те ленинско-сталинские принципы нашей работы, которые каждый большевик обязан постоянно соблюдать — в какой бы форме, перед какой бы аудиторией, при

каких бы обстоятельствах он ни выступал. Речь идет о том, что политическая агитация и пропаганда нашей партии всегда исторически правдива, лозунги нашей партии, а также аргументация, которой пользуются наши пропагандисты и агитаторы, должны быть кристально ясны для всего народа, пропаганда наша должна быть действенной, идейной и практически целеустремленной, боевой, результативной. Вот требования, которые наши великие учителя Ленин и Сталин предъявляют к работе любого пропагандиста, любого агитатора нашей партии.

В основе требования Ленина об исторической правдивости политических выступлений большевиков лежит глубокое основание. Состоит оно в том, что чем точнее, правдивее слово большевика, которое он несет народу, тем большее воздействие оно имеет, тем большая народная сила выступает на нашей стороне. Нужно никогда не забывать в нашей практической повседневной агитационно-пропагандистской работе известного ленинского положения о том, что историческая правда всегда, в любой обстановке, в том числе правда о трудностях военного времени, переживаемых страной, на стороне подлинно революционной и прогрессивной партии — нашей партии. Настоящая правда, высказанная, обнародованная другой политической партией, почти наверняка погубит ее; правда, обнародованная большевистской партией, — это великая наша сила. На



IX съезде партии Ленин отмечал, что если «...наши противники говорили и признавали, что мы сделали чудеса в развитии агитации и пропаганды, то это надо понимать не внешним образом, что у нас было много агитаторов и было истратчено много бумаги, а это надо понимать внутренним образом, что та правда, которая была в этой агитации, пробивалась в головы всех. И от этой правды отклониться нельзя» (Ленин. Соч., т. XXV, стр. 105).

Приведем один пример.

В докладе о XXIV годовщине Великой Октябрьской социалистической революции товарищ Сталин заявил о том, что советский народ, Красная Армия имеют две основных цели в борьбе против гитлеровских захватчиков: освободить наши территории и наши народы от немецко-фашистского ига, помочь поработленным народам Европы в их освободительной борьбе против гитлеровской тирании и потом предоставить им вполне свободно устроиться на своей земле так, как они хотят.

Каждое слово этого заявления ясно, правдиво, определенно. Каждое такое слово привлекало и привлекает под знамена борцов против гитлеризма новые сотни тысяч и миллионы воинов.

Совсем иначе обстоит дело у гитлеровцев. Уже в первые дни вероломного нападения на СССР немецко-фашистские мерзавцы опутали темной пеленой беспросветной лжи свое новое преступление — войну против СССР. Чего-чего

не было придумано гитлеровцами в объяснение этой авантюры! Здесь была вытащена на белый свет и старая басня об угрозе Европе со стороны большевиков, и дурацкие бредни о «жизненном пространстве» немцев на Востоке, о якобы стремлении большевиков уничтожить всех немцев, и реакционная болтовня о превосходстве «арийской расы» над славянскими народами и т. п.

Товарищ Сталин в своем приказе ко дню Красной Армии разоблачил болтовню иностранной печати о том, будто бы Красная Армия ставит цель уничтожить всех немцев.

Зачем, спрашивается, гитлеровцам потребовалась эта ложь?

В последнее время немецко-фашистские газеты, главари гитлеровской шайки часто выступают с заявлениями о том, что якобы в случае поражения гитлеровской армии Германия и германский народ будут уничтожены. Так, например, 15 января 1942 года Геббельс в своем выступлении в Гамбурге заявил: «То, что хотела и планировала Москва, об этом могут свидетельствовать германские солдаты. Они собственными глазами увидели, насколько уже созрели большевистские приготовления для беспощадного уничтожения Германской империи и вместе с тем всей Европы. Если мы проиграем эту войну, то все будет проиграно, в том числе даже жизнь нашей нации в общем и целом». В этом же духе выступают и другие гитлеровцы.

Небезызвестный вор и бандит глава «трудового фронта» Лей 10 февраля 1942 года на собрании в Познани объявил: «Если враг победит, нас ждет конец. Наше поражение равносильно прекращению германской истории. Мы должны понимать всю серьезность этого вопроса». Совсем недавно Геббельс выступил со статьей в своей газете «Дас рейх» и заявил следующее: «Проиграв войну, мы потеряем все, даже больше — нашу национальную жизнь вообще. К этому стремятся наши противники. Один говорит об уничтожении нашей страны и экономической свободы, другой — о разделе нашего государства, третий — о контроле над рождением детей, о снижении численности населения до 10 млн., четвертый — о стерилизации всех мужчин моложе 60 лет. В одном пункте они все сходятся, а именно: если Германию удастся победить, тогда ее нужно уничтожить, стереть с лица земли».

Таковы ныне выступления гитлеровцев и их прессы.

В этих выступлениях ясно видна растерянность, охватившая гитлеровцев в связи с поражениями немецкой армии на советско-германском фронте. Боясь за свою шкуру, чувствуя наступление времени расплаты за свои злодеяния, Гитлер и его разбойничья свора пытаются связать судьбу всего немецкого народа со своей собственной судьбой. Презренные фашистские выродки, запугивая немецкий народ, стремятся вы-

жать из населения Германии всё, что ещё возможно из него выжать, для продолжения войны. Стоило бы гитлеровцам заявить правду о том, что войну против СССР они ведут в своих личных преступных целях обогащения за счет народа, что Гитлер хочет истребить не только славянские народы, но и немецкий народ, что Советский Союз никаких агрессивных целей в отношении Германии не имел, что в войне против советского народа немцы уже навсегда потеряли большую часть взрослого мужского молодого населения и т. д., — стоило бы гитлеровцам во всеуслышание заявить об этом, чтобы их влияние среди немцев исчезло. Правда — смерть для Гитлера и его своры.

Из приведенных фактов нетрудно убедиться, что гитлеровская партия организованно распространяет чудовищную ложь через все средства воздействия на население, имеющиеся в распоряжении у преступной кровавой банды, правящей ныне Германией. Реакционная партия в силу логики своей собственной борьбы и самой истории не может существовать без лжи, демагогии, обмана. Но, когда ложь рассеивается, влияние реакционной партии улетучивается.

Политическая партия, разъяснительная работа которой правдива, постоянно крепит свои связи с массами. Подлинная правда не может

никогда рассеяться, потерять свое значение. Она лишь укрепляется в сознании народа. А вместе с этим укрепляется и влияние нашей большевистской партии, несущей правду в своей пропагандистской и агитационной работе.

Современная общественная жизнь дает на этот счет достаточное количество примеров.



На одном из совещаний по работе в деревне Ленин говорил: «Раз война оказалась неизбежной—все для войны, и малейшая распущенность и недостаток энергии должны быть караемы по закону военного времени. Война есть война, и никто в тылу или на каких-нибудь мирных занятиях не смеет уклониться от этой обязанности».

В условиях войны вся наша работа должна быть подчинена проведению в жизнь лозунга: «Все для войны, все для победы».

Подчеркивая задачи агитаторов, пропагандистов, Владимир Ильич в своем выступлении в июне 1920 г. отмечал: «...лозунг: «все для войны» должен быть на каждом совещании, заседании, в каждой коллегии; первым основным пунктом порядка дня должно быть: все ли мы сделали, все ли жертвы мы принесли для того, чтобы войну окончить. Это вопрос спасения жизни десятка тысяч лучших товарищей, которые погибают на фронте в первых рядах». В каждом

выступлении Ленин и Сталин обращают внимание на то, что в условиях войны необходимо все подчинить интересам фронта, все мобилизовать для успешной борьбы с врагом.

Было бы грубым нарушением ленинских идей останавливаться в нашей работе в самом начале пути — на общих положениях о необходимости все подчинить фронту. Ленин требовал практически, на деле реализовать это требование военного времени. В ряде наших передовых партийных организаций есть многочисленные примеры того, как лозунг партии «Все для фронта, все для победы» практически ставится нашими агитаторами и пропагандистами. И такая постановка работы незамедлительно приносит свои плоды, свои результаты.

Московский комитет партии организовал выступление колхозников и колхозниц из освобожденных от немецких оккупантов районов Московской области в колхозах, не испытывавших нашествия гитлеровцев. Простые взволнованные рассказы колхозников о немецких зверствах и грабежах еще более поднимали народную ярость, гнев против врага. После таких собраний рабочие, крестьяне, люди умственного труда не только яснее, ярче представляют себе своего лютого, коварного врага, еще сильнее проникаются неугасимой ненавистью к нему; такие беседы обычно заканчивались делом: трудящиеся брали обязательства удвоить выработку продукции, повысить производительность труда.

Мы должны так построить нашу агитационную и пропагандистскую работу, чтобы она приносила максимум реальных результатов.

Это тем более мы обязаны постоянно помнить, что в нашей агитации и пропаганде некоторые работники часто отвлекаются от практических задач, стоящих ныне перед страной.

Пропагандисты и агитаторы нередко организуют свою работу без необходимой связи с той работой, которую проводят другие, в том числе хозяйственные работники. Отсюда складывается такой порядок, что в отдельных организациях агитационная и производственная работа — это две параллельных деятельности, взаимно не связанные друг с другом. В таких организациях план агитационной работы расходится с жизнью. Понятно, что такая агитация осязаемых, реальных результатов не может дать. Это серьезнейший недостаток пропагандистской и агитационной работы отдельных партийных организаций. Он был нетерпим в условиях мирного времени. Он стал абсолютно недопустим в условиях Великой отечественной войны против гитлеровской Германии.

Таким образом, агитационная и пропагандистская работа должна строиться так, чтобы изо дня в день, систематически разъяснять трудящимся великие задачи, стоящие теперь перед страной, раскрывать пути борьбы за удвоение производ-

ства в промышленности, за высокий урожай 1942 года, за хорошую работу транспорта и т. д.

В ближайшее время вся агитационно-пропагандистская работа на селе должна быть подчинена делу мобилизации всех колхозников и колхозниц, всего населения советской деревни на успешное проведение весеннего сева 1942 года. Нужно показать трудящимся Советского Союза огромное значение весенних полевых работ для быстрейшего разгрома и уничтожения немецко-фашистских захватчиков.

Вместе с тем сложная обстановка, в которой ведет борьбу советский народ с заклятым нашим врагом, требует от наших кадров умения быстро и правильно ориентироваться в ходе борьбы, во внутренней и внешней обстановке, умения ясно видеть путь, ведущий к победе. Это означает, что работа наших кадров по овладению марксистско-ленинской теорией должна неустанно продолжаться.

Большое значение для правильного, марксистско-ленинского понимания современной обстановки имеет изучение «Краткого курса истории ВКП(б)», усвоение исторического опыта большевистской партии. Изучение «Краткого курса истории ВКП(б)» дает ясное представление о том, как партия большевиков создавала те усло-



вия, которые приносят теперь советскому народу успехи в борьбе с немецко-фашистскими захватчиками. История большевистской партии показывает, как партия боролась за создание крупной социалистической промышленности и колхозного сельского хозяйства, за укрепление союза рабочих, крестьян и интеллигенции, дружбы и братского сотрудничества народов СССР, за развитие культуры и науки в нашей стране. Из истории ленинско-сталинской партии видно, что наша партия ясно видела все возрастающую угрозу военного нападения врагов на Советский Союз. Товарищ Сталин призывал партию и советский народ быть постоянно в состоянии мобилизационной готовности перед лицом опасности военного нападения. Призыв вождя нашел свое воплощение в укреплении военной мощи Советского государства.

Дни, которые мы сейчас переживаем, по противоречивости всей нынешней мировой обстановки, по многосторонности взаимоотношений государств, народов и партий являются наиболее сложными в развитии общественной жизни последних столетий. Чтобы правильно разобраться в этой весьма сложной мировой обстановке, а также в ходе и перспективах борьбы, требуется правильное понимание развития общественной жизни за последние десятилетия, требуется глубокое знание законов развития общества. Марксист-ленинец должен уметь правильно ориентироваться в ходе мирового развития, уметь от-

крыть в развитии современных отношений определенную тенденцию, закономерное развитие, ясно видеть направление, по которому это развитие осуществляется. Для того чтобы достигнуть этого, нужно уметь в современных условиях руководствоваться наукой об обществе. А это—сложное дело, требующее больших знаний и труда. Если общие принципы общественной науки сложно конкретизировать применительно к исторической обстановке мирного времени, то неизмеримо сложнее осуществлять это в условиях военного времени, да еще к тому же в условиях такой мировой войны, масштабов которой никогда не знал мир.

Обстановка стала сложнее, и намного сложнее стало ориентироваться в этой обстановке. Вместе с тем участник борьбы против гитлеризма обязан хорошо разбираться в этой обстановке, иначе он не сможет активно и сознательно содействовать достижению победы над врагом. Ясно поэтому, насколько важно ныне кадрам нашей партии и государства продолжать углубленную работу по изучению ленинско-сталинской науки об обществе, сталинской характеристики развития общественных отношений в наши дни.

★ ★ ★

Центральный Комитет партии, товарищ Сталин за истекшие месяцы войны против гитлеровской Германии дали ярчайшие образцы применения и

развития марксистско-ленинской науки об обществе.

Прошедшие девять месяцев отечественной войны показали, с какой точностью осуществляются те прогнозы, какие давала и дает наша партия. Достаточно вдуматься в замечательные выступления товарища Сталина за период отечественной войны—выступление по радио 3 июля, два выступления в Октябрьские дни, приказ товарища Сталина к XXIV годовщине Красной Армии,—чтобы убедиться, что в этих документах дан не только глубочайший анализ современного положения на фронте, внутри страны и мировой обстановки, но также вскрыты и те тенденции, которые в ходе борьбы должны пробить себе дорогу сквозь все невероятные трудности, зигзаги и изломы нынешнего сложного развития общественной жизни. В истории всегда было легче осмысливать закономерный ход развития общественной жизни того периода, который уже остался далеко позади. Там становятся ясными все основные взаимоотношения и результаты борьбы классов, армий и государств. Раскрыть же характер и грядущее развитие общественных отношений в то время, когда эти отношения только складываются, видеть ясно результат борьбы до того, как этот результат осуществлен, притом в сложнейших условиях, которых еще не знала мировая история,—это можно было осуществить, только действительно творчески развивая и применяя марксизм-ленинизм. Выступ.

ления товарища Сталина, ярким лучом осветившие все своеобразие и всю сложность нынешних отношений государств и хода советско-германской войны, являются великим образцом дальнейшего творческого развития ленинизма в новых условиях—в условиях борьбы советского народа против гитлеровской Германии, за освобождение народов Европы от чужеземного фашистского рабства. Каждое из выдвинутых товарищем Сталиным положений в последующем развитии военных действий на советско-германском фронте, а также в развитии международных отношений находило свое осуществление или находится в стадии реализации. Товарищ Сталин говорил, например, о временном характере некоторых преимуществ гитлеровской Германии, сложившихся в начале войны; прошло несколько месяцев—и временные преимущества гитлеровцев перестали существовать. Товарищ Сталин говорил о том, что недалеко время, когда наступит серьезное разложение германской армии; прошло после этого несколько месяцев—и гитлеровская армия оказалась перед катастрофой. Товарищ Сталин говорил, что в ходе войны к Советскому Союзу будут присоединяться все новые и новые государства; прошло несколько месяцев—и антигитлеровская коалиция расширилась, увеличилось количество государств, борющихся против гитлеровской Германии. Товарищ Сталин говорил, что недалеко время, когда наши пехотинцы, артиллеристы, летчики, танкисты станут грозой для

немецкой армии; прошло несколько месяцев — и наши бойцы действительно превратились в грозу для немецкой армии. Ход развития Великой отечественной войны и общественной жизни во время ее складывался именно так, как это предвидел товарищ Сталин. А это означает, что мировоззрение партии большевиков, при помощи которого можно было охватить всю современную обстановку, проникнуть в ее закономерность, тенденцию, раскрыть перспективу развития современной войны и мировых отношений, еще и еще раз подтвердило свою полную истинность, научность.

Мы должны постоянно иметь это в виду в нашей пропагандистской работе еще и потому, что — нечего греха таить — среди некоторых наших агитационно-пропагандистских работников в начале войны распространилась вредная точка зрения о том, что время для занятий ленинско-сталинской теорией теперь позади. На самом же деле товарищ Сталин показал нам, как в современной обстановке, применяя марксистско-ленинскую теорию, можно глубоко ориентироваться в ходе событий и предугадывать их развитие.

Следует сказать, что даже пресса союзных нам и нейтральных государств отмечала в процессе войны ту огромную силу предвидения, которая свойственна нашей партии.

Так, например, когда был издан приказ товарища Сталина к XXIV годовщине Красной

Армии, мировая пресса оживленно обсуждала этот важнейший документ. Редактор распространенной в Турции газеты «Журналь д'Ориан» Карасу писал в номере от 26 февраля: «Сталин обратился к армии с приказом, который, по существу, является политическим докладом о военном положении в России после испытаний первых месяцев и зимнего контрнаступления. Вот почему весь мир уделяет особенное внимание этому приказу, желая узнать, каково его содержание и что он предсказывает. Да это и понятно: человечество хочет знать свое будущее... Сталин завоевал доверие всего мира. Его знают как человека сильной воли, как реалиста. Испытания последних лет заставили многих обратиться к его выступлениям до начала войны. Сегодня эти выступления все считают пророческими». Другая газета писала о том, что «Сталин выступает редко, но зато в каждой своей речи он распутывает узлы тех проблем, которые к этому моменту бывают неясными».

Еще одно замечание.

Военную литературу нового времени в свое время облетела крылатая фраза прусского короля Фридриха II, который заявил однажды: «Если бы наши солдаты понимали, из-за чего мы воюем, то нельзя было бы вести ни одной войны». Ленин цитировал это крылатое выражение и противопоставил ему большевистское отношение к войне. «Мы же теперь, — пишет Ленин, после того, как он привел слова Фридриха II, — гото-

вы сказать, сравнивая свое положение с положением этого монарха: мы можем вести войну потому, что массы знают, за что воюют, и хотят воевать, несмотря на неслыханные тяготы...». (Ленин. Соч., т. XXIV, стр. 62).

Из этого ленинского противопоставления двух отношений к солдатам, к армиям следует огромной важности вывод: в нынешней войне наши враги руководствуются и не могут не руководствоваться старым положением прусского монарха. А это означает, что по мере того, как солдаты гитлеровской армии начнут понимать подлинные цели Гитлера в нынешней войне, сила нашего врага, сила немецко-фашистской разбойничьей армии будет непрестанно слабеть. И, наоборот, в ходе войны против гитлеровской Германии растет сила Красной Армии, ибо ее бойцы знают, за что воюют, защищают правое дело.

Чем яснее и ярче сознание нашего народа и армии, тем более у нас сил и возможностей для победы; проникновение же правды в армию нашего противника разъедает его ряды. В этом важный источник правильного понимания хода и исхода нынешней войны.

Война против гитлеровской Германии требовала мобилизации всех сил советского народа для организации нашей победы. На пропагандистских работников нашей партии возложена ответственная, благородная задача: правильно объяснять всему населению страны характер происходящей ныне борьбы; поднимать народную

ярость против наглого врага, посмевшего посягнуть на нашу честь и свободу, на нашу родину; мобилизовать неиссякаемые военные силы нашего героического народа на создание всего, что нужно для решительной победы.

Все силы советского народа должны быть подчинены единой боевой задаче — полному разгрому гитлеровской разбойничьей армии, полной победе над немецким фашизмом.

Нет возвышеннее и благороднее цели, чем работать, не покладая рук, над осуществлением этих задач!

---



А. МАХАНОВ

## **Устная пропаганда в дни отечественной войны\***

Наша большевистская партия, партия Ленина — Сталина, всегда придавала исключительное значение вопросам пропаганды марксизма-ленинизма.

Владимир Ильич Ленин — основатель большевизма — уже в своей книге «Задачи русских социал-демократов» писал, что «...социалистическая работа русских социал-демократов, — состоит в пропаганде учений научного социализма». В своей известной статье «С чего начать?» Ленин указывал на необходимость проведения систематической, принципиально выдержанной и всесторонней пропаганды и агитации.

Вопросы партийной пропаганды и агитации стояли в центре внимания и всех съездов и конференций нашей партии. Еще на II съезде партии принято было специальное решение о постановке партийной пропаганды, в котором указыва-

---

\* Сокращенная стенограмма лекции, прочитанной на Московских курсах пропагандистов.

лось на необходимость того, «чтобы местные комитеты обратили самое серьезное внимание на правильную постановку пропаганды, руководясь при этом прежде всего задачей выработки сознательных и активных агитаторов с определенным революционным мировоззрением».

На всех последующих съездах партии и партийных конференциях вопросы партийной пропаганды и агитации ставились как важные и жизненные вопросы работы партии.

На протяжении всей истории нашей партии Центральный Комитет партии, вожди и создатели ее — В. И. Ленин и И. В. Сталин — постоянно указывали на то, как надо вести партийную пропаганду и какое значение она имеет во всей системе партийной работы.

В 1921 году, например, в циркуляре местным партийным организациям ЦК партии указывал:

«Пропаганда и агитация являются одним из самых могущественных способов разъяснения широким слоям рабочего класса и трудового крестьянства истинных задач рабоче-крестьянского правительства и вовлечения этих слоев в борьбу за торжество Советской власти».

На XVIII съезде ВКП(б) товарищ Сталин подчеркивал, что партийная пропаганда и агитация является очень важной и очень ответственной областью партийной работы. Товарищ Сталин говорил тогда, что если «начинает почему-либо хромать наша партийная пропаганда, если начинает хиреть дело марксистско-ленинского воспитания

наших кадров, если ослабевает наша работа по повышению политического и теоретического уровня этих кадров, а сами кадры перестают в связи с этим интересоваться перспективой нашего движения вперед, перестают понимать правоту нашего дела и превращаются в бесперспективных делаяг, слепо и механически выполняющих указания сверху,—то должна обязательно захиреть вся наша государственная и партийная работа».

Вожди нашей партии — Ленин и Сталин — и ее Центральный Комитет учат нас, что дело пропаганды марксизма-ленинизма является кровным делом большевистской партии. Раскрывая все значение и жизненную необходимость пропагандистской работы партии, Ленин и Сталин одновременно показывают нам и классические образцы того, как нужно вести партийную пропаганду. Наши пропагандисты должны изучать опыт пропагандистской работы Ленина и Сталина и ему следовать.

Ленин пользовался горячей любовью передовых рабочих, с которыми он занимался в кружках. «Наши лекции, — вспоминал рабочий Бабусшкин о занятиях Ленина в рабочих кружках, — носили характер очень живой, интересный, мы все бывали очень довольны этими лекциями и постоянно восхищались умом нашего лектора». Характерной чертой Ленина как пропагандиста, указывала в своих «Воспоминаниях о Ленине» Н. К. Крупская, — была глубокая убежденность,

глубокое знание предмета. В. И. Ленин, как никто другой, умел связывать марксистско-ленинскую теорию с конкретной действительностью. Это делало сложные теоретические вопросы для слушателей понятными, доходчивыми. Характерной чертой В. И. Ленина как пропагандиста было умение превращать теорию в руководство к действию.

Владимир Ильич, разъясняя массам народа тот или иной сложный теоретический вопрос, делал это всегда с большой проникновенностью, глубиной и в то же время с предельной простотой.

«То, что говорил Ильич, — рассказывал рабочий Путиловского завода тов. Данилов, — захватывало и зажигало. Терялся страх, пропадала усталость. И казалось, что говорит не один Ильич, а говорят все 40 тысяч рабочих, сидя, стоя, держась навесу, изрекают свои заветные думы. Казалось, что все то, что было в рабочем, заговорило одним голосом Ильича. Все то, что думал каждый, переживая про себя, но не находил случая и слов полно и четко это товарищу изложить, — все это вдруг оформилось и заговорило».

Такой же проникновенностью и глубиной отличаются и выступления товарища Сталина.

«Выступления товарища Сталина, — как писал Георгий Нинуа, — походили на беседу. Он, бывало, не перейдет к новому вопросу, пока не убедится, что мы поняли его, усвоили его слова. Отвечая на вопросы товарища Сосо, мы приводили факты из своей рабочей жизни, рассказывали, что дела-

ется на заводах, как эксплуатируют нас администрация, подрядчики, мастера. Товарищ Сталин особенно оживлялся, когда затрагивалась эта тема. Он задавал рабочим много вопросов, а потом делал выводы. Эти выводы имели решающее, руководящее значение для революционного движения».

Свои объяснения товарищ Сталин связывал с конкретными фактами из жизни рабочих, и оттого его речи всегда были всем ясны и понятны.

★ ★ ★

Выход в свет в сентябре 1938 года «Краткого курса истории ВКП(б)» и постановление ЦК ВКП(б) о партийной пропаганде от 14 ноября 1938 года положили начало новому мощному размаху марксистско-ленинской пропаганды в нашей стране.

Партией были приняты и проведены специальные организационные мероприятия, обеспечивающие широкое развертывание пропагандистской работы.

По решению XVIII съезда ВКП(б) в марте 1939 года в целях улучшения партийного руководства пропагандой марксизма-ленинизма объединены были отделы пропаганды и агитации и отделы печати в единые отделы—было создано Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б), отделы пропаганды и агитации в крайкомах, обкомах, горкомах и райкомах ВКП(б). В обкомах, крайкомах и ЦК компартий союзных республик были введены специальные должности секретарей по

пропаганде. В составе Управления пропаганды и агитации ЦК ВКП(б), в отделах пропаганды и агитации ЦК компартий союзных республик, крайкомов, обкомов и горкомов ВКП(б) были созданы лекторские группы.

Партийные организации, реализуя постановление ЦК ВКП(б) о пропаганде от 14 ноября 1938 года, провели большую работу по расширению и поднятию качества пропаганды марксизма-ленинизма.

ЦК ВКП(б) в своем постановлении от 16 августа 1939 года «О постановке пропаганды марксизма-ленинизма в Белорусской ССР, Орловской и Курской областях» вскрыл практические ошибки парторганизаций в постановке пропаганды и дал четкие и ясные указания по их исправлению.

ЦК ВКП(б) указал тогда на то, что областные и районные партийные комитеты не организовали изучения «Краткого курса истории ВКП(б)» всеми руководящими кадрами.

Далее было отмечено, что многие секретари райкомов, секретари первичных партийных организаций, работники отделов пропаганды и агитации совершенно устранились от всякого руководства политическим самообразованием коммунистов, ослабили контроль и предоставили дело индивидуального политического самообразования самотеку. ЦК партии в своем постановлении указал, что учиться, овладевать марксистско-ленинской теорией есть обязанность коммунистов, что эта обязанность записана в уставе на-

шей партии. Партийные комитеты, партийные бюро, работники отделов пропаганды и агитации обязаны следить и контролировать, как коммунисты выполняют эту свою первейшую обязанность, и оказывать им необходимую помощь.

Как крупнейший недостаток пропагандистской работы, отмечалось в постановлении также и то, что лекции читались преимущественно по первым главам «Краткого курса истории ВКП(б)», а лекций по послеоктябрьскому периоду, имеющему важнейшее значение в истории большевистской партии, почти совсем не проводилось. Очень мало читалось популярных лекций, доступных для широких масс народа.

Постановление ЦК ВКП(б) от 16 августа 1939 года сыграло большую роль в улучшении дела пропаганды марксизма-ленинизма во всех партийных организациях.

★ ★ ★

За время войны советского народа против фашистской Германии пропагандистская работа в ряде партийных организаций значительно ослабла. Эти партийные организации не поняли, что в условиях отечественной войны пропагандистская работа не только не может быть свернута, но наоборот, должна получить еще больший размах.

Основной задачей пропагандистской работы в условиях отечественной войны является правильное, ленинско-сталинское разъяснение современной обстановки международного положения. Только в свете марксистско-ленинской теории

можно объяснить причины возникновения, ход и перспективы второй мировой войны. Без знания марксистско-ленинской теории, без овладения этой теорией нельзя понять современной обстановки. Разъяснение и изучение современных событий на основе марксистско-ленинской науки и является важнейшей задачей пропаганды в условиях Великой отечественной войны.

ЦК ВКП(б) в своем постановлении от 14 ноября указывал, что самостоятельная работа над «Кратким курсом истории ВКП(б)», над произведениями Маркса и Энгельса, Ленина и Сталина является основным методом овладения марксистско-ленинской теорией. До войны самостоятельная работа наших кадров приняла широкие размеры. В условиях военного времени самостоятельная работа попрежнему остается основным методом изучения марксизма-ленинизма. Чтобы глубже понять современную обстановку, надо вновь и вновь обращаться к трудам Маркса и Энгельса, Ленина и Сталина, к «Краткому курсу истории ВКП(б)». Наши кадры, несмотря на большую загруженность практической работой, обязаны еще больше, чем до войны, работать над повышением своего теоретического уровня. Партийные организации, контролируя самостоятельную работу коммунистов, должны оказывать им повседневную действенную помощь. Однако в вопросы контроля за политическим самообразованием условия военного времени внесли некоторые особенности. В условиях войны все партий-



ные, хозяйственные, советские, комсомольские и другие кадры советской интеллигенции должны быть агитаторами и пропагандистами среди широких масс. Но, чтобы стать пропагандистами и агитаторами, им надо прежде всего самим постоянно поднимать свой теоретический уровень, овладевать марксистско-ленинской теорией. Партийные организации, проверяя работу агитаторов и пропагандистов, обязаны одновременно контролировать и знать, как они работают над собой, какие вопросы изучают, какие при этом у них встречаются затруднения, и на основе всего этого оказывать соответствующую помощь путем организации лекций, групповых и индивидуальных консультаций.

В период войны, и особенно за последние месяцы, большой размах получила такая важная форма пропаганды марксизма-ленинизма, как лекционная система пропаганды. В ряде областей и районов количество прочитанных лекций увеличилось в несколько раз по сравнению с довоенным временем.

Тематика лекций сейчас значительно отличается от довоенной тематики. Сейчас преимущественно читаются лекции об отечественной войне, о текущем моменте, о международном положении, о фашизме и т. д. За последнее время начали проводиться лекции по истории нашей родины, о героическом прошлом нашего народа. В ряде мест возобновляется чтение лекций по вопросам истории партии, преимущественно по

послеоктябрьскому периоду. Изучение после-  
октябрьского периода истории партии дает воз-  
можность более глубоко осмыслить современные  
события, укрепляет уверенность в нашей победе  
над немецко-фашистскими захватчиками. При-  
мерные темы лекций, докладов и бесед на бли-  
жайшее время были опубликованы в журнале  
«Пропагандист» № 1.

Особое внимание сейчас в лекционной пропа-  
ганде необходимо обращать на качество читае-  
мых лекций. Только хорошо подготовленная,  
содержательная лекция может оказать серьез-  
ную помощь самостоятельно работающим над  
своим политическим самообразованием. Поэтому  
одной из первейших задач отделов пропаганды  
и агитации является организация контроля за  
качеством лекций. Надо установить такой поря-  
док, чтобы ни один лектор не допускался к чте-  
нию лекции без предварительной проверки сте-  
пени его подготовленности отделом пропаганды  
и агитации райкома или обкома партии.

В некоторых обкомах партии штатные лекторы  
выступают в течение месяца по тридцать и боль-  
ше раз. Такая загрузка лекторов не может не  
отразиться на качестве лекций. Лектор обязан к  
каждой лекции тщательно готовиться и при по-  
вторных лекциях обязательно должен обновлять  
материал к лекции. А бывают и такие случаи,  
когда, например, заведующий отделом пропаган-  
ды и агитации Никифоровского РК ВКП(б)  
Казахской ССР тов. Чирьев в июле месяце под-

готовил доклад о текущем моменте, а прочитал его в октябре месяце. Спрашивается: мог ли такой доклад удовлетворить слушателей? Конечно, нет.

Тщательный подбор лекторов и постоянный контроль за качеством лекций являются первейшей обязанностью отделов пропаганды и агитации обкомов, горкомов и райкомов ВКП(б). Однако в практике работы имеются и такие случаи, когда к чтению лекции допускаются неподготовленные лекторы. Такие лекторы вместо пользы приносят вред, так как они не могут правильно разъяснить вопросы и только запутывают слушателей, делая неверные выводы и обобщения.

Штатный пропагандист Ленинского райкома ВКП(б) г. Куйбышева тов. Иванова в лекции «Справедливые и несправедливые войны» заявила, что империализм делится на две эпохи: «Первая эпоха — от французской революции 1789 года до Парижской коммуны, а вторая эпоха — от Парижской коммуны до наших дней».

Ошибка тов. Ивановой здесь в том, что империализм, который сложился в конце XIX и начале XX столетия, не имеет такого деления на «две эпохи». Ленин, касаясь вопроса — в каких условиях допустима была в прошлом постановка лозунга «защиты отечества», говорил в этой связи о капитализме, о его прогрессивной эпохе (1789—1871 годы) и о последовавшей за этим эпохе созревшего и перзревшего капитализма — империализма (см. т. XIX, стр. 6).

До войны приходилось вести борьбу с так называемыми «дикиими», бродячими лекторами. Приезжает, бывало, такой «лектор» в какой-либо город, отрекомендуется лектором из Москвы или из Ленинграда, и его без проверки допускали к чтению лекций, а на лекции он наговорит всякой чепухи и уедет. Такие «лекторы» и в мирное время были совершенно нетерпимы. Тем более они нетерпимы в военное время. Между тем в последнее время вновь начинают появляться кое-где такие «лекторы». Так, например, недавно в Челябинске появился такой «лектор», и не один, а с антрепренером. Ходит этот антрепренер по организациям с предложением о том, что его патрон может прочесть лекцию о войне или на любую другую тему.

В Орджоникидзевском крае, в г. Ворошиловске, такой «лектор» по фамилии Гойх читал лекцию о международном положении. Говорил он цветисто, нарядно и пустозвонно. Вся лекция его была заполнена пустой и вредной болтовней.

Допускать подобных лекторов к чтению лекций — это значит наносить вред делу нашей пропаганды.

Парторганизации должны тщательно подбирать лекторов, устанавливать постоянный контроль за качеством лекций, не допускать к чтению лекций лекторов без предварительной их проверки.

До войны практиковалась организация открытых лекций с небольшой платой за посещение.

Сейчас количество платных лекций сократилось. Правда, в Москве и в ряде других городов организуются платные лекции; поступающие от устройства этих лекций средства идут в фонд обороны. Эту практику надо продолжать и впредь.

Центральный Комитет партии указывал на необходимость организации популярных лекций для менее подготовленных товарищей. Сейчас популярных лекций для широких слоев рабочих и колхозников организуется больше, чем до войны. Однако этого недостаточно. Чтобы шире развернуть массовую лекционную пропаганду и удовлетворить требования к ней со стороны широких масс населения, необходимо привлечь к лекторской работе наши руководящие кадры. В каждом районе нужно организовать группу лекторов и докладчиков из районного актива для выступления перед населением своего района. Секретари райкомов ВКП(б), работники отделов пропаганды и агитации, работники других отделов райкома, руководители советских, хозяйственных и других организаций должны войти в состав таких пропагандистских групп. В селах также найдутся люди, которые могут выступать с лекциями, — это сельская интеллигенция. Многие учителя могут делать хорошие доклады и читать лекции. Есть на селе и другие группы интеллигенции, которые могут быть неплохими лекторами. Необходимо только, чтобы райкомы ВКП(б) по существу,

глубоко занимались лекционной пропагандой у себя в районе, чтобы они организовали всех людей, умеющих читать лекции, помогали бы им овладевать материалом, консультировали, проверяли и контролировали их работу.

Надо поставить дело так, чтобы группы докладчиков и лекторов при райкомах ВКП(б) вели свою работу как постоянные лекторские группы. На таких лекторских группах надо обсуждать тезисы докладов и лекций, обсуждать проведенные лекции. Надо, чтобы лекторские группы были творчески работающими коллективами.

Во многих областях широко практикуются цикловые лекции. Такие лекции организуются по определенным темам, преимущественно для постоянного круга слушателей, рассчитаны они на 4—10 занятий. Цикловые лекции организуются по истории партии, главным образом по послеоктябрьскому периоду, по вопросам отечественной войны, о международном положении, о героическом прошлом нашего народа, о политической карте мира и по другим вопросам. Такие цикловые лекции можно организовывать всюду, где имеются соответствующие подготовленные лекторы.

В ряде областей, городов и даже в отдельных районах еще до войны организовывались воскресные и вечерние университеты марксизма-ленинизма. Цель этих университетов — дать систематический курс лекций по тому или иному вопросу теории марксизма-ленинизма. Универ-

ситеты марксизма-ленинизма, — по существу, постоянные лектории, организующие цикловые лекции сразу по ряду вопросов. Однако к организации таких университетов нужно подходить очень осторожно. Обязательным условием их организации является наличие подготовленных кадров преподавателей и постоянного состава слушателей, записавшихся на циклы лекций в строго добровольном порядке.

Очень большое значение в лекционной пропаганде имеют и организационные вопросы: подготовка помещения для лекции, объявление с указанием темы лекции, где и когда она будет проходить, с короткой аннотацией лекции и т. д. Все это не может проходить мимо отделов пропаганды и агитации.

Одной из форм пропагандистской работы являются семинары, которые за последнее время получили значительное распространение. Сейчас по всем областям проводятся семидневные семинары для всех работников отделов пропаганды и агитации райкомов ВКП(б), заведующих, их заместителей, пропагандистов. На этих семинарах будут изучаться следующие вопросы: Великая отечественная война советского народа, международное положение СССР, пропаганда и агитация в условиях отечественной войны, задачи агитационно-пропагандистской работы в связи с весенним севом, политическая карта мира.

Семинары в районах организуются также для секретарей первичных организаций, для руково-

дителей агитколлективов, для агитаторов, для пропагандистских работников. Организуют эти семинары районные комитеты партии. При создании этих семинаров партийные организации должны обеспечить их марксистски образованными, политически проверенными руководителями. На занятиях в семинарах обязательно должно быть живое обсуждение вопросов, товарищеская дискуссия по теоретическим и методическим вопросам.

В условиях войны значительно шире должны быть поставлены и консультации. Консультации являются наиболее гибкой и доходчивой формой пропаганды. Через консультации оказывается непосредственная и прямая помощь самостоятельно изучающим марксистско-ленинскую теорию; они же являются одним из способов контроля за тем, как коммунисты работают над собой.

Консультации, как правило, проводятся до сих пор в районных и заводских партийных кабинетах. Но часто случается так, что консультант сидит в парткабинете и ждет, когда к нему придут на консультацию. С такой практикой надо покончить самым решительным образом. Она особенно недопустима в военное время. Большое распространение должны получить выездные консультации на заводы, фабрики, в колхозы и совхозы.

Лекторам, агитаторам ежедневно задаются сотни вопросов. Эти вопросы должны обобщать-



ся в парткабинетах и по ним проводиться консультации. В парткабинетах надо организовывать консультации для пропагандистов, руководителей агитколлективов и товарищей, самостоятельно изучающих марксистско-ленинскую теорию. Консультации могут и должны проводиться по самым различным вопросам, поэтому, кроме штатных консультантов, к консультационной работе необходимо привлекать внештатных квалифицированных пропагандистов.

Консультации проводятся групповые, когда на консультацию приглашаются определенные группы товарищей по заранее определенным вопросам, и индивидуальные, когда консультации даются отдельному человеку на возникающие у него вопросы. Та и другая формы консультации должны широко практиковаться. Большое значение в консультационной работе имеет широкое оповещение о месте консультации и темах, по которым проводится консультация.

В условиях военного времени кружковая работа должна получить более широкое распространение, чем до войны. Но кружки сейчас не могут работать так, как они работали раньше, когда занятия в кружках растягивались на один—два года. Сейчас кружки должны быть краткосрочными. Кружки по истории партии должны работать главным образом по послеоктябрьскому периоду.

Целесообразно создание тематических кратковременных кружков. Так, например, широкое

распространение получили краткосрочные кружки, на несколько занятий, по изучению приказа товарища Сталина к XXIV годовщине Красной Армии, по изучению доклада товарища Сталина о XXIV годовщине Великой Октябрьской социалистической революции. Такие краткосрочные тематические кружки могут быть организованы по истории нашей родины, по изучению политической карты мира и по другим вопросам. Кружки текущей политики приобретают сейчас особое значение. Хорошо поставленная работа кружков может явиться школой подготовки низовых агитаторов. И вообще во всей пропагандистской работе мы должны ставить перед собой и такую практическую задачу, как подготовка все более и более многочисленных кадров агитаторов.

Методом работы в кружках должна быть развернутая беседа, когда руководитель делает вступительное слово, обращает внимание слушателей на основные вопросы темы, а затем идет активное обсуждение всеми кружковцами изучаемой темы. Это предполагает, что все кружковцы должны к каждому занятию серьезно готовиться. Без предварительной подготовки кружковцев работа кружка не может быть успешной.



Устная пропаганда всегда занимала большое место в системе агитационно-пропагандистской работы нашей партии. В условиях военного времени устная пропаганда приобретает еще боль-

шее значение. В наиболее доступной форме и быстро она может дать нашим кадрам ответы на самые актуальные вопросы современности, помочь нашим кадрам повысить свой идейно-политический уровень и успешно разрешить практические задачи по мобилизации масс на помощь фронту, на разгром врага.

---

*А. ПУЗИН*

## **Задачи печати в дни войны\***

Роль печати во всем деле нашего партийного и государственного строительства исключительно велика. Ленин и Сталин всегда придавали огромное значение большевистской печати.

Ленин называл нашу печать коллективным пропагандистом, коллективным агитатором и коллективным организатором.

Печать является одним из основных проводников идей нашей партии в самые широкие массы народа. Без печати, говорил Ленин, невозможно «систематическое ведение принципиально выдержанной и всесторонней пропаганды и агитации».

По определению товарища Сталина, печать является самым острым и самым сильным оружием в руках нашей партии, связывая ее с широкими народными массами и сплачивая их вокруг партии и советской власти. «Печать,—говорил товарищ Сталин,—единственное орудие, при

---

\* Сокращенная stenogramма лекции, прочитанной на Московских курсах пропагандистов.

помощи которого партия ежедневно, ежечасно говорит с рабочим классом на своем, нужном ей языке. Других средств протянуть духовные нити между партией и классом, другого такого гибкого аппарата в природе не имеется» (доклад на XII съезде РКП(б)).

Вот почему наша партия всегда так заботилась и заботится об укреплении и росте печати, об умножении ее связей с массами.

★ ★ ★

Центральный Комитет нашей партии во всех своих решениях о печати всегда подчеркивал огромную агитационно-пропагандистскую роль большевистской печати. Печать, говорится в резолюции XI съезда партии, является «одним из самых могущественных орудий в борьбе партии за влияние на массы, за их коммунистическое просвещение и организацию».

В 1924 году, в связи с ленинским призывом в партию, Центральный Комитет разослал всем партийным организациям специальное письмо о роли и задачах печати в деле воспитания новых членов партии. Центральный Комитет обязывал все партийные газеты систематически освещать важнейшие задачи, стоящие перед партией, всемерно облегчать «новым партийцам усвоение основных моментов ленинизма и важнейших прав и обязанностей членов партии».

На исключительную роль печати в деле пропаганды марксизма-ленинизма было указано ЦК ВКП(б) и в решении «О постановке партийной

пропаганды в связи с выпуском «Краткого курса истории ВКП(б)». ЦК ВКП(б) указывал в этом решении, что основным недостатком постановки партийной пропаганды является недооценка партийными организациями роли и значения печати в деле пропаганды марксизма-ленинизма. ЦК ВКП(б) обязал партийные организации коренным образом перестроить организацию партийной пропаганды, ликвидировать недооценку значения печати как важнейшего оружия пропаганды марксизма-ленинизма. Вместо того, чтобы использовать такое мощное орудие пропаганды, как печать, указывал Центральный Комитет, партийные организации продолжали цепляться за старые формы пропаганды — устную пропаганду через кружки, — забывая, что «в условиях Советской власти и при наличии в руках большевистской партии такого мощного орудия пропаганды, как печать, созданы совершенно новые условия и возможности для неограниченного размаха пропаганды и для централизованного руководства ею».

«В пропаганде марксизма-ленинизма,—говорится в решении ЦК ВКП(б),—главным, решающим оружием должна являться печать — журналы, газеты, брошюры, а устная пропаганда должна занимать подсобное, вспомогательное место». Это указание ЦК ВКП(б) сохраняет всю свою силу и сейчас, в условиях Великой отечественной войны.

Согласно решению ЦК ВКП(б) «О постановке партийной пропаганды в связи с выпуском «Краткого курса истории ВКП(б)», в газетах «Правда», «Красная звезда», «Комсомольская правда», а также в республиканских, краевых и областных газетах были созданы отделы пропаганды, задачей которых была поставлена публикация статей, консультаций, лекций лучших пропагандистов по вопросам марксизма-ленинизма, истории и политики партии. В этом же решении ЦК ВКП(б) наметил также ряд других мер по поднятию роли печати в деле пропаганды марксизма-ленинизма.

13 июля 1940 года ЦК ВКП(б) принял решение о районных газетах, в котором указал, что основной задачей районной печати является «идейно-политическое воспитание трудящихся на основе повседневной пропаганды текущей политики и мероприятий партии и правительства, пропаганды, опирающейся на конкретные, близкие и понятные факты из местной практики, из жизни своего района, колхозов, предприятий».

В решении «О литературной критике и библиографии», принятом в 1940 году, ЦК ВКП(б) обратил внимание всех работников печати и научных учреждений на недостатки в постановке дела литературной критики и библиографии. ЦК ВКП(б) отметил, что литературная критика и библиография являются серьезным оружием пропаганды и коммунистического воспитания трудящихся, и обязал все журналы, а также цен-

тральные, республиканские, краевые и областные газеты создать на своих страницах постоянные отделы критики и библиографии.

Однако значение большевистской печати не ограничивается ее агитационной и пропагандистской ролью. Не менее значительна также ее организационная роль. Более того, при всем значении нашей печати в деле пропаганды и агитации ее организаторская роль в отдельные периоды приобретала первостепенное значение.

Ленин и Сталин неоднократно указывали на огромную организаторскую роль нашей печати. «Роль газеты не ограничивается, однако, одним распространением идей, одним политическим воспитанием и привлечением политических союзников,—писал Ленин.—Газета — не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор. В этом последнем отношении ее можно сравнить с лесами, которые строятся вокруг возводимого здания, намечают контуры постройки, облегчают сношения между отдельными строителями, помогают им распределять работу и обзирать общие результаты, достигнутые организованным трудом» (Соч., т. IV, стр. 111).

Так, ленинская «Искра» была мощным оружием не только политического воспитания, но и организации масс. Она являлась политическим центром революционного движения, центром собирания сил революционного пролетариата, их воспитания и оформления большевистской пар-



тии. «Искра» подготовила идейное и организационное сплочение партии.

В одном из своих писем Центральному Комитету РСДРП Ленин писал, что без печати нет центра, нет партии: «Во время революции руководить устными беседами, личным общением — архиутопия. Надо руководить публично. Надо все остальные виды работы подчинить этому виду, всецело и безусловно».

Товарищ Сталин называл нашу печать одним из приводных ремней между партией и рабочим классом. Печать «прокладывает неувимую связь между партией и рабочим классом, — говорил товарищ Сталин, — связь, которая по своей силе равняется любому передаточному аппарату массового характера».

Классическое определение организаторской роли большевистской печати в деле партийного и государственного строительства дал товарищ Сталин в статье «Печать как коллективный организатор». «Дело не только в том, чтобы газета агитировала и обличала, — писал товарищ Сталин, но прежде всего в том, чтобы она имела богатую сеть работников, агентов и корреспондентов по всей стране, во всех промышленных и земледельческих пунктах, во всех уездах и волостях, чтобы нить от партии через газету проходила ко всем без исключения рабочим и крестьянским районам, чтобы взаимодействие между партией и государством с одной стороны, промышленными

и крестьянскими районами с другой стороны — было полное...»

Когда мы говорим о газете как коллективном организаторе, мы имеем в виду газету как средство связи партии с трудящимися нашей страны, как средство сплочения их вокруг партии и советской власти, как средство мобилизации народа на разрешение очередных задач, стоящих перед страной. Печать связывает партию с массами, через печать партия приводит в движение десятки, сотни тысяч и миллионы трудящихся. Без печати, без связи партии с массами через печать партия наша не смогла бы победить в Октябре, как не смогла бы устоять против внутренних и внешних врагов революции в годы гражданской войны и не достигла бы тех успехов в области социалистического строительства, какие мы имеем теперь. С каждым днем связь партии с трудящимися нашей страны через печать становится не только более широкой, но еще более крепкой и регулярной.

ЦК ВКП(б) во всех своих решениях о печати ставит вопрос о всемерном повышении организаторской роли нашей печати. 25 марта 1937 года ЦК ВКП(б) принял решение «Об авторских кадрах газет «Правда Севера» и «Горьковская коммуна», в котором указал на трубейшие бюрократические извращения в работе этих газет, выражающиеся в том, что редакции почти совершенно не привлекают к сотрудничеству в газетах вне редакционный актив из партийных и совет-

ских работников, специалистов, стахановцев промышленности и сельского хозяйства, учителей и других групп читателей. «Одной из важнейших задач газет,—указывал ЦК ВКП(б),—является всемерное расширение и укрепление их связей с массами и привлечение к сотрудничеству в газетах новых авторских кадров».

В решении ЦК ВКП(б) «О районных газетах», принятом в 1940 году, основным вопросом также являлся вопрос о связи газет с массами, об улучшении работы с вне редакционным авторским активом. Крупнейший недостаток газет, говорилось в этом решении, состоит в том, что они оторваны от колхозов и предприятий, не опираются в своей работе на партийный и беспартийный актив. Страницы газет почти целиком заполняются материалами штатных литературных сотрудников. В целях устранения этих недостатков и коренного улучшения работы районных газет ЦК ВКП(б) сократил штаты редакций районных газет, ликвидировал систему оплаты гонорара штатным сотрудникам газет и обязал редакции газет широко привлекать к участию в газете вне редакционный авторский актив. «Районная газета,—говорится в этом решении, должна, в основном, строиться на материалах рабочих и сельских корреспондентов, партийного и советского актива, а также писем трудящихся. Задача штатных работников районных газет должна прежде всего заключаться в привлечении авторского актива из среды передовых людей района, в работе по

выращиванию и воспитанию рабочих и сельских корреспондентов».

В 1940 году было принято специальное решение «О штатах областных, краевых и республиканских газет», в котором ЦК ВКП(б) отметил, что во многих редакциях газет недопустимо разбухли аппараты редакций, что ведет к «ослаблению связи газет с местными организациями, к отрыву их от партийного, советского, хозяйственного актива, рабочих и сельских корреспондентов». ЦК ВКП(б) сократил штаты редакций областных, краевых и республиканских газет и обязал редакторов газет коренным образом перестроить работу редакционного аппарата, поставив в первую очередь задачу «привлечения к участию в газете широкого вне редакционного актива, выращивания и воспитания новых кадров рабочих и сельских корреспондентов».

В решении о фабрично-заводских газетах, принятом в 1940 году, ЦК ВКП(б) указал, что основной недостаток этих газет — оторванность от своих заводов, поверхностное и слабое освещение жизни и работы предприятий. «Вместо того, чтобы строить газету при участии широкого актива работников данного предприятия, фабрично-заводские газеты делаются сплошь и рядом узким составом газетных работников-профессионалов, которые заполняют страницы газет перепечатками из районных, городских и областных газет и другими материалами, непо-

средственно не связанными с жизнью фабрики или завода».

Во всех приведенных решениях ЦК ВКП(б) о печати центральное место занимает вопрос о всемерном повышении организаторской роли наших газет, вопрос об укреплении и умножении их связей с массами. Укреплять и умножать связи газет с читателями, с массами — это значит прежде всего улучшить работу с вне редакционным авторским активом. Газета не может выполнить своих задач, если она будет заполняться материалами лишь штатных сотрудников газет, если редакция не будет привлекать к участию в газете самые широкие слои вне редакционного актива. «Это недоразумение, — писал Ленин, — будто именно литераторы и только литераторы (в профессиональном смысле этого слова) способны с успехом участвовать в органе; напротив, орган будет живым и жизненным тогда, когда на пятток руководящих и постоянно пишущих литераторов — пятьсот и пять тысяч работников не литераторов» (Соч., т. VI, стр. 374).

Большевистская печать с самого начала своего возникновения всегда имела постоянное взаимодействие с широкими слоями читателей, самую тесную связь с массами. Все выступления нашей печати находили самый широкий отклик в читательской среде. Наша партия всегда видела результаты своих обращений к массам через печать. Большевик-литератор, выступая в печати, всегда был уверен в том, что его слушает имен-

но та аудитория, к которой он обращается. Товарищ Сталин в статье «Чем дальше в лес...» приводит ряд примеров этого теснейшего взаимодействия нашей печати с массами.

В период гражданской войны, указывая товарищ Сталин, партия призывает через печать рабочих и крестьян отстаять социалистическое отечество, и «десятки, сотни тысяч трудящихся масс откликаются на зов партии сотнями резолюций и идут на фронт, не щадя своей жизни». Партия дает клич через печать: «Все на транспорт»—и «массы единодушно откликались, присылая сотни резолюций в печать о своем сочувствии, о своей готовности отстаять транспорт и посылая десятки тысяч своих сынов на поддержку транспорта». Партия бросает клич: «на борьбу с голодом»—и «массы единодушно откликались на зов партии, присылая бесчисленное количество резолюций в партийную печать и посылая десятки тысяч своих сыновей на борьбу с кулаком». Это взаимодействие между партией и рабочим классом имело место всегда «и не могло не иметь места,—говорил товарищ Сталин,—ибо, в противном случае, партия не смогла бы сохранить за собою руководства рабочим классом, а рабочий класс не смог бы удержать власть».

\*\*\*

В условиях Великой отечественной войны советского народа против немецко-фашистских захватчиков роль нашей печати неизмеримо возросла. Война ставит перед нашей печатью но-

вые, более сложные и ответственные задачи. Поднять весь советский народ на Великую отечественную войну против фашистской Германии, в защиту наших прав, нашей земли, за честь и независимость нашего отечества, мобилизовать все силы советского народа на выполнение первомайского приказа Народного Комиссара Обороны товарища Сталина, на окончательный разгром немецко-фашистских войск в 1942 году, — в этом состоит сейчас основная задача нашей печати.

Цель, которую мы ставим в войне против фашистской Германии, говорил товарищ Сталин, состоит в том, чтобы «освободить от немецких захватчиков нашу Советскую территорию, освободить от гнета немецких захватчиков граждан наших сел и городов, которые были свободны и жили по-человечески до войны, а теперь угнетены и страдают от грабежей, разорения и голода, освободить, наконец, наших женщин от того позора и поругания, которым подвергают их немецко-фашистские изверги». Задача печати — разъяснять эти благородные и возвышенные цели войны, разъяснять трудящимся нашей страны, что в войне Советского Союза против фашистской Германии дело идет «о жизни и смерти Советского государства, о жизни и смерти народов СССР, о том, — быть народам Советского Союза свободными, или впасть в порабощение».

Враг ставит своей целью захват нашей земли, нашего хлеба, нашей нефти и всех наших бо-

гатств, созданных трудом советских людей. Газеты должны разоблачить эту разбойничью, империалистическую сущность фашистской Германии.

Враг хочет уничтожить национальную культуру и государственную самостоятельность народов Советского Союза, восстановить в нашей стране власть помещиков и капиталистов и превратить рабочих, крестьян, советскую интеллигенцию в рабов немецких князей и баронов. Газеты должны разоблачать эти разбойничьи, реакционные планы фашистской Германии.

Нужно воспитывать у трудящихся ненависть к немецко-фашистским захватчикам, публиковать материалы о зверствах и грабежах, чинимых немецко-фашистскими мерзавцами во временно захваченных ими советских районах. В каждом номере областной, городской, районной и другой газеты нужно публиковать рассказы очевидцев гитлеровских зверств, материалы о разграблении и разорении немецко-фашистскими оккупантами наших городов и сел, акты и документы об издевательствах и насилиях, чинимых немецко-фашистскими мерзавцами над женщинами и детьми.

Газеты должны воспитывать в советских людях храбрость, отвагу, готовность идти на смерть ради свободы нашей родины. Эти благородные черты, ежедневно проявляемые советскими патриотами на полях отечественной войны, должны стать достоянием миллионов трудя-



щихся нашей страны, достоянием каждого советского человека.

Газеты должны воспитывать в советских людях непреклонную волю к победе над врагом, уверенность в неминуемой гибели немецко-фашистского империализма; они должны показывать силу и могущество Красной Армии, нанесшей уже решительные удары немецко-фашистским войскам и продолжающей гнать их на запад. Газеты должны мобилизовывать трудящихся нашей страны на всестороннюю помощь Красной Армии. Работать с удвоенной энергией, не покладая рук, чтобы давать фронту все больше и больше танков, противотанковых ружей и орудий, самолетов, пушек, минометов, пулеметов, винтовок, боеприпасов, чтобы давать фронту и стране все больше и больше хлеба, мяса, сырья для промышленности,—к этому, к мобилизации всех сил советского народа на борьбу с врагом, должна звать наша печать.

Сейчас, в дни отечественной войны, неизмеримо возрастают роль и значение районных газет. Районная газета, тесно связанная с местной жизнью, может непосредственно влиять на работу каждого колхоза, совхоза, МТС, предприятия и учреждения. На конкретных примерах, взятых из жизни района, близких и понятных каждому колхознику, рабочему, служащему, она имеет возможность учить, воспитывать массы. В этом источник влияния районной газеты и ее значение

в деле воспитания масс и мобилизации их на выполнение задач, стоящих перед районом.

Однако не все редакторы районных газет правильно понимают свои задачи. Недавно Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) разослало всем редакторам газет письмо о работе районных газет, в котором указало на ряд серьезных недостатков в работе редакций районных газет.

Крупный недостаток районных газет состоит в том, что многие газеты почти целиком заполняются материалами, не имеющими непосредственного отношения к жизни района. Нередко целые номера газет состоят почти целиком из перепечаток материалов из областной и центральной печати или заполнены длинными и скучными статьями, содержащими общие рассуждения о помощи фронту. В них нет показа опыта работы передовых предприятий, совхозов, колхозов и МТС района, нет критики недостатков работы. Понятно, что такие газеты не могут мобилизовать трудящихся на выполнение конкретных задач, стоящих перед районом в деле активной помощи фронту.

Центральный Комитет нашей партии неоднократно указывал на этот недостаток в работе районных газет: «Районные газеты должны иметь ярко выраженное лицо, отражающее производственные особенности и экономику своего района. Они должны преимущественно заполняться статьями и корреспонденциями на мест-

ные темы». Это указание полностью сохраняет свое значение и сейчас, в период отечественной войны с немецко-фашистскими захватчиками.

Слабо освещается местная жизнь также и в ряде областных газет. Многие областные газеты за последнее время почти совершенно не дают своих передовых статей, а перепечатывают их из центральных газет. Это неправильно. Передовая статья нацеливает на определенную задачу сегодняшнего дня, которую нужно решить. Она определяет наиболее важные, актуальные задачи в той или иной области работы—в области хозяйственной, политической, военной, культурной, бытовой и т. п. Поэтому необходимо передовую статью всегда связывать с местной жизнью, строить на местном материале. Она должна переводить общие лозунги и решения партии на язык конкретных задач своей области, района. В каждом номере не только областной, но и районной газеты надо давать свою передовую статью; писать ее надо просто, популярно, доходчиво, в расчете главным образом на широкие слои колхозников, рабочих, служащих.

За последнее время со страниц некоторых районных, областных и других газет почти совершенно исчезли критические материалы. Редакторы этих газет, очевидно, полагают, что во время войны не следует говорить в печати о недостатках предприятий, колхозов и т. п., не следует критиковать плохой работы. Это, конечно, совершенно неправильно. Известно, что некото-

рые руководители учреждений, предприятий, колхозов пытаются оправдать свою плохую работу ссылками на трудности, вызванные войной. Газета потакает этому нерадению, если она перестает критиковать таких руководителей, не вскрывает действительных причин плохой работы.

Серьезные недостатки имеются также в освещении районными и областными газетами вопросов сельского хозяйства, в частности хода подготовки к весеннему севу. Недавно ЦК ВКП(б) принял специальное решение о неудовлетворительном освещении газетой «Тамбовская правда» подготовки колхозов, совхозов и МТС области к весеннему севу. Тамбовская область, говорится в этом решении, недопустимо отстает в подготовке к весенне-полевым работам: неудовлетворительно идет ремонт тракторов и сельскохозяйственных машин, засыпка семян и подготовка трактористов, механиков и бригадиров. Однако газета не замечает подобного отставания и не уделяет этому делу должного внимания. Материалы на сельскохозяйственные темы появляются в газете нерегулярно, уровень их крайне низкий. Газета почти ничего не пишет о ходе засыпки семян, о подготовке к севу тягловой силы в колхозах и совхозах, а также о ходе подготовки кадров трактористов, механиков и бригадиров. Очень плохо освещает также газета ход ремонта тракторов и сельскохозяйственных машин. На страницах газеты помещаются случайные за-

метки, в которых не освещаются основные вопросы ремонтных работ, как-то: организация труда, использование старых запасных частей, качество ремонта и др. Газета не показывает опыта передовых МТС по ремонту тракторов и не вскрывает причин плохой работы отстающих МТС. Редакция газеты недооценивает вопросы колхозного строительства, организационно-хозяйственного укрепления колхозов. В газете нет корреспонденций об укреплении бригад и звеньев, об организации труда в колхозах, укреплении трудовой дисциплины, об оплате труда и т. д. Между тем эти вопросы, говорится в решении ЦК ВКП(б), в условиях войны приобретают особо важное значение. Газета проходит мимо вопросов социалистического соревнования в сельском хозяйстве и не является застрельщиком соревнования между колхозами, совхозами, МТС и районами.

«Газета не поставила ни одного серьезного вопроса подготовки к севу,—говорится в решении ЦК ВКП(б), —не обобщает опыта передовых колхозов, совхозов и МТС области, не критикует тех руководителей, которые срывают подготовку к весенне-полевым работам. В статьях и заметках на сельскохозяйственные темы, публикуемых газетой, не чувствуется тревоги за урожай этого года». Все эти недостатки указывает ЦК ВКП(б), свидетельствуют о том, что редакция газеты не понимает особого значения в этом

году успешного проведения весенне-полевых работ.

Недостатки, отмеченные в этом решении ЦК ВКП(б), имеют место и в ряде других областных и районных газет.

Какие основные вопросы должны стоять в центре внимания нашей печати в период подготовки и проведения весенне-полевых работ? Здесь можно выделить следующие вопросы: ход ремонта тракторов и сельскохозяйственных машин; засыпка семян; ход подготовки кадров трактористов; механиков и бригадиров; наконец, правильная расстановка людей, правильная организация труда на весеннем севе.

В связи с тем, что в этом году количество тракторов, занятых в сельском хозяйстве, несколько уменьшилось, каждая МТС обязана отремонтировать и использовать на полевых работах каждый трактор. Газеты должны широко популяризировать опыт работы передовых МТС по ремонту и использованию тракторов на полевых работах, критиковать отстающих и подтягивать их до уровня передовых. Как выполняется план производства запасных частей к тракторам и сельскохозяйственным машинам предприятиями области, района, как восстанавливаются и используются на ремонте старые запасные части, как обеспечены МТС и совхозы необходимыми для ремонта кадрами, как организован труд в ремонтных мастерских, какое качество ремонта тракторов и сельскохозяйственных машин, как

используются на ремонте прицепного инвентаря колхозные кузницы, какие недостатки в организации ремонтных работ, как можно улучшить дело, что должно быть использовано из опыта передовых МТС, совхозов и колхозов в деле ремонта тракторов и сельскохозяйственных машин. — вот основные вопросы, которые не должны сходить со страниц каждой районной и областной газеты.

Должны быть созданы все условия для использования на полевых работах полной мощности каждого трактора, для обеспечения работы каждого трактора не менее 20 часов в сутки. Для этого надо организовать дело так, чтобы ни один трактор не имел простоя в поле из-за технических неполадок. Есть ли разъездные механики, а в бригадах необходимый запас наиболее ходовых запасных частей и инструмента, организованы ли передвижные мастерские—все эти вопросы должны стоять в поле зрения каждой газеты при освещении ею хода весенне-полевых работ.

Подготовка кадров трактористов, механиков и бригадиров имеет в этом году исключительное значение. Как МТС, совхозы и колхозы обеспечены этими кадрами, как идет их подготовка, достаточно ли количество учащихся на курсах и в школах механизации, как организована дополнительная подготовка кадров, как привлекаются к работе трактористы, ранее ушедшие с этой ра-

боты, — вот вопросы, которые должны быть в поле зрения каждой газеты.

В отличие от прошлых лет в нынешнем году значительно больше весеновспашки и других сельскохозяйственных работ придется производить на живом тягле. Поэтому газетам надо уделять особое внимание подготовке и использованию живого тягла на весенне-полевых работах.

Серьезное внимание должно быть уделено вопросам укрепления производственных бригад и звеньев в колхозах.

Из номера в номер надо показывать, как правления колхозов мобилизуют максимум людей для работы в производственных бригадах, как укомплектовываются бригады, как закрепляются за ними живое тягло и сельскохозяйственный инвентарь, знают ли колхозники свое определенное место на весенних работах, нормы расценки труда, доведен ли до них рабочий план бригады и т. д.

Особое значение в этом году приобретают вопросы трудовой дисциплины. Нужно широко показывать в газете передовых людей колхозов, совхозов и МТС, изобличать лодырей и тунеядцев.

В этом году особенно возрастает значение женского труда в колхозах и совхозах. На всех сельскохозяйственных работах женщина должна заменить мужчин, ушедших на фронт. Газеты должны разъяснить решающее значение женского труда в сельскохозяйственных работах текущего



года, показывать на страницах газеты передовых женщин колхозов, совхозов и МТС.

От каждой газеты при освещении самого хода сева требуется особая оперативность. Как организован труд на весенне-полевых работах, производится ли выборочная пахота, боронование и сев по мере подсыхания отдельных участков, не дожидаясь подсыхания всего массива, нет ли разрыва между весенней пахотой и боронованием, производится ли вспашка и боронование в одном сцепе плугов и борон, оплачивается ли труд трактористов, производящих вспашку с одновременным боронованием, при хорошем качестве, как за раздельную пахоту и боронование, а также выплачиваются ли премии за экономию горючего, полученную трактористами от одновременной вспашки и боронования, каково качество весенне-полевых работ, производится ли установленное дополнительное начисление трудодней колхозникам, работающим на колхозном живом тягле в первые дни работы на вспашке, бороновании и посеве,—вот основные вопросы, которые должны быть в поле зрения каждой газеты при освещении хода весенних полевых работ.

По инициативе колхозников сельхозартели имени Н. К. Крупской, Выселковского района, Краснодарского края, по всей стране сейчас развертывается движение за посев яровых культур сверх плана в фонд обороны страны и помощи колхозам и колхозникам, пострадавшим от немецко-фашистских захватчиков. Газеты должны стать организаторами соревнования между кол-

хозами и районами за успешное выполнение плана сева, регулярно помещать на своих страницах списки колхозов, выполнивших план сева и свои обязательства по посеву сверх плана в фонд обороны.

Газеты должны повседневно разъяснять своим читателям значение успешного проведения всех сельскохозяйственных работ для быстрейшего разгрома врага и изгнания немецких оккупантов из нашей страны, помогать совхозам, колхозам и МТС успешно выполнить задачу, поставленную товарищем Сталиным,—производить для фронта и страны все больше и больше хлеба, мяса, сырья для промышленности. Серьезнейшее внимание все наши газеты должны уделять разъяснению таких важнейших мероприятий, как постановление СНК СССР и ЦК ВКП(б) «О повышении для колхозников обязательного минимума трудодней», принятое в целях своевременного проведения в колхозах всех сельскохозяйственных работ, и постановление «О порядке мобилизации на сельскохозяйственные работы в колхозы, совхозы и МТС трудоспособного населения городов и сельских местностей». Газеты должны показывать неразрывную связь этих мероприятий партии и правительства с задачами, поставленными товарищем Сталиным перед всем советским народом. Важнейшая задача всей нашей печати—мобилизовать все силы народа на окончательный разгром гитлеровских мерзавцев в 1942 году.

---

*Н. КОНДАКОВ*

**Как использовать сообщения  
Советского Информбюро  
в агитационно-пропагандистской  
работе\***

В обстановке Отечественной войны с немецко-фашистскими захватчиками неизмеримо возросло значение массовой повседневной политической информации. Война, навязанная нам гитлеровской Германией, близко касается каждого трудящегося нашей страны. На полях Отечественной войны против германских империалистов решается вопрос о жизни и смерти советского государства, о жизни и смерти народов Советского Союза, о том, быть советскому народу свободным или впасть в порабощение.

Вполне понятно поэтому, что весь советский народ проявляет острый интерес к сообщениям о положении на фронтах Отечественной войны и на других участках мирового фронта борьбы с гитлеризмом.

---

\* Сокращенная стенограмма лекции, прочитанной на Московских курсах пропагандистов.

Основным документом, в котором даются сообщения о ходе военных действий на фронтах отечественной войны, а также о борьбе советских партизан против гитлеровских банд, о состоянии германской армии, о положении в фашистской Германии и в оккупированных ею странах, является сообщение Советского Информбюро. Сообщение Советского Информбюро—это правительственный документ. В нем даются официальная оценка и итог боевых действий, показываются действия подразделений, частей и бойцов Красной Армии, ход борьбы советских партизан в немецком тылу, трудовые подвиги советского народа и т. д. Вот почему сообщения Советского Информбюро должны быть максимально использованы в нашей повседневной агитационно-пропагандистской работе.

★ ★ ★

Как же нужно использовать сообщения Советского Информбюро в агитационно-пропагандистской работе и какие уже наметились формы этой работы?

Прежде всего нужно толково разъяснить содержание сообщения. Первое и основное, о чем говорится в сообщениях Советского Информбюро,—это положение на фронтах отечественной войны против гитлеровской Германии. Информация о военных действиях, как правило, состоит из двух частей: 1) общая характеристика военных действий за половину суток (за день или за

ночь) и 2) информация о действиях отдельных частей, подразделений и бойцов.

Как показывает опыт многих партийных организаций, пропагандист и агитатор, готовясь к чтке сообщений Советского Информбюро или к беседе о ходе военных действий, собирает дополнительный материал, который бы иллюстрировал краткие сообщения Советского Информбюро. Как правило, это прежде всего корреспонденции из газет «Правда», «Известия», «Красная звезда» о наших наступательных боях. На ряде предприятий лаконичные сообщения Советского Информбюро о героических действиях частей Красной Армии иллюстрируются интересными витринами, выставками и альбомами. Вот наиболее удачные темы витрин, которые пользовались значительным успехом на московских предприятиях:

- 1) «Герои отечественной войны»; 2) «Пехота в наступлении»; 3) «Командиры Красной Армии»; 4) «Гвардейцы Красной Армии»; 5) «Моральный дух Красной Армии непоколебим»; 6) «Бесстрашные танкисты»; 7) «Сталинские соколы»; 8) «Артиллерия — бог войны»; 9) «Зенитчики на страже воздушных подступов Москвы»; 10) «Смелые кавалеристы».

На одном из предприятий партийная организация обратилась к рабочим с просьбой принести письма от родных и бывших рабочих предприятия, ныне сражающихся на фронте против фа-

шистов. За два дня было собрано свыше пятидесяти интересных писем. Двадцать из них были перепечатаны на машинке и наклеены на витрину «Как наши рабочие, мобилизованные на фронт, сражаются против гитлеровских полчищ». Витрина была вывешена рядом с сообщением Советского Информбюро.

Недели через две эта витрина была заменена другой, не менее интересной—«Письма родных на фронт». Писали отцы, матери, жены, сестры, дети.

В начале февраля был отправлен на фронт вагон подарков, собранных на заводе. В посылки были вложены письма бойцам. Через двадцать—двадцать пять дней на завод начали поступать письма бойцов, получивших подарки. Партийная организация собрала три десятка таких писем, поместила их в специальный альбом, который был прочитан многими рабочими.

Работники одного из городских агитпунктов устроили выставку на тему «Гвардейские части—цвет Красной Армии», как иллюстрацию следующего сообщения Советского Информбюро:

«Одна наша гвардейская артиллерийская часть, действующая на Западном фронте, внезапным огневым налетом на укрепленные пункты немцев уничтожила 2 минометные батареи, 5 дзотов и вывела из строя до роты пехоты противника».

В следующий раз изготовили витрину с сообщениями Советского Информбюро о выдающих-

ся действиях советских гранатометчиков, а рядом на той же витрине приводились материалы о том, как идет подготовка гранатометчиков на предприятиях района, и даны фамилии лучших гранатометчиков из отрядов Всевобуча. Против каждой фамилии бойца стояла цифра, показывающая, на сколько метров он бросает гранату.

Тематика альбомов и витрин, отражающих героическую борьбу Красной Армии против гитлеровских полчищ, неисчерпаема. Нужно только, чтобы над этими витринами работали инициативные товарищи.

\* \* \*

Вслед за данными о боевых действиях Красной Армии в сообщениях Советского Информбюро, как правило, приводятся эпизоды из боевой жизни советских партизан, в замечательных делах которых проявляется огромная любовь к родине, ненависть к врагу и готовность бить его до полного уничтожения.

Многие пропагандисты и агитаторы дополняют сообщения Советского Информбюро материалами из газет о деятельности партизан. На ряде предприятий можно увидеть альбомы с вырезками из газет и журналов, в которых даны наиболее интересные очерки и рассказы о партизанах, иллюстрации. На одном предприятии, эвакуированном из Харьковской области, имеется альбом, в который любовно собираются все опубликованные в газетах документы и статьи

о действиях партизан на территории Харьковской области.

На одном из агитпунктов рядом с сообщением Советского Информбюро вывесили плакат о партизанке Зое Космодемьянской. Под словами Зои: «Мне не страшно умирать, товарищи! Это счастье—умереть за свой народ»—поместили портрет Зои, ее комсомольский билет, обращение Московского городского комитета ВЛКСМ и письмо матери Зои.

Выдающиеся подвиги героических бойцов и командиров Красной Армии, советских партизан являются благородным, вдохновляющим примером для всех трудящихся нашей страны.

★ ★ ★

Сильное впечатление оставляют витрины с фотодокументами и вырезками из газет о гитлеровских зверствах. На одном из московских агитпунктов были подобраны пять плакатов под общим заголовком «Что несет фашизм советским людям». На ряде московских предприятий пропагандисты и агитаторы изготовили серию таких тематических плакатов и альбомов:

1) «Грабежи и разрушения, учиненные немецкой армией в советских городах» (Истра, Клин, Калинин, Можайск и др.); 2) «Немецкая граб-армия» (документы, приказы немецкого командования, показания пленных); 3) «Трофеи Красной Армии» (цифры, фотодокументы, вырезки из газет, специальные сообщения Советского Ин-



формбюро «В последний час»); 4) «Схематические карты фронтов отечественной войны» (вырезки из журналов и газет); 5) «Освободительное движение в оккупированных гитлеровской Германией странах» (подбор сообщений Советского Информбюро по отдельным странам, телеграмм ТАСС, газетных статей и т. п.); 6) «Непрочность тыла фашистской Германии».

Одной из доходчивых форм наглядной агитации, воспитывающей у трудящихся нашей страны ненависть к фашистским захватчикам, является показ разрушений и трагедий, учиненных немцами в советских городах и селах. На одном из агитпунктов систематически рядом с сообщением Советского Информбюро вывешиваются плакаты-справки о зверствах фашистов в советских городах и селах, откуда германская армия уже вычищена. Когда в сообщении Советского Информбюро было извещено, что нашими войсками взят город Торопец, у витрины с сообщением Советского Информбюро появился такой плакат:

### **«Город Торопец возвращен в семью советских городов»**

Советское Информбюро сообщило о взятии нашими войсками города Торопца.

Город Торопец — районный центр Калининской области, стоит на реке Торопе. В городе насчитывается 10,7 тыс. жителей.

Торопец — один из старинных русских городов, жители которого всегда активно участвовали в исторических битвах русского народа. Торопецкое ополчение в

войсках Александра Невского было немцев на льду Чудского озера. Торопецкие горожане отважно отражали у стен своего города полчища Стефана Батория, двигавшиеся на Русь.

Город Торопед возвращен в семью советских городов. Город сильно пострадал от немецкой оккупации. Превращен в развалины Дом культуры. Сожжена новая средняя школа. Совершенно разрушен редкий памятник русской архитектуры XVI века—старинный собор. Разгромлен и сожжен местный музей. Разрушено и сожжено много десятков домов.

Жители города приступили к восстановлению предприятий и жилых домов, разрушенных фашистскими варварами.

Этот плакат прочитывался всеми, кто приходил ознакомиться с сообщением Информбюро.

Когда Красной Армией был освобожден и снова стал советским город Калуга, был составлен такой плакат:

## **«В Калуге снова советская власть**

Как сообщило Советское Информбюро 30 декабря 1941 г., частями Западного фронта освобожден город Калуга.

Калуга — древний русский город, районный центр Тульской области. В последние годы в городе насчитывалось около 200 тыс. жителей. При советской власти Калуга превратилась в крупный промышленный центр Тульской области. В городе имеется ряд крупных предприятий: завод транспортного машиностроения, электромеханический завод, спичечная фабрика, электростанция и др.

Немецко-фашистские варвары за время пребывания в Калуге нанесли огромные раны городу. Разрушены электростанция, водопровод. Сожжены почта, радио-

центр, глазная больница, родильный дом, кинотеатр и десятки жилых домов. Полностью выжжены Кооперативный поселок, улица Революции, улицы Знаменская, им. Салтыкова-Щедрина и др. Разграблен и уничтожен дом-музей знаменитого русского ученого К. Э. Циолковского».

Наши агитаторы и пропагандисты должны использовать каждую читку сообщений Советского Информбюро, чтобы всемерно развивать сознание правоты того дела, за которое борется наша страна, воспитывать ненависть к немецко-фашистским захватчикам. Надо разъяснять широким массам трудящихся всенародный характер войны против гитлеровской Германии.

★ ★ ★

Хорошо поставленная агитационно-пропагандистская работа вокруг сообщений Советского Информбюро может оказать огромную помощь партийным организациям в их борьбе за выполнение производственных заданий предприятием и колхозом.

Какие формы агитационно-пропагандистской работы можно здесь применить?

Каждый агитатор и пропагандист, каждый коммунист и комсомолец, готовясь к читке сообщений Советского Информбюро, должен обязательно иметь в виду, что надо не только прочесть и разъяснить содержание сообщений, но и связать беседу с выполнением рабочими данной бригады или цеха обязательств перед фронтом. Многие агитаторы приводят цифры выполнения

бригадой плана за день, называют фамилии передовых стахановцев, сообщают результаты соревнования с соседней бригадой и т. д.

Это делается на многих предприятиях. Но это — не единственная форма работы.

В одном из сообщений Советского Информбюро отмечалось, что новосибирский слесарь-стахановец тов. Смородин выполнил производственное задание на 839 процентов. В связи с этим на одном военном заводе на следующий день около витрины с сообщением Советского Информбюро появился такой плакат:

**«Могут ли слесари нашего завода дать 839 процентов?»**

Вчера Советское Информбюро сообщило:

«Стахановцы Новосибирского завода имени Чкалова ознаменовали XXIV годовщину Красной Армии новыми производственными успехами. Слесарь тов. Смородин выполнил свое задание на 839 процентов, слесарь тов. Расторгуев на 843 процента и слесарь тов. Рожнов на 600 процентов».

**А как работают слесари нашего завода?**

Цех № 1	Цех № 2	Цех № 3
Криулин — 212 %	Смирнов — 240 %	Загорулько — 220 %
Сдобнов — 190 %	Горюнов — 209 %	Парамонов — 218 %
Болотов — 172 %	Апраксин — 170 %	Сидоров — 220 %
Рузавин — 155 %	Паньков — 131 %	Русских — 210 %
Груздев — 130 %	Парамчук — 122 %	Задобрин — 205 %
Рыжов — 130 %	Диденко — 101 %	Боровских — 201 %
Запевалов — 112 %	Раков — 92 %	Иванов — 190 %
Володин — 90 %	Григорьев — 84 %	Бородин — 182 %
Абрамов — 89 %	Игнатенко — 82 %	Зубулин — 111 %
		Белоусов — 92 %

Затем ежедневно в течение месяца сюда заносилась цифра выполнения дневного задания каждым слесарем. Успех этого мероприятия превзошел все ожидания. Около плаката до работы, в обеденный перерыв, после работы всегда толпились рабочие. В результате значительно увеличилась производительность труда слесарей, втрое увеличилось число двухсотников.

Новая форма работы оправдала себя. Тогда партийный комитет правильно решил, что с таким же успехом можно использовать и другие сообщения Советского Информбюро о трудовом героизме советских граждан.

На заводе плохо шел сбор рационализаторских предложений и изобретений. И вот, когда в сообщении Советского Информбюро было извещено о том, что на горьковском заводе собраны за месяц сотни предложений, через день на этом заводе был вывешен такой плакат:

### **«Больша рационализаторских предложений!**

Вчера Советское Информбюро сообщило:

«Изобретатели и рационализаторы советской страны своей творческой работой помогают Красной Армии громить немецко-фашистских захватчиков. На Горьковском автозаводе имени Молотова в течение месяца было внесено 770 рационализаторских предложений».

Что делается на нашем заводе: в январе собрано 62 рационализаторских предложения. Впереди цех № 3.

Цех № 1	Цех № 2	Цех № 3
12 предложений Месячная экономия 9.500 руб.	17 предложений Месячная экономия 8.700 руб.	33 предложения Месячная экономия 29.500 руб.

Внизу плаката было оставлено место для показателей работы в феврале, а рядом с плакатом была поставлена доска, на которой могли заноситься недельные показатели. Через месяц на плакат был занесен такой итог:

Цех № 1	Цех № 2	Цех № 3
18 предложений 21.000 руб. экономии	21 предложение 31.000 руб. экономии	48 предложений 62.000 руб. экономии

И это мероприятие, таким образом, себя целиком оправдало: в феврале было собрано 87 предложений — на 25 предложений больше, чем в январе.

Опыт получился успешный. Он может быть осуществлен на любом предприятии. Почти ежедневно в сообщениях Советского Информбюро рассказывается о трудовых подвигах советских людей на самых разнообразных участках народного хозяйства.

Вокруг каждого из этих сообщений можно

развернуть такую же большую и интересную работу, как и вокруг сообщений о токаре Смородине и о рационализаторах автозавода.

В обстановке войны больше, чем когда-либо, надо уметь связать политическую информацию с повседневной борьбой за выполнение каждым предприятием производственного плана. От того, как работает тыл, насколько осознаны задачи тыла, зависит снабжение Красной Армии оружием, боеприпасами. Чем выше уровень политической сознательности трудящихся, тем лучше работают наши предприятия, тем больше получит Красная Армия оружия и боеприпасов.

Пропагандисты и агитаторы должны разъяснять трудящимся, что победа над гитлеровской Германией не придет сама: ее надо завоевать. «Не следует забывать,—предупреждал товарищ Сталин, — что впереди имеется еще много трудностей. Враг терпит поражение, но он еще не разбит и—тем более—не добит. Враг еще силен. Он будет напрягать последние силы, чтобы добиться успеха. И чем больше он будет терпеть поражение, тем больше он будет звереть. Поэтому необходимо, чтобы в нашей стране ни на минуту не ослабевала подготовка резервов на помощь фронту. Необходимо, чтобы все новые и новые, войсковые части шли на фронт ковать победу над озверелым врагом. Необходимо, чтобы наша промышленность, особенно военная промышленность работала с удвоенной энергией. Необходи-

мо, чтобы с каждым днем фронт получал все больше и больше танков, самолетов, орудий, минометов, пулеметов, винтовок, автоматов, боеприпасов» (из Приказа Народного Комиссара Обороны № 55 от 23 февраля 1942 года).

\*\*\*

Интересен также опыт работы одного из агитпунктов, который стал давать справки об отдельных странах, упоминающихся в сообщениях Советского Информбюро. Приведем пример такой справки: «В феврале Советское Информбюро сообщало:

«Югославские партизаны окружили в городе Войниче итальянский гарнизон численностью в 4.000 человек. Все попытки оккупантов прорвать окружение успеха не имели и закончились тем, что итальянцы потеряли несколько сотен солдат убитыми».

На агитпункте тотчас изготовили плакат о Югославии, в котором очень сжато были даны такие сведения об этой стране:

«Югославия — государство на северо-западе Балканского полуострова.

Население — 15 млн. человек, преимущественно сербы и хорваты. Площадь — 249.000 квадратных километров. Столица — Белград.

Германия вероломно напала на страну и захватила основные центры. Гитлеру понадобилось



отобрать у этой маленькой страны пшеницу, лес, медь, свинец и цинк — основные богатства югославского народа».

Спустя некоторое время Советское Информбюро сообщало о действиях греческих партизан.

«Греческие патриоты ведут борьбу против немецко-итальянских оккупантов. В греческом порту Пирей на днях затонул итальянский пароход, груженный хлопком».

В связи с этим сообщением на агитпункте подготовлена была следующая справка о Греции:

«Греция — государство, занимающее южную часть Балканского полуострова и множество близлежащих островов. Столица — Афины. Пирей — важнейший порт страны.

Площадь страны — 130.000 квадратных километров. Население — около 7 миллионов. Половина населения занята сельским хозяйством. Производятся табак, маслины, виноград.

В октябре 1940 г. Италия вероломно напала на Грецию. Маленькая свободолюбивая Греция в течение двух недель прогнала из своей страны итальянских захватчиков и стала бить их на территории Албании. Но итальянцам помогло разбойничье наступление титлеровской армии весной 1941 г., и Греция была оккупирована. Германские фашисты установили в Греции «правительство» предателя греческого народа генерала Чолакоглу.

Греция начисто ограблена немцами и итальян-

цами. Население Греции буквально вымирает с голоду. Партизанское движение охватило всю Грецию и остров Крит. В Греции насчитывается несколько десятков тысяч партизан, которые успешно истребляют германских и итальянских солдат и офицеров».

Такие справки были даны в течение двух месяцев по восьми странам. Такими же средствами агитационно-пропагандистской работы можно и надо широко пользоваться.

Ленин часто призывал вести пропаганду и агитацию более конкретно и наглядно. «...Искусство всякого пропагандиста и всякого агитатора, — писал Ленин, — в том и состоит, чтобы наилучшим образом повлиять на данную аудиторию, делая для нее известную истину возможно более убедительной, возможно легче усвояемой, возможно нагляднее и тверже запечатлеваемой» (Ленин. Соч., т. XV, стр. 288). Опыт работы с сообщениями Советского Информбюро показывает, что здесь это искусство пропагандиста и агитатора может развернуться в полной мере.

Очень оживляет материалы удачная карикатура. Врага надо бить и смехом. Хорошая карикатура иногда может сделать больше, чем десять посредственных докладов. Многие скажут, что карикатура нужна, но достать карикатуриста трудно. Однако на это можно ответить пословицей: «Не боги торшки обжигают». На ряде предприятий нашли выход: стали увеличивать карикату-

катуры, опубликованные в газетах. Дело оказалось совсем не трудным, а эффект — огромным.

На некоторых предприятиях, например на фабрике имени Петра Алексеева, около витрины с сообщениями Советского Информбюро устроили выставку антигитлеровского юмора. На одном агитпункте большим успехом пользуется альбом с карикатурами, вырезанными из газет и журналов.



Сообщения Советского Информбюро — основной документ, с которым агитатор и пропагандист ежедневно идут в массы. Во время чтения сообщения у слушателей возникает ряд вопросов. Очень часто многие приходят на читку уже с готовыми вопросами, так как они еще раньше слушали сообщение по радио. Агитатор должен быть готов к ответу на самые разнообразные вопросы. Это обязывает каждого агитатора работать над собой, пополнять свои знания. Задача руководителей местных партийных организаций — помочь агитатору найти нужные сведения и материалы.

На ряде предприятий введен регулярный инструктаж агитаторов перед тем, как они идут на читку сообщений Советского Информбюро. Агитатора вооружают такими, например, материалами, как основные данные о стране, упоминающейся в сообщении; справка о населенном пункте, занятом нашими войсками; документы, фото,

вырезки из журналов и газет о зверствах немцев в захваченных ими советских районах; сведения о выполнении плана цехом, заводом, о работе лучших рабочих-стахановцев, об основных производственных неполадках, которые надо устранить, и т. д.

Но, разумеется, инструктаж будет достигать своей цели только тогда, когда инструктирующие сами будут регулярно посещать чипки, изучать, что интересует слушателей. Только в этом случае возможно контролировать работу агитаторов, на месте исправлять недостатки, учить агитаторов проводить беседы интересно и на высоком идейном уровне.

Как бы хорошо ни были подобраны материалы, нужна живая работа. Вот, например, на Московском почтамте сделана для материалов красивая витрина. Рядом с сообщением Советского Информбюро выставлены показатели работы местных стахановцев, подобраны яркие фото (о зверствах гитлеровцев, фронтовые снимки и т. д.), висит большая схематическая карта Московской области и освобожденных районов. Все это привлекает внимание. Однако у витрины никого нет. Она помещена на видном месте, но далеко от места работы. Агитаторов около нее нет. Висит ящик для вопросов, но он пуст. Этого не должно быть.

До сих пор многие кружки текущей политики не увязывают своей работы с вопросами, воз-

никающими в связи с сообщениями Советского Информбюро. Между тем это делать совершенно необходимо. Слушатели кружков текущей политики должны следить за ходом военных действий, хорошо изучить географическую карту, знать значение населенных пунктов, отбитых у немцев, иметь представление о демократических странах, борющихся против гитлеровской Германии, и т. д.

На большинстве предприятий имеются библиотеки. Но часто они не используются даже для подбора материалов к витринам. Между тем один библиотекарь легко может сделать два — три плаката с тематическими вырезками. Почему бы также не вывешивать списки наиболее интересных новых книг и журнальных статей об отечественной войне и т. д.? В определенные часы библиотека может устраивать небольшую выставку книг там, где проводятся читки и беседы.

Своевременно и живо доводить сообщения Советского Информбюро до трудящихся — важнейшая задача.

Какие мы имеем для этого каналы? Во-первых, радио. Надо только, чтобы все радиоточки трансляционной сети работали бесперебойно.

Во-вторых, газеты. В областных газетах должны своевременно публиковаться утреннее и вечернее сообщения, в районных и городских газетах — последнее вечернее сообщение.

В-третьих, издание сообщений Советского Ин-

формбюро отдельными листовками. По этому вопросу Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) дало такое указание: «Особое внимание должно быть уделено размножению и своевременному доведению до населения сообщений Советского Информбюро. Там, где нельзя их размножить типографским путем, рекомендуется печатать их на пишущих машинках, на стеклографах, писать от руки. Листовки с сообщениями Советского Информбюро надо не только расклеивать на видных местах, но и раздавать в поездах и воинских эшелонах, на вокзалах и на станциях железных дорог». Само собой разумеется, что партийные организации должны обратить особое внимание на точность переписки.

В-четвертых, читка сообщений Советского Информбюро на предприятиях, в колхозах, в общежитиях, в жилых домах. Задача партийных организаций — всемерно поднять качество и идейный уровень этих чток, сделать их более содержательными и более интересными по форме. Для этого на читку сообщений Советского Информбюро следует посылать самых подготовленных товарищей. Надо снабжать агитаторов, проводящих беседы, наглядными пособиями (фото, картами, схемами и т. д.).

\* \* \*

Вся наша пропаганда и агитация направлены на то, чтобы разъяснить трудящимся коренные, а также текущие вопросы общественной жизни и мобилизовать трудящихся на выполнение тех за-

дач, которые встают перед нашей страной в ходе борьбы за разгром и изгнание гитлеровских захватчиков. Одним из наиболее массовых способов разъяснения широким слоям трудящихся международной обстановки и мобилизации рабочих, колхозников и интеллигенции на выполнение обязательств перед фронтом является повседневная работа с сообщениями Советского Информбюро.

---

## Программа по курсу „Пропаганда и агитация в условиях военного времени“

### РАЗДЕЛ I

#### Тема 1. Великая отечественная война и задачи агитационно-пропагандистской работы

Ленин и Сталин о роли революционной теории. Овладение марксистско-ленинской теорией — обязательное условие успешной работы наших кадров. Значение партийной пропаганды и агитации для социалистического строительства и победоносной борьбы против немецко-фашистских захватчиков.

Исторические указания товарища Сталина и важнейшие решения партии по вопросам партийной пропаганды и агитации. Товарищ Сталин на XVII съезде ВКП(б) о задачах партии в области идейно-политической работы. Указания товарища Сталина на февральско-мартовском Пленуме ЦК ВКП(б) 1937 года об идейно-политическом воспитании коммунистов. Решение Пленума ЦК ВКП(б) об организационной и агитационно-пропагандистской работе партийных организаций в связи с выборами в Верховный Совет СССР (октябрь 1937 г.). Постановление ЦК ВКП(б) от 14 ноября 1938 года о постановке партийной пропаганды в связи с выпуском «Краткого курса истории ВКП(б)». Товарищ Сталин на XVIII съезде ВКП(б) о партийной пропаганде и марксистско-ленинском воспитании членов партии и партийных кадров. Вопросы массовой



политической работы и марксистско-ленинского воспитания в решениях XVIII съезда ВКП(б) и XVIII Всесоюзной партийной конференции.

Органы агитационно-пропагандистской работы партии. Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б). Отделы пропаганды и агитации ЦК компартий союзных республик, обкомов, крайкомов, горкомов и райкомов ВКП(б). Первичные партийные организации и их агитационно-пропагандистская работа.

Городские и районные парткабинеты и агитпункты. Отделы партийной пропаганды в газетах и их роль. Теоретические и агитационно-пропагандистские журналы партии.

Роль изб-читален, клубов, библиотек и красных уголков как опорных пунктов агитационно-пропагандистской работы в деревне. Подбор и воспитание агитационно-пропагандистских кадров — важнейшее условие успеха партийной пропаганды и агитации.

Важнейшие задачи партийной пропаганды и агитации в условиях отечественной войны советского народа против немецко-фашистских захватчиков.

Историческое выступление товарища Сталина по радио 3 июля 1941 года, его доклад на торжественном заседании Московского совета депутатов трудящихся 6 ноября 1941 года, речь на параде Красной Армии 7 ноября 1941 года, приказ от 23 февраля 1942 года и приказ от 1 мая 1942 года — программа агитационно-пропагандистской работы в условиях Великой отечественной войны советского народа против немецко-фашистских захватчиков.

Мобилизация всех сил советского народа на окончательный разгром немецко-фашистских войск в 1942 году — главная задача партийной пропаганды и агитации в дни войны. Воспитание народных масс в духе советского патриотизма. Разоблачение разбойничьих планов германского фашизма и зверств немецко-фашистской армии. Воспитание у советских людей большевистских качеств — храбрости, отваги, незнания страха в борьбе про-

тив врагов нашей родины и непоколебимой уверенности в победе над врагом. Решительная борьба против беззаботности и беспечности, против нытиков и трусов, против настроений мирного времени.

Мобилизация бойцов Красной Армии и Военно-Морского Флота на полный разгром и уничтожение врага. Мобилизация трудящихся СССР на выполнение и перевыполнение производственных заданий, на организацию всесторонней помощи Красной Армии, на преодоление трудностей военного времени. Информация всех трудящихся о текущих политических событиях, о положении на фронтах отечественной войны, о современном международном положении. Беспощадная борьба с дезорганизаторами тыла и паникерами, распространителями ложных слухов и вражеской пропаганды. Систематическая пропаганда военных знаний среди населения. Воспитание народных масс в духе героических традиций русского народа. Разъяснение народным массам значения ленинско-сталинской политики индустриализации и коллективизации для создания условий победы над врагом. Разъяснение массам великой освободительной миссии Красной Армии и советского народа и значения единого фронта всех свободолюбивых народов в борьбе с гитлеризмом.

Партийная пропаганда и ее основные формы. Самостоятельное изучение произведений классиков марксизма-ленинизма. Печатная пропаганда. Устная пропаганда: лекции, семинары, кружки, консультации и беседы.

Политическая агитация в условиях отечественной войны и ее основные формы. Печатная агитация, устная агитация (доклады, беседы, читки), наглядная агитация, радиовещание и т. д.

Партийная пропаганда и агитация на страницах газет и журналов в условиях отечественной войны.

Особенности агитационно-пропагандистской работы в прифронтовых районах и в районах, освобожденных от врага. Разоблачение вражеской пропаганды в этих районах.

## РАЗДЕЛ II

### Тема 2. Печатная пропаганда и агитация

Печать — важнейшее оружие воспитания и организации трудящихся масс. Ленин и Сталин о значении печатной пропаганды и агитации. Важнейшие решения партии по вопросам печати. Постановление ЦК ВКП(б) от 14 ноября 1938 года о роли печати в деле пропаганды марксизма-ленинизма.

Задачи печатной пропаганды и агитации в условиях Великой отечественной войны. Пропаганда задач освободительной войны советского народа против немецких захватчиков. Воспитание народных масс в духе ненависти к врагу. Мобилизация масс на окончательный разгром немецких оккупантов в 1942 году. Систематическая информация населения через печать о ходе военных действий на фронтах отечественной войны. Публикация сообщений Советского Информбюро в газетах и отдельных листовках. Освещение вопросов работы советского тыла. Популяризация боевых эпизодов из жизни фронта. Освещение вопросов текущего момента.

Система печатной пропаганды в СССР. Центральные, республиканские и областные газеты и издательства. Газеты, журналы, книги, брошюры — главное, решающее оружие в пропаганде марксизма-ленинизма.

Использование местными партийными организациями пропагандистских материалов центральных газет, журналов и отдельных изданий.

Районные газеты и их роль в агитационно-пропагандистской работе. Задачи отделов партийной жизни районных газет: показ работы и авангардной роли коммунистов на производстве, освещение вопросов контроля за работой предприятий, обобщение опыта передовых первичных партийных организаций. Указания ЦК ВКП(б) о необходимости строить районные газеты на конкретных, близких и понятных фактах из местной жизни своего района, колхоза, предприятия. Привлечение к участию в газете колхозников, рабочих, интеллигенции. Работа над

литературным стилем газеты. Организация внутриредакционной работы.

Стенная газета и ее задачи.

Задачи местных партийных организаций в продвижении газет, брошюр, листовок и других печатных изданий в массы читателей. Организация книгоношества. Кадры книгонош и работа с ними.

Витрины с газетами.

Краткие сведения о полиграфии.

Руководство партийных организаций печатью.

### **Тема 3. Устная пропаганда**

Ленин и Сталин о значении большевистской пропаганды. Важнейшие партийные решения по вопросам пропаганды.

Образцы пропагандистской работы Ленина и Сталина.

«Краткий курс истории ВКП(б)» и его значение в деле идейно-политического воспитания наших кадров.

Перестройка партийной пропаганды в связи с выходом «Краткого курса истории ВКП(б)». Постановление ЦК ВКП(б) от 14 ноября 1938 года о пропаганде.

Устная пропаганда — важнейшее средство политического воспитания масс. Конкретность, целеустремленность и действенность устной пропаганды.

Лекция — важнейший метод пропаганды марксизма-ленинизма. Задачи местных партийных организаций в постановке лекционной работы. Организация лекторских групп и содержание их работы. Разработка тематики лекций, подбор и подготовка лекторов, контроль за качеством их работы. Организация популярных, массовых лекций по вопросам текущего момента и по отдельным теоретическим и политическим вопросам. Цели лекций. Организационная подготовка лекций. Изучение запросов масс, их отзывов и пожеланий о лекциях.

Семинары — одна из форм теоретической подготовки кадров пропагандистов и руководящих партийных, комсомольских, хозяйственных и других работников. Организация семинаров при райкомах, горкомах и обкомах пар-

тия. Подбор руководителей семинаров. Содержание и методы работы семинаров. Тематический план работы семинаров.

Консультации и их значение в политическом самообразовании кадров. Подбор квалифицированных консультантов. Организация индивидуальных и групповых консультаций по теоретическим и политическим вопросам при парткабинетах и агитпунктах. Организация выездных консультаций.

Кружки — одна из форм идейного воспитания партийных и непартийных большевиков. Подбор руководителей кружков. Содержание и метод работы кружков. Программа работы кружка. Живая беседа и товарищеская дискуссия в кружках.

Особенности устной пропаганды в освобожденных от немецких оккупантов районах.

Задачи партийных организаций в руководстве всеми формами устной пропаганды.

#### **Тема 4. Устная агитация**

Ленин и Сталин о значении устной агитации. Важнейшие партийные решения по вопросам агитации. Устав ВКП(б) об обязанностях членов партии «разъяснять беспартийным массам смысл политики и решений партии». Выступление товарища Сталина по радио 3 июля 1941 года, доклад на торжественном заседании Московского совета депутатов трудящихся 6 ноября 1941 года, речь на параде Красной Армии 7 ноября 1941 года, приказ от 23 февраля 1942 года и приказ от 1 мая 1942 года — программа политической работы в массах.

Правдивость, конкретность и действительность большевистской агитации.

Значение систематичности и повседневности в ведении устной агитации.

Организация и содержание агитационно-массовой работы среди различных групп населения — рабочих, колхозников, интеллигенции, домашних хозяйств, учащихся, мо-

подежи, эвакуированного населения и в освобожденных от немецко-фашистских захватчиков районах.

Возросшая роль устной агитации в условиях Великой отечественной войны.

Повседневное разъяснение советскому народу вопросов текущего момента, политических и хозяйственных мероприятий партии и правительства. Мобилизация трудящихся масс на выполнение хозяйственно-политических задач.

Основные формы устной агитации: собрания и митинги трудящихся, доклады и беседы, читки газет и сообщений Советского Информбюро, вечера вопросов и ответов, политинформации.

Организационные вопросы политической агитации. Подбор докладчиков и беседчиков. Своевременное извещение трудящихся о проводимых мероприятиях. Подготовка помещений для собраний.

Индивидуальная агитация—наиболее простая и наиболее доходчивая форма политического воспитания трудящихся. Повседневная агитация на фабриках, заводах, колхозах, совхозах, МТС, в общежитиях, квартирах, поездах и вокзалах.

Кадры агитаторов. Необходимость участия руководящих партийных, советских, комсомольских, профсоюзных и хозяйственных кадров в политической агитации. Группы докладчиков при райкомах и горкомах ВКП(б). Привлечение к агитационной работе непартийных большевиков.

Работа партийных комитетов и партийных бюро с агитаторами. Систематическая информация агитаторов по вопросам текущего момента, международного положения и хода отечественной войны, задач данного предприятия, колхоза, учреждения и т. д. в условиях войны. Контроль за работой агитаторов. Передача опыта лучших агитаторов. Работа агитколлективов и партийное руководство ими.

## **Тема 5. Использование сообщений Советского Информбюро в агитационно-пропагандистской работе**

Значение политической информации в период отечественной войны. Сообщения Советского Информбюро — основной документ для информации населения о ходе военных действий на фронтах отечественной войны.

Задачи партийных организаций в распространении сообщений Советского Информбюро. Своевременная публикация сообщений Советского Информбюро в газетах, издание их отдельными листовками и расклейка на видных местах. Размножение сообщений Советского Информбюро на шапирографах, пишущих машинках, от руки и своевременная доставка их на предприятия и в колхозы.

Организация коллективного слушания сообщений Советского Информбюро по радио.

Организация чтот сообщений Советского Информбюро на заводах, в колхозах, в общежитиях, в жилых домах. Предварительная подготовка агитатора к беседам и чтениям сообщений Советского Информбюро. Использование географических карт, фотодокументов и других наглядных пособий при разъяснении сообщений Советского Информбюро. Использование сообщений Советского Информбюро как документа, мобилизующего на выполнение текущих производственных задач.

Организация докладов и бесед в связи с опубликованием специальных сообщений Советского Информбюро. Использование сообщений Советского Информбюро в работе кружков текущей политики.

## **Тема 6. Наглядная агитация**

Значение наглядной агитации в массово-политической работе. Лозунги, плакаты, «Окна ТАСС», газетные витрины, фотогазеты, доски показателей социалистического соревнования, портретные галереи стахановцев и героев отечественной войны, выставки литературы и произведений искусства, географическая карта и т. д. — средства наглядной агитации.

Значение политического лозунга и плаката в условиях Великой отечественной войны. Использование лозунгов и плакатов в агитационно-массовой работе. Местная тематика в лозунге и плакате. Использование фотодокументов в агитационной работе.

Значение газетных витрин в деле своевременной информации населения о текущих событиях. Устройство газетных витрин. Ежедневная вывеска свежих номеров газет и сообщений Советского Информбюро. Контроль отделов пропаганды и агитации райкомов и горкомов ВКП(б) за использованием газетных витрин.

Производственная наглядная агитация. Организация досок показателей социалистического соревнования. Портретные галереи стахановцев. Витрины брака. Карикатуры на местные темы.

Использование географической карты в агитационно-массовой работе. Выставки политической и художественной литературы и произведений искусства на темы о героическом прошлом русского народа и патриотизме советских людей.

Контроль отделов пропаганды и агитации райкомов и горкомов ВКП(б) за качеством и состоянием всех видов наглядной агитации.

## **Тема 7. Пропаганда военных знаний**

Значение пропаганды военных знаний в условиях отечественной войны. Ленин и Сталин о военном обучении народа. Задачи партийных организаций в деле военной подготовки народа.

Военно-политическая пропаганда. Популяризация героических военных традиций русского народа.

Задачи партийных организаций по реализации постановления Совнаркома СССР о всеобщей обязательной подготовке населения к противовоздушной обороне и постановления Государственного Комитета Обороны о всеобщем обязательном обучении военному делу граждан СССР.

Пропаганда военных знаний. Изучение стрелкового дела. Ознакомление с боевым опытом Красной Армии. Повыше-



ние уровня военных знаний праждан, прошедших обучение в системе Всевобуча.

Пропаганда знаний ПВХО. Устройство щелей, убежищ и защита от отравляющих веществ. Ознакомление населения с правилами поведения по сигналу воздушной тревоги и с техникой тушения зажигательных бомб. Пропаганда санитарных знаний.

Методы пропаганды военных знаний. Доклады, лекции, беседы и консультации по военным вопросам. Занятия в оборонных кружках с населением, не привлеченным к Всевобучу. Кружки ПВХО, санитарные кружки. Демонстрация военных кинофильмов и диафильмов. Освещение в печати вопросов военного дела, ПВХО и санитарной обороны. Литература по военным вопросам.

Роль парткабинетов в пропаганде военных знаний. Организация военных кабинетов, уголков ПВХО и санитарного дела.

Кадры пропагандистов военного дела и работа с ними.

### **РАЗДЕЛ III**

#### **Тема 8. Агитационно-пропагандистская работа на фабриках и заводах**

Задачи промышленности в условиях отечественной войны. Перестройка всей промышленности страны на военный лад.

Задачи агитационно-пропагандистской работы на фабриках и заводах в военное время. Мобилизация масс на выполнение заказов фронта. Организация политической информации. Разъяснение советских законов военного времени. Популяризация опыта стахановской работы. Разоблачение конкретных виновников срыва производственных заданий.

Формы агитационно-пропагандистской работы на предприятиях. Ежедневное ознакомление рабочих и служащих с сообщениями Советского Информбюро. Организация чтот газетных материалов на предприятиях. Организация бесед на политические темы, докладов, лекций, митин-

гов, вечеров вопросов и ответов. Кружки по изучению истории ВКП(б), устава и программы партии, истории СССР, текущих событий. Тематические кружки. Организация собраний для обсуждения итогов работы и задач данного производственного участка. Производственные совещания, собрания стахановцев, совещания по обмену производственным опытом. Производственная пропаганда на фабриках и заводах. Пропаганда военных знаний и организация военно-физкультурной работы. Связь коллектива предприятия с частями Красной Армии. Заводские газеты — многотиражки и стенные газеты — могучее средство агитационно-пропагандистской работы на предприятии. Организация коллективного слушания радио.

Наглядная агитация на предприятиях — плакаты, лозунги, «Окна ТАСС», боевые листки, обращения-молнии, галереи портретов лучших стахановцев. Доски показателей социалистического соревнования, витрины брака и т. д.

Подбор и расстановка агитаторов и пропагандистов на производстве. Агитколлективы как форма подготовки агитаторов. Совещания агитаторов, обмен опытом работы агитаторов. Инструктаж и проверка работы агитаторов парткомами и бюро партийных организаций.

Работа агитпунктов, библиотек и красных уголков на предприятиях. Своевременная доставка и распространение газет, журналов, сообщений Советского Информбюро на предприятии.

Организация агитационно-пропагандистской работы в ночных и вечерних сменах.

Агитмассовая работа в рабочих поселках, общежитиях и бараках.

Политическая работа на предприятиях среди женщин, молодежи и новых рабочих. Индивидуальная агитация.

## **Тема 9. Агитационно-пропагандистская работа в колхозах, совхозах и МТС**

Отечественная война и задачи колхозов, совхозов и МТС. Задачи агитации и пропаганды в колхозах, совхозах и МТС в условиях войны — мобилизация всех сил

колхозной деревни на обеспечение фронта хлебом, мясом, рыбой, овощами и промышленности — сырьем.

Организация агитационно-пропагандистской работы на селе. Чтение газет, проведение бесед, собраний. Систематические выступления руководящих районных работников перед массами колхозников с докладами на общеполитические темы. Лекции, доклады, чтения и беседы в избах-читальнях, красных уголках, колхозных клубах. Работа агитаторов по десятидворкам и пятидворкам. Агитационно-пропагандистская работа среди женщин-колхозниц. Индивидуальная агитация. Наглядная агитация на селе. Значение и организация газетных витрин на селе. Роль районных и стенных газет в массово-политической работе в колхозах, совхозах и МТС. Организация массовой политической работы в полевых станках, в бригадах и звеньях в период полевых работ. Кадры сельских агитаторов — сельская интеллигенция (учителя, агрономы, врачи), колхозный актив. Работа с агитаторами на селе. Работа сельских агитколлективов.

Политотделы МТС и совхозов и их роль в организации политической работы на селе.

Задачи комсомола в агитационно-пропагандистской работе на селе. Агротехническая пропаганда в колхозах и совхозах. Передача опыта передовых тракторных, полеводческих, животноводческих бригад и лучших колхозников и рабочих совхозов.

### **Тема 10. Агитационно-пропагандистская работа на транспорте**

Отечественная война и задачи транспорта. Роль транспорта в переброске войск и доставке на фронт вооружения, боеприпасов, продовольствия. Задачи транспортников в прифронтовой полосе.

Значение агитационно-пропагандистской работы для мобилизации работников транспорта на разрешение задач военного времени. Популяризация стхановских методов работы на транспорте. Задачи парторганизаций и политотделов в развертывании агитационно-пропагандист-

ской работы на транспорте. Организация агитационно-пропагандистской работы на транспорте в соответствии с характером работы различных служб — паровозные и вагонные депо, мастерские, поездные бригады, службы пути и др. Политическая работа на отдаленных участках и мелких станциях. Агитационно-массовая работа среди пассажиров на вокзалах и в поездах. Организация газетных витрин на транспорте. Ознакомление пассажиров и поездных бригад с сообщениями Советского Информбюро. Наглядная агитация на станциях железных дорог. Агитпункты на станциях железных дорог и их роль в агитационно-пропагандистской работе на транспорте.

Роль дорожных, отделенческих и станционных газет в массово-политической работе на железнодорожном транспорте. Подбор и расстановка агитаторов и пропагандистов на транспорте. Руководство агитаторами и пропагандистами на транспорте.

## **Тема 11. Агитационно-массовая работа на строительстве**

Задачи строительства в военное время. Промышленное строительство, строительство дорог и каналов, укрепленных рубежей и оборонных объектов. Задачи агитационно-массовой работы на строительстве.

Политическая работа в связи с мобилизацией рабочей силы на строительство.

Агитмассовая работа на строительных участках. Ежедневное ознакомление рабочих с сообщениями Советского Информбюро, читка и разъяснение газетных материалов в бригадах. Организация докладов и лекций для строителей. Организация собраний строителей с обсуждением производственных вопросов. Передача опыта лучших бригад и передовых людей стройки. Организация на строительстве агитпунктов, красных уголков, библиотек, радиоустановок и их задачи в политической работе среди строителей. Печатная агитация на строительстве. Своевременное обеспечение строителей газетами. Выпуск стенгазет, боевых листков на стройках. Лозунги, плакаты, фотовитрины и доски показателей как средство мобилиза-

ции строителей на выполнение производственных задач. Агитмашины, агитбригады и кружки художественной самодеятельности на строительстве. Концертно-эстрадные выступления, спектакли, киносеансы для строителей. Агитмассовая работа в общежитиях и бараках строителей.

Кадры агитаторов на строительстве и работа с ними.

## **Тема 12. Массово-политическая работа с населением по месту жительства**

Значение массово-политической работы с населением в условиях Великой Отечественной войны. Опыт массово-политической работы с населением в период избирательных кампаний.

Содержание массово-политической работы с населением. Повседневная политическая информация населения. Мобилизация широких масс населения на помощь фронту. Разъяснение законов военного времени. Проведение кампаний по сбору теплых вещей, подарков для Красной Армии. Организация шефства над госпиталями, привлечение в ряды доноров. Организация противовоздушной, противохимической и противопожарной обороны. Пропаганда военных знаний среди населения.

Организация докладов, лекций, бесед и чтот газет в жилых домах. Работа агитпунктов при домоуправлениях и участках ПВХО. Красные уголки в домоуправлениях. Организация экскурсий, киносеансов. Стенгазета в доме и ее роль.

Подбор кадров агитаторов и работа с ними. Привлечение актива домохозяек к массово-политической работе в доме. Привлечение депутатов районных и городских советов к массово-политической работе с населением.

## **Тема 13. Массово-политическая работа среди интеллигенции**

Значение марксистско-ленинского воспитания кадров советской интеллигенции. Ленин и Сталин о политической работе среди интеллигенции. Решения партии по во-

просу о политической работе среди интеллигенции. Пропаганда марксизма-ленинизма среди интеллигенции.

Задачи советской интеллигенции в условиях отечественной войны.

Мобилизация советской интеллигенции на разрешение хозяйственно-политических задач военного времени. Роль инженерно-технических работников в выполнении заказов фронта. Кадры сельской интеллигенции и их роль в перестройке сельского хозяйства на военный лад. Задачи работников науки, литературы и искусства в обслуживании нужд фронта и тыла. Медицинские работники на службе фронта.

Особенности политической работы среди различных групп интеллигенции — учителей, агрономов, инженерно-технических работников, работников литературы и искусства, работников науки и т. д.

Организация помощи кадрам интеллигенции, самостоятельно изучающим марксизм-ленинизм. Организация лекций и докладов по вопросам Великой отечественной войны и международного положения. Цикловые лекции для интеллигенции.

Организация собраний и митингов советской интеллигенции. Подбор кадров пропагандистов для работы среди интеллигенции.

Задачи творческих организаций советской интеллигенции — союзы писателей, композиторов, художников, архитекторов, театральное общество, научные инженерно-технические общества и др. в условиях отечественной войны.

Учреждения клубного типа — дома ученых, дома учителя, дома работников искусств и др. и их роль в проведении политической работы среди интеллигенции.

Использование кадров советской интеллигенции в агитационно-пропагандистской работе среди рабочих и колхозников. Агитационно-пропагандистская работа инженерно-технических работников на предприятиях промышленности и транспорта. Агитационно-пропагандистская работа советского учителя на селе. Привлечение к

агитационно-пропагандистской работе других слоев сельской интеллигенции — врачей, агрономов, зоотехников и др.

Задачи партийных организаций в деле руководства политической работой среди интеллигенции и использования кадров советской интеллигенции для агитационно-пропагандистской работы в городе и деревне.

#### **Тема 14. Политико-воспитательная работа среди молодежи**

Великая освободительная война и задачи советской молодежи. Комсомол — боевой резерв Красной Армии. Военное обучение и физкультурная подготовка молодежи. Изучение военно-санитарного дела. Подготовка медсестер и сандружинниц. Героическая работа советской молодежи в промышленности, сельском хозяйстве, на транспорте. Мобилизация молодежи на быстрое выполнение заказов фронта. Подготовка трудовых резервов из молодежи. Воспитание молодежи на примерах героев отечественной войны.

Политико-воспитательная работа комсомола среди различных групп молодежи — рабочей и колхозной молодежи, учащихся школ и ремесленных училищ. Доклады, лекции и беседы для молодежи. Кружки по изучению истории ВКП(б) и текущей политики. Организация вечеров вопросов и ответов.

Подготовка и проведение собраний и митингов молодежи. Собрания молодых стахановцев для обсуждения производственных вопросов и обмена опытом. Проведение чток и бесед на политические темы среди молодежи. Печатающая пропаганда и агитация среди молодежи.

Наглядная агитация среди молодежи. Лозунги, плакаты для молодежи. Организация фотопазет и выставок. Выпуск стенных газет и боевых листов.

Работа комсомольских организаций в клубах, избах-читальнях, красных уголках. Создание агитбригад, кружков художественной самодеятельности. Организация шиф-

ства комсомольских организаций над воинскими частями и госпиталями.

Кино, театр, радио, художественная литература — мощное средство политико-воспитательной работы с молодежью.

Кадры агитаторов среди молодежи и работа с ними. Участие комсомольского актива в агитации и пропаганде среди молодежи. Созыв совещаний комсомольских агитаторов и пропагандистов для обмена опытом, организации квалифицированных консультаций и инструктивных бесед для них. Семинары секретарей первичных комсомольских организаций. Помощь со стороны городского и районного пропагандистского актива в проведении агитационной работы среди сельской молодежи. Организация работы постоянных комиссий по пропаганде и агитации райкомов и горкомов комсомола.

Руководство партийных организаций политико-воспитательной работой комсомола.

### **Тема 15. Работа партийных кабинетов и агитпунктов в условиях Великой отечественной войны**

Отечественная война и перестройка работы парткабинетов. Задачи парткабинетов по развертыванию агитационно-массовой работы среди населения. Работа с пропагандистами и агитаторами в парткабинете. Задачи партийных кабинетов в деле пропаганды марксизма-ленинизма. Городские, районные и заводские партийные кабинеты.

Организация групповых и индивидуальных консультаций. Выездные консультации на предприятиях, в колхозах, в домоуправлениях. Библиографическая работа парткабинетов. Организация справочной работы. Подбор материалов для агитаторов, пропагандистов, докладчиков. Организация лекций и инструктивных докладов. Организация выставок фотоматериалов, литературы, наглядных пособий. Изучение и обобщение опыта работы агитаторов и пропагандистов. Помощь агитаторам в использовании географической карты, газетных вырезок, фотомате-



риалов. Военная работа парткабинетов. Организация военных коммат и утолков.

Работа библиотеки парткабинета. Порядок пополнения книжного фонда библиотеки. Использование книжного фонда парткабинетов. Организация передвижек политической и военной литературы. Помощь со стороны парткабинета в налаживании политико-массовой работы в библиотеках, избах-читальнях, клубах, красных уголках. Оформление парткабинетов. Привлечение актива для работы в парткабинете. Значение агитационных пунктов на станциях железных дорог в военное время.

Директива ЦК ВКП(б) о работе агитпунктов на станциях железных дорог. Руководство работой агитпунктов со стороны политотделов железных дорог и местных партийных организаций. Повседневная политическая информация пассажиров — основная задача агитпунктов. Справочная работа агитпунктов. Доклады, лекции, беседы и читки в помещении агитпункта. Читки газет, сообщений Советского Информбюро и беседы на политические темы в эшелонах и вагонах пассажирских поездов. Расклейка сообщений Советского Информбюро. Газетные витрины на станциях железных дорог. Снабжение проходящих эшелонов свежими газетами. Оформление агитпункта. Радиофикация вокзалов и помещений агитпунктов. Библиотеки в агитпунктах. Географические карты и справочные пособия. Использование кино в работе агитпунктов. Подбор кадров агитаторов для агитпунктов.

## **Тема 16. Роль политико-просветительных учреждений, радио, кино и театров в агитационно-пропагандистской работе**

Ленин и Сталин о политико-просветительной работе как важном средстве коммунистического воспитания масс. Решения партии о политико-просветительной работе.

Система политико-просветительной работы в СССР. Политико-просветительные учреждения — красные уголки, клубы, избы-читальни, дома и дворцы культуры, библиотеки, музеи, парки культуры и отдыха. Задачи поли-

тико-просветительных учреждений города и деревни в условиях отечественной войны.

Печать, радио, лекции, доклады, беседы, выставки, экскурсии, кино, художественная самодеятельность в работе политпросветучреждений. Организация консультационно-опрабочной работы в политпросветучреждениях. Работа политпросветучреждений в связи с Всеобучем и участие их в подготовке населения к ПВХО и ГСО.

Роль политпросветучреждений в организации производственной и агротехнической пропаганды. Участие политпросветучреждений в проведении политических и хозяйственных мероприятий в городе и деревне. Руководство парторганизаций политико-просветительными учреждениями города и деревни.

Радио — важнейшее средство повседневного политического воспитания и мобилизации трудящихся на решение политических и хозяйственных задач.

Роль радио в условиях Великой отечественной войны. Повседневная информация через радио о положении на фронтах отечественной войны. Организация коллективного слушания по радио сообщений Советского Информбюро, политических радиопередач, последних известий. Использование радио в работе агитаторов и пропагандистов. Радиофикация населенных пунктов. Радиоузлы и пункты коллективного слушания. Задача парторганизаций по руководству ими. Местное радиовещание.

Советское искусство как средство коммунистического воспитания трудящихся.

Ленин о кино как наиболее важном и массовом из всех видов искусств. Советское кино по содержанию и художественному уровню — самое передовое в мире. Тематика советского кино. Лучшие фильмы советского кино («Броненосец Потемкин», «Чапаев», «Щорс», «Ленин в 1918 году», «Александр Невский», «Суворов», «Большая жизнь», «Великий празднщик», «Оборона Царьцына» и др.). Развитие киноискусства в национальных республиках, отображающего жизнь и борьбу братских народов СССР. Значение хроники с фронтов отечественной войны

в политической агитации. Использование кино в агитационно-пропагандистской работе. Значение научно-популярных, военно-учебных и технических фильмов. Репертуар кинотеатров, кинофестивали. Работа сельских кинопередвижек.

Театры как средство большевистского воспитания трудящихся. Лучшие классические и современные произведения драматургии в советских театрах. Областные и районные театры и их репертуар. Посылка концертных бригад в деревню. Расцвет национального театрального искусства в СССР. Театральные бригады на фронтах отечественной войны, в частях Красной Армии и в госпиталях. Культурное шефство театральных коллективов над госпиталями и частями Красной Армии.

(«Пропагандист» № 4, 1942 г.).

---

## СО Д Е Р Ж А Н И Е

	Стр.
<b>Передовая.</b> Восславить социалистическое соревнование . . . . .	3
<b>М. Калинин.</b> Некоторые вопросы партийно-массовой работы . . . . .	19
<b>Г. Александров.</b> Великая сила большевистских идей . . . . .	41
<b>А. Маханов.</b> Устная пропаганда в дни Отечественной войны . . . . .	68
<b>А. Пузин.</b> Задачи печати в дни войны . . . . .	87
<b>Н. Кондаков.</b> Как использовать сообщения Советского Информбюро в агитационно-пропагандистской работе . . . . .	110
<b>Программа</b> по курсу «Пропаганда и агитация в условиях военного времени» . . . . .	131

— — — — —

Ответ. за выпуск Н. Богданова  
Технический редактор Т. Назаров  
Корректор А. Токаева

---

Подписано к печати 2/VII 1942 г.  
НГ18491. Тираж 10.000. Печ. л. 4 $\frac{3}{4}$ .  
Зн. в печ. л. 48.000. Заказ № 2477.

---

Саратов. Типография газетно-книж-  
ного издательства Обкома ВКП(б).

В.И.И.И.

Цена 1 рубль.