

D 88

19 ноября 1921 г.

Главполитпросвет.
Агитотдел

СХЕМА ОРГАНИЗАЦИИ АГИТКАМПАНИЙ

У Агитотдела Главполитпросвета нет своей особой программы работы. Он служебно и подробно следует плану общественного строительства, обслуживая его. Массы растут основным образом не в ходе нашей просветительной работы, а в ходе политической борьбы и государственного строительства. Задача агитационно-просветительной работы в том, чтобы осветить, углубить, организовать этот стихийный рост сознания в направлении развивающейся диктатуры пролетариата.

Основная задача Агитотдела заключается в том, чтобы обслужить ударную область советского строительства в той ее части, участниками которой являются рабочие и крестьянские массы.

В центре забот Агитотдела должен стоять вопрос об ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ АГИТОТДЕЛОМ И ЭКОНОМИЧЕСКИМ И ПОЛИТИЧЕСКИМ ОТДЕЛАМИ. Агитотдел должен быть в курсе основных политических решений Компарта, исполкома Экономического совещания³¹⁷, Профсовета, Губсоюза и т.д. Он обеспечивает себе для этого регулярную возможность присутствовать на важнейших заседаниях этих учреждений, чтобы быть в курсе политики ее конкретной деловой постановки. Для Агитотдела важнее всего поставить эту связь. Здесь он должен достигнуть гибкости в техническом отношении, приближающейся к гибкости газетной работы, а в политическом отношении к гибкости парткома, с той, конечно, существенной разницей, что Агитотдел никакой политики не делает, а только своевременно осведомляется о ней и организует агитационно-просветительное обслуживание ее.

В этом отношении нужно различать несколько стадий работы:

I. Связь с советскими и партийными органами для решения вопроса о том, какие вопросы следует поставить в очередь.

II. Утверждение программы работ.

III. Практическое проведение её. <...>

³¹⁷ На необходимость создания в губерниях и областях высших хозяйственных органов – Экономических совещаний в своем постановлении указал VIII Всероссийский съезд Советов в 1920 г. В 1922–1937 гг. Экономические совещания как орган для руководства народнохозяйственной деятельностью существовали при СНК союзных республик, подчиняясь СТО.

Организационная предпосылка проведения агиткампании

Агиткампания обслуживает ту или иную хозяйственную, политическую, союзную кампанию, организатором которой является тот или иной отдел исполкома (земотдел, продком и т.д.) или другой орган.

Важнейшим условием деловой, практически и политически правильной постановки агитационного обслуживания кампании является установление, хотя и временного, но тесного сотрудничества с соответствующим органом.

Тип этого сотрудничества примерно таков: соответствующий советский орган выделяет квалифицированного работника, который является политическим редактором кампании в области специальных вопросов кампании.

Агитотдел выделяет ответственного секретаря данной агиткампании, который под руководством завагита организует проведение ее в типичных формах агиткампании.

Конкретизация плана отдельной кампании

Завагит совместно со специальным редактором кампании и ответственным секретарем намечают конкретный план данной кампании, ориентируясь на типичные схемы агиткампаний (см. приложение). <...>

Приложение

ВИДЫ ЛИТЕРАТУРНОГО МАТЕРИАЛА ДЛЯ АГИТКАМПАНИЙ

А. Центральный материал	Б. Местный материал	Примечание: Местный материал, образцы которого даются в центре
Пособия для курсов первой очереди (лекторская группа).	Вкладной лист.	Образец.
Пособия для курсов второй очереди.	Вкладной лист.	Образец.
Специальный номер Агитвести.		
Собрание декретов.	Вкладной лист.	Программу дать.
Практический ... ³¹⁸ для массовых организаций.	Вкладной лист.	Программу дать.
Учебная категория для школ взрослых.		

³¹⁸ Здесь и ниже отточие документа.

Учебный материал для ликвидационного пункта.		
Учебный материал для школ I и II ступени.		
Массовое чтение (с фото) (устная газета).	Дополнение.	Образец.
Местные специальные газеты.	Программу.	
Плакат.	Местный плакат.	Образец
Агитпьеса.		
Частушки.		
Витрины.		
Тексты отдельных декретов.		
Лекция.		
Листовка.		

ГАРФ. Ф. А-2313. Оп. 2. Д. 2. Л. 30-34.