

63.3 (2Рос-4Тул) 61
А26

Нес

ОКР

Пролетария всех стран, соединяйтесь!

АГРОПРОПАГАНДА

В ВЕСЕННЕ-ЛЕТНИЙ ПЕРИОД.

0
222-984
5225



Издание Тульского Губкома РКП (б).

ТУЛА - МАЙ - 1925.

65. 63.3 (2Р-4ТУЛ) 61
A 26
726

374.3.63/07

V
Скал

Пролетарии всех стран, соединяйтесь!

Включена в
международный
каталог

АГРОПРОПАГАНДА

В ВЕСЕННЕ-ЛЕТНИЙ ПЕРИОД.



Издание Тульского Губкома РКП (б)

ТУЛА. — МАЙ — 1925.



кн. 1953, 1. 259030
22.2.984
5225

1964 г.



CV 22357-17 T

Разреш. Гублит № 397.

Тираж 1500 экз.

1-я типография Тулпечати, ул. Коммунаров, 42.

Тулльская областная библиотека
им. В. И. Ленина

ПРЕДИСЛОВИЕ.

В обстановке все растущей культурной и хозяйственной активности деревни агрономическая пропаганда приобретает все большее и большее значение, превращаясь в одно из главнейших средств для продвижения сельского хозяйства по пути действительного культурного под'ема. Но современная постановка агропропаганды, и в частности за истекший зимний период, не отвечала пред'являемым ей обстановкой задачам.

Отсутствие достаточной плановости агропропаганды и местных центров, ее об'единяющих; распыленность агропропагандистских сил и слабая подготовка значительной их части; зачастую отрыв пропаганды от действительной жизни, вследствие несоответствия ее местным нуждам и возможностям; слабость вовлечения в агропропаганду культурно хозяйствующего крестьянского населения и слабая практика целого ряда ценнейших форм агропропаганды — вот в основном сумма недочетов, которые мешали агропропаганде подняться до уровня разрешения задач, стоящих сейчас перед сельским хозяйством.

Агропропаганда в наступивший полевой период имеет исключительно большое значение и особо большие возможности для своей успешной постановки. Здесь нужно только во время учесть ошибки прошлого и особенности летней обстановки работы и пред'являемых ею требований и, исходя из этих данных, наметить плановую систему агропропагандистских мероприятий, отвечающих нуждам и возможностям летнего времени.

Помочь местным партийным, комсомольским, шефским и политико-просветительным организациям в разрешении этой основной организационной задачи, обеспечивающей успех всей летней агропропаганды и имеет в виду АПО Губкома, издавая настоящий материал инструктивного доклада т. Казуто, прочитанного им на Тульском городском шефсовещании.

АПО ГУБКОМА.

Агропропаганда в весенне-летний период.

1. Задачи агропропаганды.

1. Революция в корне изменила весь производственный строй и поставила хозяйство на путь социалистического строительства.

Агропропаганда, правильно организованная и планомерно проводимая, является одним из действительных средств, чтобы двинуть крестьянское хозяйство по этому пути.

2. Агропропаганда должна осуществить следующие основные задачи:

а) сообщить населению необходимые сел.-хоз. знания, применение которых в условиях данного района поднимет производительность сельского хозяйства;

б) вызвать активность среди населения и добиться применения пропагандируемых агрикультурных мероприятий в массовом масштабе и

в) организовать распыленное сельское хозяйство в различные производственные кооперативы для дальнейшей работы в области развития производительных сил в сельском хозяйстве.

2. Условия успешности агропропаганды.

3. Разрешение этих задач в условиях нашей деревни встречает ряд затруднений и добиться их осуществления возможно при наличии следующих условий:

а) агропропаганда, как и всякое другое агрономическое мероприятие, должна быть построена по определенному плану и системе. Кустарничество в проведении агропропаганды вредно и менее всего допустимо.

б) агропропаганда должна быть строго увязана с общим планом восстановления сельского хозяйства в районе; отсюда вытекает необходимость построения не случайной, а четкой и конкретной программы, ставящей в центре внимания наиболее острые хозяйственные нужды деревни;

в) агропропаганда должна строиться на данных местных опытных учреждений и подкрепляться примерами из практики местных передовых крестьянских хозяйств.

Ссылки на заграничные данные оказывают слабое действие.

г) при разработке плана и программы агропропаганды необходимо вносить мероприятия, доступные для рядового, массового крестьянского хозяйства;

д) пропаганда должна всегда сопровождаться экономическими расчетами и подтверждаться проводимыми в летний период показательными мероприятиями.

4. Необходимо особо выделить непременно объединение всех культурных сил деревни вокруг единого центра агропропаганды в районе — избы-читальни и добиться полной увязки в работе с одной стороны специалистов сельского хозяйства (агронома, землеустроителя, ветврача, лесовода, мелиоратора и т. д.) и с другой — партийцев, просветителей и политпросветработников.

5. Наконец, агропропаганда лишь тогда будет иметь наибольший практический результат, когда она будет проводиться не в распыленной массе, а среди организованного в группы деревенского актива (сел.-хоз. кружки, коллективные хозяйства, кооперативы).

3. Основные недочеты агропропаганды истекшей зимы.

Учитывая опыт зимнего периода, наряду с имеющимися достижениями надо отметить и имевшие место недочеты.

К недочетам относятся:

а) отсутствие в районах центра агропропаганды, так как в большинстве случаев избы-читальни эту задачу не разрешили, а сельско-хозяйственные советы недостаточно развили свою деятельность;

б) Отсутствие единого плана агропропаганды и ее неувязка с общим планом восстановления сельского хозяйства в районе;

в) разрозненность агропропаганды, распыленность сил и недостаточное вовлечение в агропропаганду, помимо земработников, остальных культурных работников деревни;

г) отсутствие организованного участия в проведении агропропаганды самого хозяйствующего населения в лице передового крестьянства;

д) не всегда агропропаганда задевала самые болезненные и существенные вопросы сельского хозяйства, а также сплошь и рядом не учитывались конкретные возможности для проведения пропагандируемых мероприятий.

Это создавало отрыв агропропаганды от действительных запросов жизни и, конечно, не только не вызывало необходимой активности со стороны крестьянства, а, наоборот, действовало расхолаживающе на население.

е) Слабо были использованы различные новые формы и методы массовой агропропаганды: агитсуды, агитпьесы, сел.-хоз. митинги, конференции и съезды и т. п.;

ж) слабо поставлен, в особенности качественный, учет агропропаганды и ее практические достижения.

4. Агропропаганда в полевой период, ее содержание, формы и методы.

а) Условия летней агропропаганды.

6. Переходя к агропропаганде в полевой период, необходимо в основу построения плана положить все указанные выше принципы и устранить выявившиеся недочеты.

В полевой период агропропаганда не только возможна, но и необходима.

Все дело будет заключаться только в изменении формы агропропаганды.

7. В полевой период надо иметь в виду: удлиненный рабочий день, недостаток времени для отдыха, особенно

страдные периоды в работе (напр., уборка и т. д.) и в связи с этим согласовывать агропропаганду с условиями крестьянского труда и быта.

В полевой период надо подойти к массе еще с более упрощенными формами агропропаганды.

б) Агроэкскурсии—основной метод летней агропропаганды.

8. Здесь надо в первую очередь использовать обилие живых экспонатов в полях, которые дает неистощимый материал для агропропаганды.

В первую очередь широко используется экскурсионный метод.

Крестьянские экскурсии устраиваются: 1) на крестьянские поля, где демонстрируются: узкополосица, длинноземелье, межники, сорные травы, отсталая техника обработки почвы и т. д., а наряду с этим ведутся наблюдения над заложенными на крестьянских полосах показательными участками; 2) на опытные учреждения с целью установления связи их с населением и использования в крестьянских хозяйствах достижений опытных полей; 3) на агропункт—в целях ознакомления с его работой в части, касающейся воздействия на крестьянские хозяйства; 4) в совхозы и колхозы—для ознакомления с этими новыми формами хозяйства и их достижениями.

9. При организации экскурсий на опытные поля, совхозы, коллективы, агропункты необходимо устраивать демонстрацию работы улучшенного сел.-хоз. инвентаря и сложных машин, закрепляя такую демонстрацию докладом и беседой о механизации крестьянского хозяйства и об организации машинных товариществ, которые дадут возможность применять самые сложные машины в крестьянских хозяйствах.

При организации экскурсий возникает вопрос о руководителе, так как успех экскурсии в значительной степени будет зависеть от умения руководителя вызвать самодеятельность и инициативу у населения, на наглядных примерах во время экскурсии подчеркнуть все недостатки

современного крестьянского хозяйства, пробудить активность у экскурсантов и добиться практического проведения в жизнь ряда возможных улучшений.

Для экскурсий на опытные поля и станции, в совхозы, колхозы и т. д., вопрос с руководителем решается просто. В качестве руководителя может быть использован заведывающий полем, хозяйством, председатель или член правления колхоза, сел.-хоз. совета и т. п.

При организации же экскурсии на крестьянские поля и в крестьянские хозяйства в качестве руководителей можно использовать местных специалистов сельского хозяйства (агроном, землеустроитель, ветврач), учительство, руководителей с/х кружков и передовых крестьян.

в) Летние сезонные агитки.

10. Наряду с экскурсиями в полевой период проводятся агитки по сезонным, массовым агрикультурным мероприятиям на темы: борьба с межниками, ранний пар, бронирование семенников клевера, правильный уход за навозом в поле, подготовка семян к озимому посеву, вспашка с осени под яровые, борьба с пастьбою скота по всходам озимых, организация местных семфондов. Для каждой агитки устанавливается время, в зависимости от наступления срока этих работ, дается четкий лозунг и вовлекаются все культурные силы.

Для успешного проведения агитки необходимо: 1) разработать календарный план, 2) привлечь к проведению агитки как специалистов, так и художественные силы (драматические, музыкальные кружки и т. д.)

Примерные сроки проведения агиток по перечисленным выше вопросам следующие: 1) ранний пар—апрель, 2) борьба с межниками и сорной растительностью—июнь, 3) бронирование семенников клевера—между 1 и 10 июня, 4) правильный уход за навозом и удобрение полей—конец июня, 5) подготовка семян к озимому посеву—середина июля, 6) вспашка с осени под яровые—август, 7) борьба с пастьбою скота по зеленым—сентябрь, 8) организация местных семфондов—сентябрь.

Агитка открывается кратким докладом (не более 30 мин.) на сезонную тему, дальше на ту же тему желательно поставить агит суд или пьесу сельско-хозяйственного содержания.

Можно рекомендовать также после агитсуда, если он проводится днем—устройство карнавального шествия, наприм., „похороны трехполья“, „похороны сохи“.

В последнее вовлекаются комсомольцы и молодежь. Необходимо весь материал хорошо проработать.

В селении, где проводятся агитки, нужно иметь актив (например, с/х кружок), который на другой же день начал бы проводить мероприятия, указанные агиткой.

11. В летний период наблюдается, с одной стороны—распространение повальных заболеваний скота и появление различных вредителей, а с другой—стихийные бедствия: засуха, градобитие и проч.

Все это должно вызвать необходимые об'яснения причин, вызывающих такие явления и указание мер предупреждения и борьбы с ними, связывая с этим необходимость создания местных семенных фондов, как гарантию на случай стихийных бедствий.

г) Дни агропропаганды—„день урожая“.

12. Наконец, в производственных целях необходимо в полевой период проводить особые дни пропаганды того или иного мероприятия. Таким днем, который проводится в конце полевого периода (14 октября) является „день урожая“.

13. Устройством „дня урожая“ преследуются следующие задачи: 1) ознакомить население с мероприятиями советской власти в области поднятия сельского хозяйства; 2) дать характеристику района в сельско-хозяйственном отношении; 3) отметить недостатки крестьянского хозяйства и достижения как целых селений, так и отдельных передовых хозяйств; 4) наметить конкретные пути улучшения крестьянского хозяйства в данном районе.

Подготовка ко „дню урожая“ начинается с весны. К этому дню приурочивается устройство с/х выставок, характеризующих состояние и достижение сельского хозяйства в районе вообще, а также достижение в работе с/х

кружков. Необходимо прямо с весны намечать экспонентов хозяев (крестьян) и в течение всего полевого периода вести подготовку и подбор экспонатов (образцов); это даст возможность наиболее полно отразить как общее состояние сельского хозяйства в районе, так и отдельные достижения.

5. Агропропаганда—главнейшая работа культшефа.

14. Организующиеся общества культсмычки города с деревней могут и должны сыграть весьма значительную роль в деле проведения агропропаганды в деревне.

Необходимо и здесь в целях быстрейшего достижения практических результатов обществам культсмычки строить и проводить план агропропаганды в строгом соответствии его с общегубернским планом восстановления сельского хозяйства.

15. Разработка и организационная увязка плана агропропаганды с общим планом поднятия сельского хозяйства в районе производится низовой ячейкой и утверждается в заседании с/х совета.

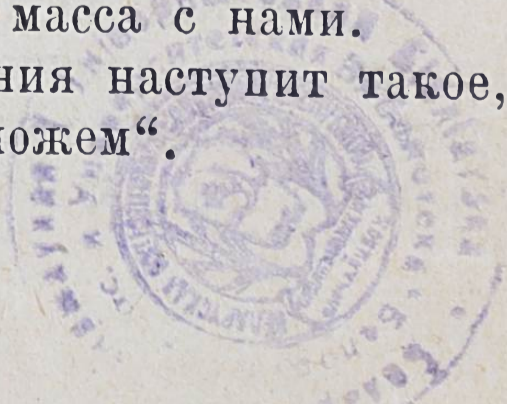
Проведение плана осуществляется через избы-читальни и сельско-хоз. кружки, которые должны объединить все культурные силы деревни. Члены с/х совета наряду с передовиками крестьянами также участвуют в проведении общего плана агропропаганды.

16. Конечный успех агропропаганды будет обеспечен, когда от отдельных разрозненных попыток проведения агропропаганды мы перейдем к системе и плану, вовлечем в агропропаганду все культурные силы деревни и будем строить агропропаганду, опираясь на крестьянские массы и ведя их за собою

К вопросам агропропаганды в полной мере приложимы следующие слова В. И. Ленина:

„Надо сомкнуться с крестьянской массой, с рядовым крестьянством и начать двигаться вперед неизмеримо, конечно медленнее, чем мы мечтали, но зато так, что действительно будет двигаться вся масса с нами.

Тогда ускорение этого движения наступит такое, о котором мы сейчас и мечтать не можем“.



...иногда ...

3. Алгоритмы ...

...иногда ...

...иногда ...

...иногда ...

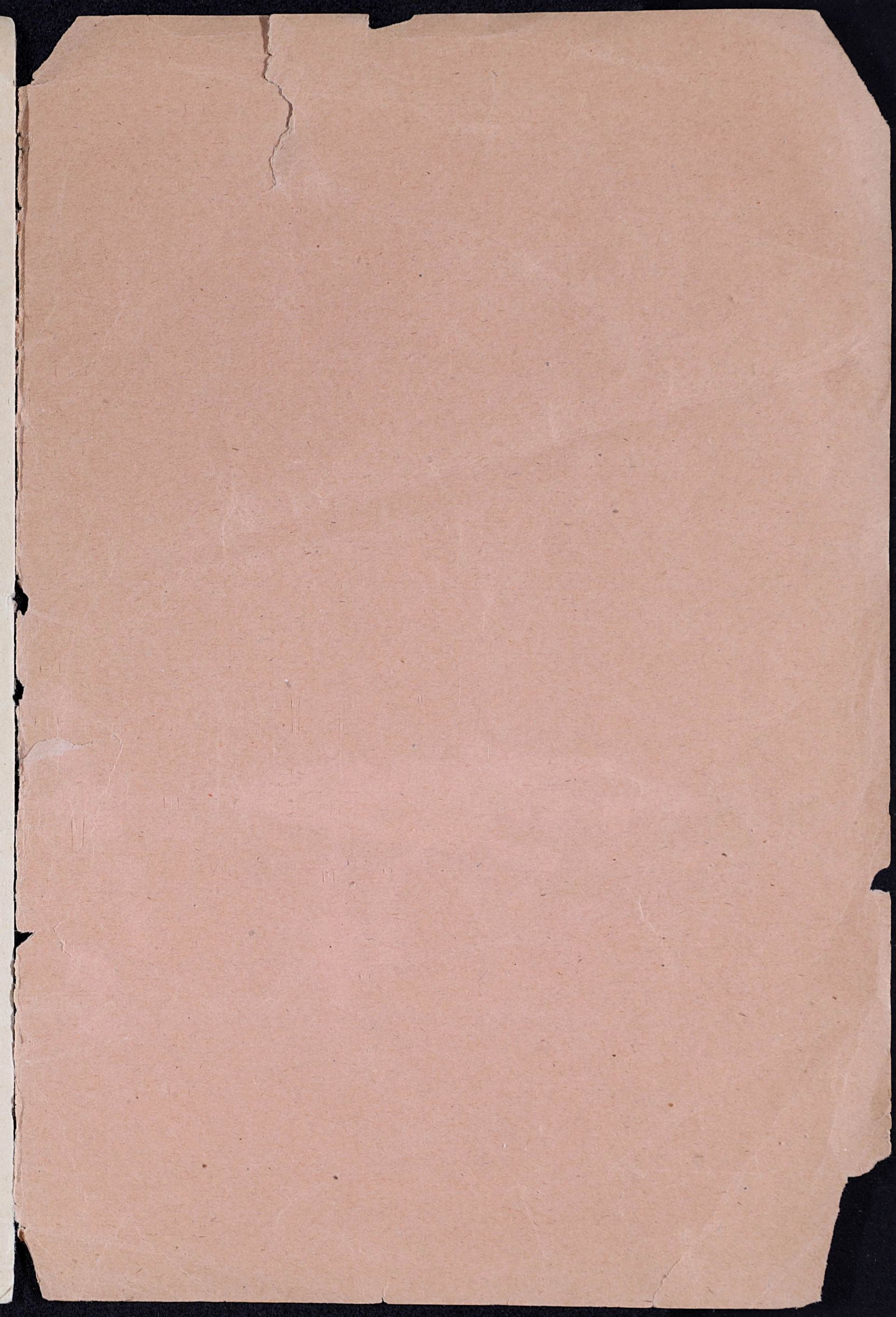
...иногда ...

...иногда ...

...иногда ...

...иногда ...

12



329