

## КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ВРАГА В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ ЕНИСЕЙСКОЙ ГУБЕРНИИ (1918-1920 ГГ.)

**Батура Андрей Александрович**

Аспирант, ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», г. Красноярск, andrei.batura@yandex.ru

### CONSTRUCTING THE IMAGE OF THE ENEMY IN THE PERIODICALS OF THE YENISEI PROVINCE (1918–1920)

**A. Batura**

*Summary:* The article is devoted to a comparative analysis of propaganda narratives in the press of the Yenisei Province during the Civil War (1918–1920). The aim is to identify the mechanisms of constructing images of the enemy. The methods used include discourse analysis of the newspapers «Volya Sibiri» and «Krasnoyarskiy Rabochiy», as well as imagological analysis of the journal «Krasnyy Bich». The study established an evolution from accusations of usurpation (1918) to «the biologization» of the enemy (1919–1920). The White rhetoric, operating with abstractions («an experiment on the people»), was inferior to the Red one, which used pragmatic images of a «parasite» and a «hireling» of the Entente. Visual satire recorded the victory through the ridicule of the opponent. The informational superiority of the Reds, based on adaptability and connection with mass consciousness, became a key factor in their victory and the legitimization of power in the region.

*Keywords:* Civil War, information warfare, propaganda, information confrontation between Reds and Whites, newspaper periodicals, Yenisei Province.

*Аннотация:* Статья посвящена сравнительному анализу пропагандистских нарративов в прессе Енисейской губернии периода Гражданской войны (1918–1920 гг.). Цель — выявить механизмы конструирования образов врага. Методы: дискурс-анализ газет «Воля Сибири», «Красноярский рабочий» и имагологический анализ журнала «Красный бич». В ходе исследования установлена эволюция от обвинений в узурпации (1918) к «биологизации» врага (1919–1920). Белая риторика, оперируя абстракциями («эксперимент над народом»), уступала красной, использовавшей прагматичные образы «паразита» и «наймита» Антанты. Визуальная сатира фиксировала победу через осмеяние противника. Информационное превосходство красных, основанное на адаптивности и связи с массовым сознанием, стало ключевым фактором их победы и легитимации власти в регионе.

*Ключевые слова:* Гражданская война, информационная война, пропаганда, информационное противостояние красных и белых, газетная периодика, Енисейская губерния.

### Введение

Гражданская война в России традиционно изучается как история сражений, однако её неотъемлемой частью была война за умы и сердца населения. В условиях тотального конфликта, где линия фронта зачастую была условной, а лояльность масс — изменчивой, победа в информационном пространстве становилась стратегическим ресурсом, сопоставимым с контролем над железными дорогами или арсеналами. Именно пропаганда формировала представления о легитимности власти, справедливости дела и границах между «своими» и «чужими».

Особую значимость в рамках информационного противостояния приобретало конструирование образа врага, выступавшее не просто как инструмент политической дискредитации, но как механизм смыслообразования, позволявший мобилизовать население, очертить границы коллективной идентичности и легитимизировать насилие. В условиях отсутствия устойчивой государственности и фрагментированного общества именно пропагандистские нарративы, транслируемые через пе-

риодическую печать, формировали систему координат, в которой происходило осмысление конфликта и выбор стороны. Изучение этого процесса на региональном уровне — в данном случае на примере Енисейской губернии — даёт возможность увидеть, как глобальные идеологические установки адаптировались к местным условиям, реагировали на тактические изменения военно-политической обстановки и в конечном итоге влияли на исход противостояния.

Исходя из этого, в статье выдвигается гипотеза о том, что информационное противостояние, развернувшееся на страницах местной периодики, представляло собой самостоятельный фронт Гражданской войны. Победы зависела от способности конструировать простые, адаптивные и эмоционально убедительные образы врага, которые могли мобилизовать население, оправдать насилие и предложить новую коллективную идентичность.

### Материалы и методы

Источниковую базу исследования составил комплекс периодических изданий, выходивших на территории

Енисейской губернии или оказавших на нее непосредственное влияние в указанный период. Для анализа белого дискурса использовались газеты «Воля Сибири» (июнь-июль 1918 г.) и «Свободная Сибирь» (ноябрь 1919 – январь 1920 гг.). Риторика советской власти реконструирована по материалам газеты «Красноярский рабочий» (июнь 1918, январь-ноябрь 1920 гг.). Особое место занимает визуальный источник — первый номер сатирического журнала «Красный бич» от 28 января 1920 г., содержащий карикатуры, которые впервые вводятся в научный оборот в контексте данного исследования.

В основе методологии лежит сравнительный дискурс-анализ, позволяющий выявить явные утверждения, скрытые бинарные оппозиции, риторические стратегии и систему ценностей, воспроизводимых текстами. Для анализа визуальных материалов применялся имагологический подход, направленный на выявление устойчивых стереотипных образов и символов. Исследование строится на принципах контекстуализации: каждый пропагандистский прием рассматривается в связи с конкретным военно-политическим событием, что позволяет проследить его динамику и прагматику.

### Литературный обзор

Изучение пропаганды периода Гражданской войны в России составляет значительный пласт историографии, в рамках которого можно выделить несколько устоявшихся исследовательских подходов. Одним из ключевых направлений является анализ централизованной большевистской агитации, в первую очередь на материале газеты «Правда». Авторы, работающие в этой парадигме, как, например, Аверьянов и Камынин [1], демонстрируют, как в официальном партийном органе конструировались взаимосвязанные образы утопического будущего — от мировой революции до мирного социалистического строительства, служившие мощным инструментом мобилизации масс.

Параллельно развивается направление, посвященное сравнительному анализу информационных стратегий противоборствующих сторон. Исследователи, такие как Обухов и Ехлакова [15], отмечают принципиальную асимметрию пропагандистских машин: большевики, обладая отлаженным аппаратом, сознательно использовали простой, эмоционально заряженный язык, открыто оправдывали «красный террор» и апеллировали к классовым инстинктам. В то время как белая пропаганда, часто обращенная к более образованной аудитории и апеллирующая к абстрактным ценностям «государственности» и «единой России», оказывалась менее эффективной в условиях массовой неграмотности и социальной травмы. Эти важные выводы носят, однако, обобщающий характер и редко подкрепляются детальным, микроуровневым анализом местной прессы отдельного реги-

она в соответствии с ключевыми событиями конфликта.

Отдельное направление в историографии, представленное работами Камардина и Санковской [2, 16], сосредоточено на изучении визуальных источников, прежде всего плакатов, как основного средства агитации. Ученые фиксируют формальную схожесть приемов, таких как апелляция к иконописной традиции и использование карикатуры, но при этом выявляют принципиальное различие в содержании: если красные акцентировали классовую борьбу и революционный пафос, то белые делали ставку на национальные и религиозные символы.

Существующая историография детально проанализировала идеологические основы, общие стратегии и визуальный язык пропаганды эпохи Гражданской войны. Однако остается недостаточно изученным то, как эти общие установки воплощались и видоизменялись в информационном пространстве конкретного региона, особенно в Сибири, бывшей ключевым театром военных действий.

Актуальность настоящего исследования определяется необходимостью перехода от событийной истории к изучению её ментальных оснований и анализу «войны смыслов». Научная новизна статьи заключается в сравнительном анализе дискурсивных практик в региональной прессе Енисейской губернии с привлечением как текстовых, так и визуальных источников. Такой подход позволяет выявить не просто набор пропагандистских клише, а динамическую систему смысловых кодов, эволюционировавшую в прямой зависимости от военно-политической конъюнктуры в период с 1918 по 1920 гг.

### Результаты и обсуждение

Падение советской власти в Красноярске в июне 1918 г. стало не только военно-политическим, но и дискурсивным водоразделом. Пресса обеих сторон, формируя первичные образы врага, закладывала основы для тотальной конфронтации. Анализ газет этого периода позволяет выявить два зеркальных нарратива, каждый из которых стремился лишить противника политической и моральной легитимности.

На страницах июньских номеров «Красноярского рабочего» союз представителей белого движения с чехословаками подавался в рамках классовой парадигмы как акт национальной измены и реставрации. Участие чехословацкого корпуса на стороне контрреволюционеров именовалось «последней авантюрой», чьи участники вынуждены «пробиваться через враждебный лагерь» [3, с. 2]. Этот образ «враждебного лагеря» всей Сибири был ключевым для мобилизации. Сами белые силы рисовались как союз внутренней и внешней контрреволюции: «буржуазия, бессильная справиться... обращается

за помощью к иностранным штыкам», что квалифицировалось как «измена и предательство по отношению к Родине» [3, с. 3]. Логика большевистского дискурса отрицала саму возможность патриотизма у классового врага: «Капитал не знает отечества... если буржуазия призывает на помощь иностранные штыки, она... не совершает никакого предательства. Она отстаивает интересы своего класса и только» [3, с. 3]. Новую власть называли «самозванным правительством», стремящимся «восстановить старый Романовский режим» и «закабалить рабочих и крестьян по-старому» [4, с. 2]. Таким образом, зарождающийся белый лагерь лишался национальной и народной основы, представляя реставраторской кликой, опиравшейся на иностранную интервенцию.

После падения советской власти в Красноярске газета «Воля Сибири» развернула контрнарратив, в центре которого была тема освобождения от узурпаторов и обманщиков. Большевистская власть характеризовалась через дискурс лжи, насилия и национального унижения. Ее падение представлялось как естественный и даже очистительный акт: «Злокачественный нарыв... лопнул, оставив после себя лишь смрад, гадость, грязь и вздох облегчения для... Родины» [22, с. 3]. Советский период именовался «кровавым кошмаром», «иглом нового самодержавия» и «гнетом... большевизма» [22, с. 3]. Их власть определялась как «гносная провокация», «большевистская опричнина», а сами они — как «лже-социалисты» [21, с. 2] и «скоморохи» [25, с. 2]. Важным аспектом было подчеркивание активного участия народа в борьбе с большевиками: «крестьяне энергично сметают "советы"; падение произошло «скоро, легко и почти без жертв» [22, с. 3].

Таким образом, в первые недели открытого конфликта дискурс обеих сторон кристаллизовался в диаметрально противоположные системы смыслов. Для красных «белые» — это «реставраторы-предатели», для белых «красные» — «узурпаторы-обманщики». Оба нарратива выполняли идентичную функцию: тотального отрицания легитимности противника, оправдания насилия и мобилизации своих сторонников через апелляцию к высшим ценностям.

К концу 1918 года первоначальные политические ярлыки («узурпаторы», «реставраторы») трансформируются в более жесткие и милитаризированные образы, отражая переход к тотальной войне и ментальную подготовку общества к физическому уничтожению противника. В этот период окончательно формируются два ключевых пропагандистских нарратива: белый — о большевизме как смертельном эксперименте над народом, и красный — о колчаковщине как паразитическом образовании, обреченном на гибель.

В белой прессе («Свободная Сибирь») большевизм

предстает не просто как власть «лже-социалистов», а как абстрактная доктринальная сила, проводящая бесчеловечный эксперимент. Советская власть определяется не через ее деятелей, а как «опыт», где народ служит «материалом для проведения... социальных экспериментов» [17, с. 2]. Этот дискурс дегуманизации через наукообразие («эксперимент», «доктрина») был призван лишить противника не только легитимности, но и человеческого облика, представить его бездушной машиной, ломающей живую ткань нации. «Дорого обходится русскому народу этот "опыт"», — констатирует газета, намекая на неисчислимые жертвы [17, с. 2]. Параллельно усиливается и образ внутреннего врага — «пособников большевизма», которые «шиты белыми нитками» и мечтают о «грабеже» и «доходных местах» при красных [19, с. 30]. Этот мотив подрывной «пятой колонны» работал на ужесточение режима и оправдание репрессий в тылу. Даже накануне катастрофы, риторика сохраняет оптимизм: отступление Сибирской армии — это «временный отход», который «не есть поражение», ведь, согласно заявлению редакции, офицеры советской армии ждут удобного случая, «чтобы поднять знамя восстания против комиссаров» [18, с. 3].

Январские номера «Красноярского рабочего» за 1920 год представляют собой зеркальную, но более эффективную с точки зрения будущей победы пропагандистскую машину. Если белые апеллировали к абстрактной «Родине», то красные — к конкретному классовому мщению и биологическому отвращению. Образ врага последовательно низводится до уровня неполноценного, обреченного биологического вида. Колчаковцы — это «паразиты», которых необходимо «добывать» [5, с. 2]. Деникинское поражение описывается в терминах органического разложения: «напрасные попытки умирающей контрреволюции отдалить свой неизбежный конец» [5, с. 2]. Ключевым становится мотив искусственного поддержания жизни врага извне: Колчак — «наймит буржуазии», «паразит без крови», а его банды «обречены на голодную смерть» с прекращением финансирования Антанты [7, с. 1]. Антанта же сама изображается как «спекулянт» и «дельцы», вкладывающие средства в провальный проект [13, с. 1]. Этот нарратив не просто обличал, а программировал неизбежность победы, объясняя временные успехи врага внешними вливаниями, а его крах — естественным законом.

В противовес этому, собственные силы описываются в эсхатологических терминах. Красная Армия — это «железные люди», «не бывавшая в мире армия», создавшая себя из ничего [8, с. 2]. Ее победа — не просто военный успех, а финал мировой драмы: «алое знамя коммунизма победно взвывается у берегов Черного моря» [5, с. 2]. Здесь создается образ мессианской силы, чья победа предопределена ходом истории.

На этапе решающих битв пропагандистские системы достигли своей предельной выразительности. Белый дискурс (1919-1920), отягощенный необходимостью объяснять военные неудачи, двигался в сторону поиска внутренних предателей, что вело к его отрыву от массового сознания. Красный дискурс, напротив, использовал грубую, но предельно ясную биологическую и экономическую метафору («паразит», «наймит», «выжатый лимон») [7, с. 1; 13, с. 1], напрямую связанную с повседневным опытом и классовыми инстинктами. Он не просто очернял врага, но визуализировал механизм его неизбежного краха, что в момент реального разгрома белых армий создавало эффект пророческого подтверждения и резко повышало доверие к советской пропаганде в целом.

Параллельно с демонизацией врага большевистская пропаганда активно конструировала собственный альтернативный образ — власти не только справедливой и сильной, но и гуманной, просвещенной и отечески заботливой. Этот контрастный нарратив был призван легитимизировать новый режим в глазах колеблющихся масс, особенно крестьянства, и предложить позитивную идентификацию взамен разрушенной. Это позволяло не

только громить врага, но и интегрировать бывших противников, предлагая им не просто капитуляцию, а место в новом проекте под руководством мудрой и снисходительной власти. Данный нарратив стал важным инструментом перехода от войны к миру и закрепления легитимности режима на этапе его стабилизации.

Ярчайшим примером такой тактики стала публикация в «Красноярском рабочем» от 17 ноября 1920 года, описывающая реакцию властей на попытку крестьянского восстания в губернии [11, с. 2]. Вместо ожидаемого рассказа о карательной операции читателю предлагалась постановочная сцена милосердия и педагогического воздействия. Арестованных крестьян («около 100 человек») после «подвала» Губчека вывели «в красиво убранный и ярко освещенный зрительный зал», где им дали выслушать разъяснения о целях Советской власти и «угостили хорошим концертом», после чего всех освободили. Комментируя это, газета заключала: «Так "жестокое отомстила" Советская власть неразумным членам Великой Российской Трудовой семьи...» [11, с. 2]. Этот пассаж является образцом сложного пропагандистского приема. Он прямо противопоставлял практики красного

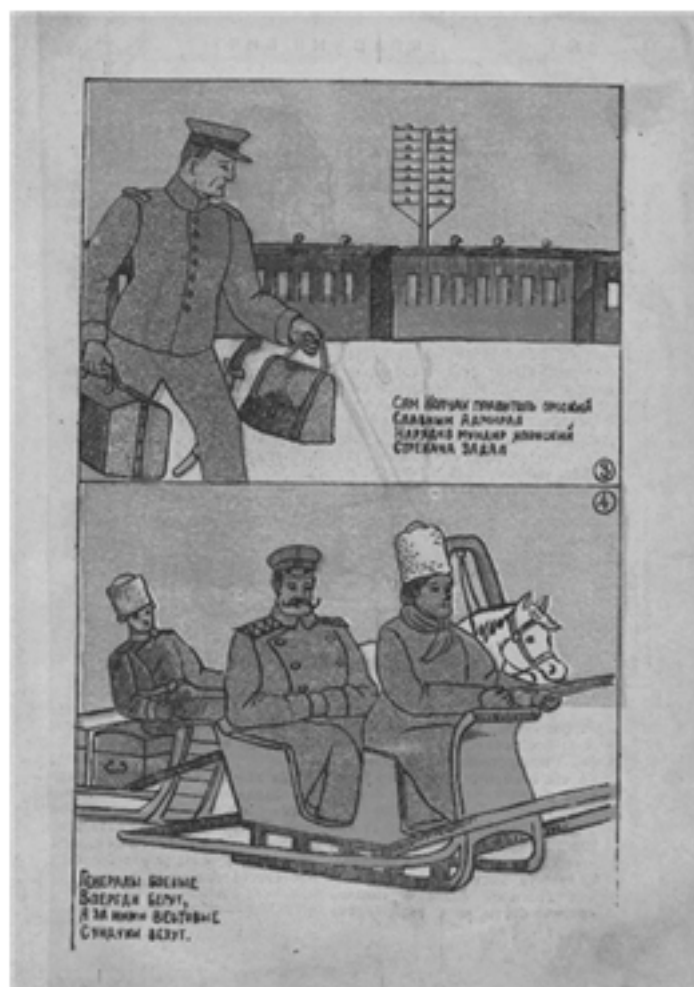


Рис. 1. Карикатура на А.В. Колчака и белое командование [14, с. 5]



Рис. 2. Карикатура «Капиталист и мужик» [14, с. 12]



Рис. 3. Карикатура «Крокодиловы слёзы» [14, с. 16]

и белого террора, намекая на бессмысленную жестокость последнего. Транслировалась идея государства как строгого, но справедливого отца, чья главная задача — не истребление, а перевоспитание заблудших. Сама форма подачи работала на создание образа власти, уверенной в своей силе и моральном превосходстве настолько, что могла позволить себе «милость к павшим».

Ключевым дополнением к текстовым нарративам стала визуальная пропаганда, достигавшая массовой аудитории через доступные, хлесткие образы. Сатирическая графика стала тем финальным аккордом, который, упрощая сложную реальность до набора ясных символов, помогал массовому сознанию принять и эмоционально освоить факт окончательной победы одной стороны и столь же окончательного краха другой.

Первый номер сатирического журнала «Красный бич», вышедший в Красноярске 28 января 1920 года [14], практически синхронно с окончательным установлением советской власти в городе, представляет собой концентрированное визуальное пособие по дискредитации побеждённого врага и легитимации нового порядка. Центральной фигурой номера, естественно, стал Верховный правитель А.В. Колчак и белые.

Одна из карикатур направлена на дискредитацию верховного командования белых через сочетание визуального упрощения и язвительного стихотворения. Ключевой приём — снижение и бытовая профанация образа врага. Верховный правитель адмирал А.В. Колчак изображён не как грозный лидер или военачальник, а как суетливый обыватель, спешно собирающий чемоданы («сундуки») и бегущий на поезд. Фраза «стрекача задал» (дал стрекача, сбежал) окончательно закрепляет этот образ панического, постыдного бегства, лишая его какого-либо героизма или стратегического смысла [14, с. 5].

Второй сюжет, где «генералы боевые вперёд берут, а за ними вестовые сундуки везут», расширяет эту критику. Он визуализирует ключевой пропагандистский тезис красных: белая армия — это банда грабителей, где генералы гонят солдат на смерть, а сами думают лишь о спасении награбленного добра [14, с. 5].

Таким образом, карикатура выполняет двойную задачу: окончательного низвержения символа врага через его осмеяние как трусливого мещанина и доказательств корыстной, мародёрской сущности всего белого командования. Этот простой и грубый язык был рассчитан на мгновенное понимание массовым зрителем, переводя сложный политический конфликт в плоскость бытового презрения и насмешки.

Ещё один сюжет рисует картину мгновенного социального переворота и лицемерия буржуазии. На фоне

города две группы персонажей: буржуа, дрожащими руками вывешивающие красные флаги и прячущие ценности в подполье, и ликующие рабочие с крестьянами, записывающиеся в добровольцы [14, с. 12]. Этот контраст визуализирует ключевой классовый тезис: искренняя поддержка новых властей исходит только от трудящихся, в то время как старый мир притворно адаптируется, сохраняя свою сущность. Графика здесь работает на дихотомию «истинное/лживое» и мобилизацию против скрытого, внутреннего врага.

Отдельного внимания заслуживает карикатура «Крокодиловы слёзы», представляющая собой шедевр экономической пропаганды. На ней изображён плачущий «буржуй» в цилиндре, сжимающий обесцененные денежные знаки — «колчаковки». Четыре строчки стихотворения-подписи обыгрывают финансовый крах режима: «Отменяли, доконали. Тщетна апелляция, Хоть бы за сто рубль отдали — Вот так ануляция» [14, с. 16].

Эта карикатура была по самому болезненному для обывателя — по кошельку. Она переводила политический крах Колчака в сугубо бытовую, понятную каждому плоскость: его власть не только была преступной, но и экономически несостоятельной, а её наследие — лишь клочки ненужной бумаги. Образ «крокодиловых слёз» высмеивал любую ностальгию или жалость к старому порядку: слёзы буржуа — фальшивы и вызваны лишь материальными потерями.

## Заключение

Проведенный сравнительный дискурс-анализ периодики Енисейской губернии 1918–1920 гг. позволяет не только реконструировать набор пропагандистских инструментов противоборствующих сторон, но и выявить логику их эволюции, напрямую связанную с динамикой военно-политического противостояния. Подтверждается, что война образов была не второстепенным фоном, а самостоятельным фронтом Гражданской войны, где конструировались смыслы, оправдывалось насилие, определялись границы между «своими» и «чужими» и завоёвывались умы населения губернии.

Основной набор пропагандистских инструментов, используемых обеими сторонами, был симметричен и включал:

1. Дискурс легитимности/нелегитимности. Белые представляли большевиков как узурпаторов и лжецов, нарушивших «естественный» ход революции и обманувших народ пустыми обещаниями («хлеба, мира, земли»). Красные, в свою очередь, изображали белых как реставраторов и предателей, стремящихся вернуть старый режим с помощью иностранных штыков. Этот взаимный слом легитимности был необходим для тотализации конфликта.

2. Демонизация и дегуманизация. По мере эскалации насилия абстрактные политические ярлыки сменились образами, лишаящими противника человеческих черт. В белой прессе большевизм стал «смертельным экспериментом» над народом, а его сторонники — «пособниками» и «бандитами». Красная пропаганда ответила биологическими и экономическими метафорами, изображая врага как «паразита», «выжатый лимон» и «наймита» Антанты, чье существование искусственно и обречено.
3. Конструирование образа внешнего врага и «пятой колонны». Обе стороны апеллировали к патриотизму, обвиняя оппонентов в связях с враждебными внешними силами — немцами/интернационалистами (у белых) или Антантой (у красных). Параллельно создавался образ внутреннего предателя — «соглашателей», «пособников», «скрытых врагов», что оправдывало ужесточение режима и репрессии в тылу.
4. Создание контрастного автопортрета. Пропаганда работала не только на отрицание, но и на утверждение. Если белые делали акцент на жертвенном служении «единой и неделимой Родине», то красные культивировали образ мессианской армии «железных людей», несущих исторически предопределенную победу. К концу войны красные добавили к этому мощный инструмент «милосердной и педагогической власти», демонстрирующей силу через снисхождение (история с арестованными крестьянами).
5. Визуализация и упрощение в сатире. Журнал «Красный бич» продемонстрировал кульминацию пропагандистских усилий, переводя сложные политические и военные итоги в плоскость грубого, но эффективного гротеска [14]. Жалкий Колчак на льдине, лицемерный буржуй с красным флагом и плачущий спекулянт с обесцененными «колчаковками» закрепляли в массовом сознании не просто поражение, а моральное и историческое ничтожество старого мира.

Эволюция этих приемов шла по пути от политической полемики к тотальной ментальной мобилизации. В июне 1918 года дискурс был сосредоточен на вопро-

сах законности власти и национального суверенитета. К 1919–1920 годам он радикализировался, оперируя категориями биологического выживания, тотального предательства и борьбы добра со злом. Это прямое следствие военных успехов и неудач: поражения подпитывали поиск внутренних врагов и уход в метафизику (белый дискурс 1919 г.), а победы позволяли говорить языком исторической неизбежности и предлагать образы милосердного триумфа (красный дискурс 1920 г.).

Вопрос эффективности разрешился в пользу большевистской пропаганды, что стало одним из факторов их общей победы. Её сила заключалась в прагматичной адаптивности и прямой связи с повседневным опытом масс. Грубые, но понятные образы «паразита», «буржуй» и «золотопогонника», подкрепленные визуальной сатирой, работали эффективнее абстрактных призывов к «русской государственности» и обличения «социального эксперимента». Красный нарратив предлагал не только ненависть к врагу, но и простую схему мира (классовая борьба) и ясный образ будущего (торжество труда), подкрепляемый реальными военными победами. Он сумел гибко сочетать язык беспощадной войны с языком отеческого воспитания, что позволило не только сокрушить противника, но и начать интеграцию колеблющихся.

Полученные результаты создают основу для дальнейших изысканий. Наиболее очевидной перспективой видится трансформация анализируемых образов врага в публицистике 1920-х годов — периода, когда риторика тотальной гражданской войны была переведена в плоскость борьбы с «пережитками прошлого», «буржуазными специалистами» или «оппортунистами» внутри партии, что демонстрировало удивительную живучесть и адаптивность механизмов, отточенных в 1918–1920 годах.

Таким образом, Гражданская война в Енисейской губернии была выиграна не только на полях сражений, но и в информационном пространстве, где победа осталась за той силой, чья система пропагандистских кодов оказалась наиболее адекватной травматичному опыту общества, глубже укорененной в его массовом сознании и способной не только разрушать старые смыслы, но и предлагать новые, пусть и утопические, основания для коллективной идентичности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аверьянов А.В., Камынин Е.В. Образы будущего в большевистской печати в период Гражданской войны в России (на материалах газеты «Правда») // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: общественные науки. 2025. №3 (227). С. 19–30.
2. Камардин А.А. Гражданская война в России на красноармейских и белогвардейских плакатах // Скиф. 2022. №11 (75). С. 64–71.
3. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). — 1918, №114 (9 июня).
4. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). — 1918, №115 (11 июня).

5. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №8 (18 января).
6. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №9 (2 февраля).
7. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №10 (21 января).
8. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №13 (25 января).
9. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №253 (12 ноября).
10. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №255 (14 ноября).
11. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №257 (17 ноября).
12. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №258 (18 ноября).
13. Красноярский рабочий: краевая общественно-политическая газета (Красноярск). – 1920, №261 (21 ноября).
14. Красный бич (Красноярск). – 1920. – № 1.
15. Обухов Л.А., Ехлакова А.Р. Периодическая печать как источник по истории информационного противоборства красных и белых в Гражданской войны на востоке России (1917–1920 гг.) // Власть. 2020. №6. С. 232–240.
16. Санковская О.М. Образ врага в советской пропаганде периода Гражданской войны в России (на примере публикаций Еженедельника ВЧК) // На пути к гражданскому обществу. 2019. №3 (35). С. 75–78.
17. Свободная Сибирь: газета политическая, литературная и экономическая (Красноярск). – 1918, № 44 (6 июля).
18. Свободная Сибирь: газета политическая, литературная и экономическая (Красноярск). – 1919, №256 (18 ноября).
19. Свободная Сибирь: газета политическая, литературная и экономическая (Красноярск). – 1919, №258 (20 ноября).
20. Свободная Сибирь: газета политическая, литературная и экономическая (Красноярск). – 1919, №259 (21 ноября).
21. Воля Сибири: орган Красноярского Губернского Комиссариата Сибирского Временного Правительства (Красноярск). – 1918, № 2 (23 июня).
22. Воля Сибири: орган Красноярского Губернского Комиссариата Сибирского Временного Правительства (Красноярск). – 1918, № 3 (26 июня).
23. Воля Сибири: орган Красноярского Губернского Комиссариата Сибирского Временного Правительства (Красноярск). – 1918, № 6 (29 июня).
24. Воля Сибири: орган Красноярского Губернского Комиссариата Сибирского Временного Правительства (Красноярск). – 1918, № 7 (30 июня).
25. Воля Сибири: орган Красноярского Губернского Комиссариата Сибирского Временного Правительства (Красноярск). – 1918, № 8 (2 июля).

---

© Батура Андрей Александрович (andrei.batura@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»