

ПРОПАГАНДА В СССР В ПЕРИОД СТАНОВЛЕНИЕ СТАЛИНСКОГО РЕЖИМА

М.С. Калугин, *магистр*

Научный руководитель: *Е.В. Насырова, канд. полит. наук, доцент*

Российский государственный гуманитарный университет

(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-7-1-42-46

***Аннотация.** В статье рассмотрены основные тенденции и направления пропаганды в СССР в период становление сталинского режима. Пропаганда в СССР в период становления сталинского режима была мощным инструментом манипуляции общественным сознанием и формирования единого идеологического фронта. Она играла ключевую роль в укреплении власти Сталина и подавлении любой оппозиции.*

***Ключевые слова:** пропаганда, СССР, сталинский режим.*

Прежде всего, необходимо дать определение понятию «пропаганда». Хотя существует много вариантов его трактовки, все они содержат такие ключевые слова, как «манипулирования», «управление», «формирование взглядов», «влияние на мышление и действия людей». Итак, пропаганда использует информацию и знания для контроля над массами и создание определенных общественных настроений, стимулирования к соответствующим действиям. Поэтому ее применяли и применять во всем мире, как минимум, в форме рекламы.

Особенностью же тоталитарных государств является подчиненность пропаганды единому политическому центру (в СССР – Коммунистической партии) и практика террора для уничтожения любой «инаковость» в тех случаях, когда идейное влияние не действует.

Эффективная пропаганда имеет такие принципы:

- завоевание веры населения;
- простота и повторение идей (чаще всего с помощью лозунгов);
- использование символов (конкретных образов-знаков идей, действий и вещей);
- увязывание их с заявлениями пропагандистов, искажение и сокрытие «невыгодных» фактов;
- обман;
- цензура [1].

Инструментами пропаганды является внушение, подталкивание к определенным действиям, намеки, косвенные формулировки идей, обращение к желаниям общества, элемент авторитета. Внушение может базироваться на оппозициях «лучше-хуже» или «друг-враг». Кроме средств массовой информации, поставленной цели служат различные надписи, здания, статуи, изображения, музыка, публичные мероприятия и т.д., ведь они влияют на мировоззрение человека и могут способствовать возникновению и укреплению лояльности масс перед властью – египетским фараоном или римским цезарем, немецким фюрером или советским вождем.

Визуальная пропаганда самая распространенная и эффективная. Речь идет о применении:

- общеизвестных символов (крест как символ христианства – он был адаптирован как наиболее лаконичный языческий символ; свастика – солярный знак, ставший символом нацизма; серп и молот и т.д.);
- цветов (зеленый в исламе – цвет Пророка, красный в СССР – символ Коммунистической партии);
- сокращение названий (Schutzstaffel в гитлеровской Германии – SS).

Важное место также занимают портреты политических или религиозных лидеров. Многочисленные портреты советских

вождей, висели в каждом учреждении, продолжили традицию визуального воздействия на человека. Лицо, тиражируемое в тысячах экземпляров, смотрело на массы с картин, ваз, чайных сервизов, знамен, коробок, подушек... Человек подвергался воздействию со всех сторон: красный цвет, серп и молот, красная звезда повсюду – на флагах, документах, в газетах, фильмах, даже на одежде; важным элементом декоративно-прикладного искусства была агитткартина с изображением Ленина, надписями «Пролетарии всех стран, объединяйтесь!», пятиконечными звездами, шестерней (эмблемой индустриализации), образами электрификации, коллективизации, развития советского флота, авиации. Как следствие, рядовой человек был окружен символами коммунизма и вступал в его поддержку или хотя бы испытывал страх перед ним [2].

Действие пропаганды на психику человека происходит в несколько этапов. Сначала ее жертва обращает внимание на определенные визуальные или звуковые образы. Затем эти образы заставляют человека задуматься над их значением. Наконец, они вызывают нужную реакцию и формируют сознательную или частично сознательную позицию или мотивацию к действию. Следствием пропаганды, проводимой грамотно, может быть покорность, признание и лояльность по отношению к власти, вера в политические идеи. Целями чаще всего является воздействие на мысли и представления людей и формирования определенного поведения, выполнения действий без поиска причин на это. Цель пропаганды можно считать достигнутой, если у объекта его воздействия возникает уверенность в смысле своих действий и поступков, когда он поступает только так, а не иначе [3].

Основной функцией искусства в СССР было воспитание «нового советского человека». На протяжении всей истории с помощью литературы и средств массовой информации, монументального искусства и живописи, всенародных праздников, демонстраций и фестивалей утверждали и навязывали «неоспоримые истины»: тру-

дящиеся всех национальностей в СССР любят свою родину именно, ее социалистическую сущность – справедливую и демократическую Конституцию, гуманизм, колхозный строй, счастливую и богатую жизнь и другие достижения социализма. Именно советское искусство пропаганды создавало виртуальный образ общества изобилия. Воспитание нового поколения в этом духе было важной задачей, которая стояла перед социалистической пропагандой. Население радовалось, что живет в «самом демократическом в мире государстве», в которой воля людей играет заметную роль, чем где-либо.

С самого начала истории Советского Союза пропаганда играла ведущую роль в политических планах. Укрепление позиции Коммунистической партии сопровождалось приобретением СССР черт тоталитарного общества:

- создание единой идеологии (как новой религии), направленной на идеальный общественный порядок и идеальную личность как ее носителя единой массовой партии и ее председателя – харизматического диктатора;
- контроль за каждой сферой жизни граждан, замена частного общественным;
- принцип массового насилия при установлении режима, террор в борьбе с идеологическими противниками;
- монополия на информацию;
- плановая экономика и т.д. [4].

Особое внимание обращали на партийное строительство, идеологическое и военно-спортивное воспитание молодежи, культ вождя, – то есть на те аспекты, которые обеспечивали верность режиму нового поколения.

Искусство, рядом с террором, становится одним из любимых инструментов тоталитаризма в реализации этих планов. Уже в 1918 году произнесен тезис об искусстве как высшей форме социалистического производства и красоту как высшую форму социалистической жизни. Его настоящим создателем «могут быть только массы, а художники призваны выражать волю пролетариата к красоте». Идеология ста-

новится официальной истиной государства и распространяется на все сферы жизни. Несмотря на попытки некоторых исследователей разграничить идеологию и искусство, их общие признаки и взаимодействие очевидны: влияние на личность, формирование сознания и его представлений о прекрасном или безобразном, хорошее или плохое, способность к внушению определенных идей и тому подобное.

Проанализируем некоторые образцы советской политической пропаганды. Плакат Л. Лисицкого «Клином красным бей белых» (1920) является ярким примером применения авангардного искусства в советской пропаганде. Это одна из первых попыток динамического образного воплощения идеи революционной борьбы. Лаконичная трехцветная гамма, характерная для «Окна сатиры РОСТА» – красный, черный, белый, – включает четкую идею, проявленную в названии произведения: борьба за победу большевиков [5]. Более того, красный цвет (часто применяли на плакатах времен СССР, а в нашем случае он является символом коммунистической власти) имеет и важный аспект психологического воздействия на зрителя: он раздражает, вызывает возбуждение, активно стимулирует к действию. Бесспорно, красные оттенки наиболее эффективны для воспитания агрессии, пропаганда враждебности, разжигание ненависти к врагу. Интерпретация авангардных произведений по цветовой гамме актуальна в контексте абстрактности изображенного на них; воздействие на зрителя осуществляется, прежде всего, благодаря цвету, тогда как в фигуративных картинах тот же оттенок не обязательно идентичное значение.

Плакаты А. Страхова «Раскрепощенная женщина, строй социализм» (1926) и «Выполним угольную пятилетку за три года» (1931), кроме передачи своего основного сообщения, изображают образцы, на который должны ориентироваться советские граждане: мужеподобная женщина – труженица и активистка, сильный мужчина-шахтер. В их глазах проступает безмерная вера в социалистические идеи и решительность, готовность служить идеалам пар-

тии, принести себя в жертву ради построения социализма.

Большую агитационную силу имела работа В. Кораблевой «Иди, товарищ, к нам в колхоз» (1930). Опять-таки изображен идеал советских крестьян: загорелые, сильные, улыбающиеся, с уверенным взглядом в «светлое будущее», они зовут в свои ряды людей с социалистическими ожиданиями, которые будут работать в пользу государства. К тем, кто неохотно откликался на такие «партийные предложения», режим немедленно употреблял более строгие меры.

«Художник Кремля» И. Пархоменко, портретировал многих известных деятелей, в том числе и Ленина («В.И. Ленин за работой» (1921) и др.). Авторству А. Страхова принадлежит другое каноническое изображение вождя – плакат «В. Ульянов (Ленин)» (1924). Уже упомянутую трехцветную гамму применено и в этом агитационном произведении. Фигура Ленина во многом условна – красный силуэт на черно-белом фоне, подробнее нарисовано только лицо и руки. Вождя представлены динамически (вероятно, в движении к «мировой революции»), большие пропорции его фигуры по сравнению с другими элементами плаката перекликаются с иконографическими канонам. Аналогичным образом Ленина изображено на плакате Г. Клуциса «Из России НЭПовской будет Россия социалистическая» (1930). Контрастность его фигуры в цветовой гамме и масштабах делает его олицетворением революции и коммунистических идей. В общем, апелляции к иконам заметны во многих портретах советских вождей. Например, «Ленин в Смольном» И. Бродского, где вождя изображено в позе, характерной для византийских изображений евангелистов [6].

Что касается плакатов с изображением Сталина, то их многообразие и манера исполнения поражает незаангажированного зрителя. Вождя изображают и как «испытываемого машиниста локомотива революции», и как «отца всех народов», и как «лучшего друга физкультурников». Классическим можно назвать плакат Б. Ефимо-

ва (Фридлянда) «Капитан страны советов ведет нас от победы к победе» (1936), содержит ряд пропагандистских элементов: лик вождя, надпись «СССР», красный флаг с серпом и молотом, красную пятиконечную звезду. Персонафикация генерального секретаря ЦК ВКП (б) как машиниста, морского капитана, «Гениального зодчего коммунизма» (как в работе К. Финогенова) акцентировала универсальность, всеохватность личности вождя и одновременно делала его ближе к рабочим массам. В работе П. Соколова-Скали «Поезд идет от ст. Социализм ст. Коммунизм» (1933), где Сталин назван машинистом локомотива революции, на поезде изображены красный флаг с портретами четырех теоретиков марксизма-ленинизма: Маркса, Энгельса, Ленина, Сталина (в послесталинский период последнего убирают с пьедестала и возвращают к канону ранних лет СССР – три профильные портреты классиков).

«Кадры решают все» Г. Клуциса (1935) – иллюстрация к новому лозунгу, которой произнес Сталин в противовес предыдущему («Техника решает все»). Это изменение четко определяет общекультурный перелом: авангардные концепции с их технологизмом и автоматизированностью в 1935 году заменены на более антропоцентрический соцреализм, где человек снова становится мерилем всех вещей. Плакат представляет Сталина, который идет вперед и приветствует народ, пропорции изображения апеллируют к иконам и даже к древнеегипетским канонам: огромная фигура вождя, малые лица «кадров» – представителей образованного слоя и почти микроскопические группы людей с красными знаменами – пролетариат. Несмотря на активное пропагандирование идеи бесклассового социума, четкую общественную иерархию воспроизведен даже в агитационной продукции.

Имеют одинаковые черты: радостные выражения детских лиц, полные любви глаза представителей нескольких нацио-

нальностей (это акцентирует внимание на единстве всех народов СССР), красные пионерские галстуки, цветы. Ненавязчивым образом изображено красную звезду – на втором плане или на рисунке в руках ребенка. Сталин изображен с едва заметной родительской улыбкой на добром лице. Видимо, он доволен воспитанием нового поколения, «преданного делу коммунизма», ведь атмосфера прославление Коммунистической партии и ее вождей окружала человека с рождения, а стихи и песни о Ленине и Сталине учили еще с детских садов. Другая трактовка – Сталин как мудрый учитель, который доносит до пионеров «неоспоримые истины», готовит их к дальнейшему воплощению идей марксизма-ленинизма. Еще одним важным аспектом является изменение некоторых элементов в плакатах этого типа с течением времени.

Отдельную группу составляют плакаты, где изображены обоих вождей. В работе В. Дени «Под знаменем Ленина ...» (1931) Владимира Ильича нарисовано на пути, под которым стоит его преемник. Внимание акцентировано на исключительной роли Ленина в социалистическом строительстве. Однако с усилением тоталитарного режима фигура Сталина выходит на передний план, и в плакате В. Медведева «Да здравствует XXX годовщина Великой Октябрьской социалистической революции» (1947) именно он изображен на красном флаге. Ленина представлено в виде статуи на монументальной платформе (эта конструкция напоминает один из проектов Дворца Советов 1930-х гг. (Его авторы – Б. Иофан, В. Шуко, В. Гельфрейха), который не был реализован, однако он стал символом эпохи, олицетворял переход от авангарда с его горизонтальностью к соцреализму, который имел тенденцию к высотным композициям). Позии меняются: теперь Сталин расположен выше Ленина, в большем масштабе. Он занимает место своего предшественника во властной иерархии.

Библиографический список

1. Силина Л.В., Внешнеполитическая пропаганда в СССР в 1945-1985 гг.: (по материалам отдела пропаганды и агитации ЦК ВКП(б)-КПСС) / Лада Силина. – Москва: РОССПЭН, 2011.
2. Лассвелл Г.Д. Стратегия советской пропаганды // Политическая лингвистика. 2009. №27.
3. Арефьева А. Эстетика соцреализма (Слово в измерении публичности) / Альбина Арефьева. – Киев: ГАЛПУ, 1997.
4. Пащенко Л.В., Тоталитаризм: Россия – Германия в XX веке (сравнительный историко-философский анализ) / Л.В. Пащенко; Федер. агентство по рыболовству, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение проф. образования "Мурм. гос. техн. ун-т". – Мурманск: Изд-во МГТУ, 2012.
5. Чогандарян М. Г. Методы, способы и приемы советской пропаганды в 1920-30-е гг. XX в. // Теория и практика общественного развития. – 2013. – №4.
6. Деготь Е. Трансмедиальная утопия живописи социалистического реализма / Екатерина Деготь // Советская власть и медиа: сборник статей. – СПб.: Академический проект, 2006.

PROPAGANDA IN THE USSR DURING THE FORMATION OF THE STALINIST REGIME

M.S. Kalugin, *Master*

Supervisor: *E.V. Nasyrova, Candidate of Political Sciences, Associate Professor*

Russian State Humanitarian University

(Russia, Moscow)

***Abstract.** The article considers the main trends and directions of propaganda in the USSR during the formation of the Stalinist regime. Propaganda in the USSR during the formation of the Stalinist regime was a powerful tool for manipulating public consciousness and forming a united ideological front. She played a key role in strengthening Stalin's power and suppressing any opposition.*

***Keywords:** propaganda, USSR, Stalinist regime.*