

УДК 94(477)''1920/1929''

*Устенко Альона Анатоліївна,  
викладач кафедри всесвітньої  
історії та методик навчання  
Уманського державного педагогічного  
університету імені Павла Тичини  
alena\_ustenko@ukr.net*

## **ФОРМУВАННЯ БІЛЬШОВИЦЬКОЮ ПРОПАГАНДОЮ ОБРАЗУ «КОЛИШНІХ ЛЮДЕЙ» У 1920-Х РР.**

**Анотація.** У статті проаналізовано агітаційну пропаганду більшовицького режиму в Україні, як один із способів формування нової системи радянських цінностей, новий спосіб життя, побудований на класових принципах, ідеї колективізму та диктатури пролетаріату. З'ясовано, що представники більшовицької влади формували свою агітаційно-пропагандистську систему, з метою нав'язати образ про поляризоване суспільство, яке було розмежоване за ознакою матеріального достатку і соціального походження.

**Ключові слова:** ідеологічна пропаганда, методи агітації, більшовицька пропаганда, «колишні люди».

**Abstract.** The article analyzes the agitationtional propaganda realized by the Bolshevik regime in Ukraine. It was used to form a new system of Soviet values, a new way of life based on class principles, the ideas of collectivism and the proletariat dictatorship. It has been revealed that the representatives of the Bolshevik authorities formed their own agitationtional propaganda system in order to impose an image of a polarized society, demarcated on the basis of material prosperity and social origin.

**Keywords:** ideological propaganda, agitation methods, Bolshevik propaganda, «former people».

Дослідження повсякденних практик радянського суспільства через призму історичного пізнання отримало розвиток на початку нового тисячоліття під впливом тотального процесу ліквідації «білих плям» в історії, помітного розширення джерельної бази, головним чином за рахунок розсекречення архівних документів та публікації мемуарів. Актуальною дослідницькою проблемою стає вивчення соціальної історії радянського періоду та пов'язаних з нею проблематики відтворення повсякденного життя окремих соціальних груп.

Революційні події 1917 р. кардинальним чином змінили соціальну структуру радянського суспільства. Найбільшою мірою ці зміни стосувалися представників колишніх привілейованих верств суспільства. Диктатура пролетаріату проголошувала одним із основних завдань придушення супротиву повалених класів, їх перевиховання і встановлення нової шкали соціальної ієрархії. Тобто, у післяреволюційний період соціальна політика радянської влади прослідковувалася у двох тенденціях: з одного боку, пропаганда «класової справедливості», помста всім «колишнім» і експлуататорам за муки робітників і селян; з іншого – заклики відмовитися від принципів і встановлення єдиної рівності в суспільстві».

Історії формування радянської агітаційно-ідеологічної системи, тоталітарних впливів на суспільні інститути та соціум загалом присвячено досить багато праць сучасних науковців (С. Кульчицького, Ю. Шаповала, О. Даниленка, Г. Касьянова, О. Реєнта, В. Коцура та ін.), однак проблема формування агітаційно-пропагандистської системи, спрямованої на поділ суспільства на «своїх» і «чужих» за ознакою соціального походження, протягом 1920-х рр. ще не знайшла комплексного висвітлення в історичних працях.

Метою даної статті є аналіз ключових інформаційно-пропагандистських методів формування радянською агітаційно-пропагандистською системою образів «ворога» і «товариша», «свого» і «чужого» у 1920-х рр.

У більшовицькій риторичі ворогами були всі незадоволені новою владою. Якщо для представників партійної та державної влади поняття «чужий» мало переважно політичний відтінок, то для пересічних громадян, насамперед, емоційно-негативне значення. Підтвердженням цього є стаття у газеті «Правда» за 1919 р., у якій йдеться про те, що громадянин Ухнін – буржуй, який володіє крамницями, будинками, майстернями, що він, «паразит», «негідник», «шкурний елемент», є представником «колишніх людей», а також усіх, «кому раніше жилося добре» [4, с.4]. Останні слова є ключовими для розуміння позиції представників соціальних низів у тому, що існує споконвічна ненависть голодного до ситого.

На рівні соціально-побутового спілкування, найбільш близьким і зрозумілим для широких мас населення був поділ суспільства на «чужих» і «своїх» за їх матеріальним становищем. Однак і тут не було єдності критеріїв поділу на «бідних» і «багатих». Зокрема, селянські господарства у найбільш родючих регіонах вважалися «середняцькими», а в бідніших регіонах зазвичай розцінювалися як заможні або куркульські. Настільки різні підходи до визначення соціальної приналежності громадян дозволяли максимально широко трактувати соціальний простір «буржуазних елементів», «експлуататорів» і «чужих». Тому у повсякденному житті для бідного селянина, робітника або солдата буржуєм, поміщиком, експлуататором, «паразитом» був кожен, хто жив у кращих умовах і розмовляв іншою, часто незрозумілою для них мовою. А більшовики вміло це використовували і породжували нові конфлікти у суспільстві, підігриваючи ненависть представників нижчих соціальних верств до так званих «чистих панів».

Ще на початку 1920 р., в умовах жорстокої військової боротьби за владу в Україні, більшовицьке керівництво розпочало створення системи інформаційної обробки її населення, націленої на створення нових радянських ціннісних та світоглядних орієнтирів. Важливим інструментом у руках правлячої більшовицької партії була преса й література, які виступали засобом боротьби проти опозиційних поглядів та ідеологічної пропаганди,

обробки масової свідомості в руслі комуністичної доктрини. Газети і журнали рясніли заголовками про негайну боротьбу із «класовими ворогами», «вовками в овечій шкурі», вимагали не лише звільнення з роботи або виключення з навчального закладу, але й притягнення до кримінальної відповідальності [с. 2, 2].

Шляхом аналізу матеріалів відділу агітації та пропаганди, що містяться у фонді Центрального Комітету Комуністичної партії України Центрального державного архіву громадських об'єднань України, було з'ясовано, що ефективна агітація та пропаганда мала такі засади: завоювати довіру населення, простота і повторення ідей (найчастіше за допомогою гасел), використання символів та конкретних образів, спотворення й приховування «невигідних» фактів, обман, цензура. Інструментами агітації та пропаганди було навіювання, підштовхування до певних дій, натяки, непрямі формулювання ідей, звертання до бажань суспільства, елемент авторитету.

Для агітаційно-пропагандистської роботи більшовиками широко використовувалася наочність – портрети, плакати, карикатури, лозунги, де пролетаріат зображувався у вигляді велетня, а поруч з ними потворні фігурки буржуазії в образі товстих, брудних фігур; червоноармійці виступали у переможному пориві, що досягають правди і справедливості, виганяють ворогів незламним штиком, а більшовики – у вигляді орачів на фоні сходу сонця, в середині якого верхів'я п'ятикутної комуністичної зірки [5, с. 138–142].

Зауважимо, що художні образи були більш яскравішими, легко запам'ятовувалися і сприяли формуванню стійких стереотипів, хоча й досить далеких від реальності. Слід зазначити, що представники мистецтва, літератури й кінематографу були поставлені в умови і діяли на основі принципу класовості й партійності. З перших років радянської влади формувалася однотипний образ «колишніх господарів життя» – «буржуїв», поміщиків, священників на яких, за словами Максима Горького, на обличчі була бородавка, як ознака класової нерівності [1, с. 153].

У системі формування більшовицькою пропагандою образу ворога візуальна пропаганда була найпоширенішою і найефективнішою. Досліджуючи механізми формування образів «ворога» і «товариша», «свого» і «чужого» необхідно звернути увагу на сатиру і гумор. Сатиричний ефект карикатури досягався завдяки гіперболізації характерних рис особи і протиставлення двох соціально протилежних образів у суспільстві. Більшовицькі лідери брали до уваги неграмотність чималої кількості селян і вважали, що карикатура з коротким текстом на сторінках газети допоможе підвищити ефективність агітаційної роботи.

Катикатурна продукція із основною ілюстрацією і невеликою частиною тексту, розміром 7×10 см, 10×15 см., була зорієнтована на малограмотну частину населення і дозволяла підвищити ефективність більшовицької пропаганди. Перш за все, варто звернути увагу на зовнішній вигляд ворогуючих класів. Їх умовно можна поділити на «буржуїв» і «пролетаріат». На підставі аналізу газетних карикатур до першої групи можна віднести: поміщиків, дворян, представників буржуазії або просто заможних людей, кулаків, спекулянтів, експлуататорів, а до групи «пролетарів» належать – бідняки і селяни.

Так, відображенням у образі соціального статусу бідного селянина була сорочка-косоворотка, як правило, з дірками і латками, підперезана шматком мотузки; взуття – рвані чоботи або взагалі їх відсутність, що вважалось також ознакою бідності; головний убір – картуз або фуражка. Такий тип одягу вказував на рівень бідності та мав би викликати жалість і обурення проти багатого буржуя, що стоїть поруч, який одягнений у класичний костюм (брюки, піджак або фрак, жилетка, краватка), головний убір – циліндр, взуття – лакові або шкіряні туфлі, які були доказом того, що ця особа не працює фізично.

Зазначимо, що фізичні параметри також відігравали важливу роль у визначенні соціального статусу. Зазвичай на ілюстраціях був образ «буржуя» і багача у вигляді товстої людини, одягненої у гарний одяг, з широкою

посмішкою і рум'янцем на обличчі. Вважалося, що ознакою заможності є ситість і здоровий вигляд.

Текст на газетних карикатурах був лаконічним, часто у вигляді прислів'їв і приказок. Так, у газеті «Беднота» за 31 березня 1918 р., зазначалося: «любиш кататися, люби і саночки возити». Суспільство краще сприймало певні образи завдяки абстрактним поняттям, наприклад: «гноблення» передається через буквальне «сидіння на шії»; «примусова конфіскація» – через вижимання соків.

Важливу роль у формуванні радянських соціокультурних стереотипів відіграють плакатні образи. На плакатах післяреволюційного періоду зображено новий радянський лад, як протиставлення усьому старому, яке приречене на знищення. Прикладом є плакат Дмитра Моора (Орлова) під назвою: «Прежде: один с сошкой – семеро с ложкой ; теперь: кто не работает – тот не ест». Плакат складається із двох дзеркально-симетричних малюнків, розділених горизонтальною лінією. Ця лінія є символічною межею між колишнім і сьогоднішнім.



Зазначимо, що негативний образ колишніх привілейованих верств суспільства закріплювався також за допомогою поетичної творчості. Характерною особливістю була мова викладу, часто не літературна, але близька і зрозуміла для представників простого люду і одночасно наскрізь

ідеологічна. Прочитуємо твір радянського поета Володимира Маяковського мовою оригіналу, щоб краще передати фразеологічні відтінки:

Распознать буржуя просто –  
Знаем ихнюю орду!  
Толстый, маленького роста и с сигарою во рту.  
Даже самый молодой,  
Зуб вставляет золотой.  
Чудно стрижен, гладко брит  
Омерзительнейший вид. [3, с. 124]

Результат такої широкої агітаційно-пропагандистської роботи можемо прослідкувати через нескінченний потік доносів, які почали надходити до органів більшовицької влади майже з перших днів її існування. У листах повідомляли про засекречення соціального походження, значні капітали в банках, рекомендували зробити обшук, повідомляли адреси тих чи інших «царських прислужників», попереджали про фальсифікацію документів. Вражає своєю масштабністю система доносів, яка стала частиною повсякденного життя населення. Іноді такі листи описують практично найменші подробиці життя окремої людини або ж цілої родини.

Отже, із встановленням радянської влади в Україні, представники більшовицької влади почали формувати свою агітаційно-пропагандистську систему. Проводилася активна інформаційна обробка масової свідомості українського населення, популяризувалися відповідні ідеологічні погляди, що мали сформувані світоглядно-ціннісні орієнтири, закріпити диктатуру пролетаріату. Мета такої активної пропагандистської роботи – нав'язати образ про поляризоване суспільство, яке розмежоване за ознакою матеріального достатку і соціального походження. Даний метод був дієвим як для агітаційної роботи, так і для розбурхання неприязні до «колишніх людей», покладаючи на них провину за соціально-політичну кризу в суспільстві. Цим самим, представники більшовицької влади обґрунтовували

правомірність насилля і репресії проти «колишніх людей», постійно нагадуючи про їх дореволюційні привілеї і статус.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горький М. О литературе: статьи и речи 1928 – 1936 гг. / Ред. Н. Ф. Бельчикова. – М.: Советский писатель, 1937. – 511 с.
2. Комсомолец України. – 1929. – 17 грудня
3. Маяковский В. В. Лицо классового врага («Распознать буржуя – просто...») // Маяковский В. В. Полное собрание сочинений: В 13 т. – М.: Гос. изд-во худож. лит., 1955 – 1961.
4. Правда № 170, 1919, 3 августа
5. Центральний державний архів громадських об'єднань України. – Ф.1. – Оп. 20. – Спр. 335.

#### **References:**

1. Horvki M. O lyterature: staty y rechy 1928 – 1936 hh. / Red. N. F. Belchikova. – M.: Sovetskyi pysatel, 1937. – 511 s.
2. Komsomolets Ukrainy. – 1929. – 17 hrudnia
3. Maiakovskiy V. V. Lytso klassovoho vraha («Raspoznat burzhuia – prosto...») // Maiakovskiy V. V. Polnoe sobranie sochynenyi: V 13 t. – M.: Hos. yzd-vo khudozh. lyt., 1955 – 1961.
4. Pravda № 170, 1919, 3 avhusta
5. Tsentralnyi derzhavnyi arkhiv hromadskykh ob'iednan Ukrainy. – F.1. – Op. 20. – Spr. 335.