

Сніжко А. С. Характеристики ефективності тоталітарної пропаганди / А. С. Сніжко // Політологічний вісник. – 2010. – № 46. - С. 250-256.

Характеристики ефективності тоталітарної пропаганди

Сніжко Андрій, к. політ. наук.,
ст. викл. кафедри української літератури,
компаративістики, соціальних комунікацій
Київського університету імені Б. Грінченка

У статті автор аналізує тоталітарну пропаганду на прикладі найбільших європейських диктаторських режимів (Радянський Союз, Третій Рейх та інші) та визначає її базові характеристики ефективності.

Ключові слова: пропаганда, тоталітаризм, маніпулятивні технології, комунікації.

В статье автор анализирует тоталитарную пропаганду на примере наибольших европейских диктаторских режимов (Советский Союз, Третий Рейх и прочие) и определяет ее базовые характеристики эффективности.

Ключевые слова: пропаганда, тоталитаризм, манипулятивные технологии, коммуникации.

In the article author analyses totalitarian propaganda by the example of biggest european dictatorships (Soviet Union, Third Reich and other) and shows its basic characteristics of effectiveness.

Key words: propaganda, totalitarianism, manipulative technologies, communications.

Кінець 20-х – середина 30-х років ХХ століття позначені становленням та розвитком в Європі тоталітарних держав: Італія, Радянський Союз, Третій Рейх, дунайські країни. Впорядковувати тут суспільно-політичне життя заходилися потужні диктаторські режими. Їхніми головними методами реалізації влади стали – примус і переконання. Для захоплення народних мас та оволодіння ними такі режими використовували насильство як «крайній різновид примусу» [1, с. 60], різноманітні силові акції (аж до військових інтервенцій). Проте для утримання, успішного керування та маніпулювання масами влада вдається до раціональних, більш поміркованих, безкровних засобів переконання, одним з якими є політична пропаганда. Так відома дослідниця європейських тоталітарних рухів Ханна Арендт визначає два «наріжні камені» тоталітаризму: силу, яка приваблює юрбу та еліту; і пропаганду, яка потрібна для завоювання мас [2, с. 390].

Пропаганда «(від лат. *propagare* - поширювати, розповсюджувати) - діяльність, що передбачає системне поширення, поглиблене роз'яснення соціально-політичних, економічних, правових поглядів, ідей, теорій та забезпечує формування у суспільстві певних настроїв, закріплення у свідомості громадян тих чи інших цінностей, орієнтацій, уявлень з метою максимального розширення кола прибічників відповідної ціннісної системи» [3, с. 544 - 545]

У світовій науковій спільноті існує постійний інтерес до вивчення тоталітарної спадщини, а зокрема і пропаганди. Дослідженням методів управління народами, формування громадської думки, впливу на свідомість суспільства, теоретичні та практичні особливості реалізації пропаганди й агітації присвячені праці Х. Арендт; Н. Л. Волковський; О. Гогуна; Н. Дейвіса; Г. Лассвелла; В. Левитського; У. Ліппманн; Ф. Маркса, А. Зурхера, Б. Максвелла та ін.; А. Окорокова та багатьох інших.

Із здобуттям Україною незалежності та становлення власної політичної науки розпочалися вітчизняні студії різноманітних аспектів окресленої проблематики: історичних етапів розвитку ідеологічно-

інформаційного впливу на населення, механізмів функціонування радянського агітпропу, військової пропаганди, роль подібної діяльності у процесах трансформації політичних режимів, тощо. Означені питання розглядаються в роботах В.Гриневича; М. А. Кравчука; Б. Кухти; М. В. Михайлюк; М. І. Обушного, М. В. Примуша, Ю.Р. Шведи; О. В. Романька.

Проте відзначимо, що представлені роботи приділяють вкрай мало уваги виявленню, формулюванню та систематизації специфічних ознак, базових характеристик тоталітарної пропаганди, що зумовлюють її ефективність, якісний, результативний вплив на соціум. Ті дослідження, які торкаються цих проблем дають розмиті, нечіткі та непослідовні визначення цих властивостей. Саме тому виникає потреба упорядкування, розширення та з'ясування нових даних за вказаною тематикою.

Так Х. Арендт називає три ключові характеристики, на основі яких формується уся пропаганда: «науковість» (наполягання «на «науковій» природі своїх тверджень», доведення власних тверджень «за допомогою «фактів», «цифр», «дослідницького» відділу»); «пророцтво» - провіщення ліквідацій, чисток, фізичних знищень, все «вмонтовується в історичний процес, у якому людина чинить тільки те або зазнає того, що за непорушними законами так чи інакше має відбутися» (в СРСР – знищення партійних опозиціонерів як представників «умираючих класів»; в Третньому Рейху - демократів, євреїв, східних недолюдків, невиліковних хворих відповідно до «законів природи»)); побудова в уяві мас фіктивного світу – використання і подолання «елементів реальності, верифікованого досвіду, у доборі вигадок і узагальненні їх в тих царинах, які потім цілковито виводяться з-під будь-якого можливого контролю з боку індивідуального досвіду». Ця характеристика спирається на «тривкість вигадки і суворість організації» [2, с. 394, 398-399, 401, 412].

О. Гогун базовими ознаками (автор виводить їх у ранг законів) тоталітарного ідеологічно-інформаційного впливу вважає: спрощення (зрозумілість для кожного); обмеженість інформаційного матеріалу з його

постійною повторюваністю; суб'єктивність; емоційне нагнітання; масовість та всеохопність [4].

Відомий історик Норман Дейвіс розширює перелік критеріїв до п'яти так званих «правил пропаганди»: «правило спрощення: зведення всіх даних до простої конфронтації між «добрим і поганим», «другом і ворогом»; правило перекручення: дискредитація опозиції грубими наклепами і пародіями; правило змішування: маніпуляція задля власних потреб загальноновизнаними вартостями аудиторії, на яку спрямована пропаганда; правило однастайності: подача чийогось погляду так, неначе це однодушна думка всіх людей з правильним мисленням; залучення тих, хто сумнівається, до згоди через використання зірок, соціального тиску і «психологічного зараження»; правило оркестрування: нескінченне повторення тих самих звертань у різних варіаціях та комбінаціях» [5, с. 516].

В. Левитський підкреслює, що пропаганда грає «роль розпорядника всього життя країни», а її успішність залежить від: централізації, поінформованості (тематичної різноманітності), гнучкості, монополії, організаційному закріпленні [6, с. 3, 10-16].

Вкрай побіжно проблеми виявлення характеристик ефективності тоталітарної пропаганди торкаються вітчизняні вчені, зупиняючись головне на мотивах чи сюжетах. Так за базові умови успішності визначено максимальну централізацію та сувору регламентацію, високу маніпулятивність [7, с. 5]; монополію на інформаційний простір [8, с. 291] та інше. Отже стає очевидною необхідність розширення кола подібних властивостей.

Першочерговою ознакою тоталітарної пропаганди є *всеосяжність*, що власне і зумовлює її *тоталітарний характер*. Вона проникає та закріплюється в усіх сферах життя, регулюючи питання політичної та військової розбудови, економіки та екології, освіти нації на всіх рівнях, історії власної держави, культури, мистецтва, літератури, туризму, тощо. Пересічна людина, потрапляючи в тенета подібного впливу, вже не може

вирватися з нього, бо його щоденне життя унормовуються постановами зверху. У тоталітарних суспільствах таке втручання спостерігається у самих «пікантних» питаннях, як то народження і смерть, шлюб та сексуальні аспекти, міжродинні стосунки та інше.

Тісно пов'язана з вищезгаданою категорією *авторитарність* пропаганди. Тобто вона спрямована на виправдання та утвердження влади, управлінських повноважень та заходів, що здійснюються однією особою або групою осіб. Для реалізації цього впливу може бути задіяна палітра найрізноманітніших методів (до самих радикальних, жорстких, людиноненависницьких), які почасти не збігаються з правовими нормами.

Для забезпечення двох зазначених характеристик потрібні потужні організаційні ресурси, що сприятимуть швидкому, ефективному та якісному керуванню подібною ідеологічно-інформаційною діяльністю. Це досягається завдяки *централізму* (концентрації управлінських важелів в одних руках) та *мережевій розгалуженості* (створення в середині монолітної системи галузевої мережі виконавчих органів). Так головним органом державної пропаганди Третього Рейху було рейхсміністерство народної освіти та пропаганди, що виникло на базі відділу пропаганди НСДАП та відділу друку при уряді 13 березня 1933 року. Його очолив Йозеф Геббельс. Але вже на червень 1933 року міністерство об'єднало всі заклади інформації та пропаганди, заснувавши 13 земельних управлінь та 18 філіалів. А з вересня почалося створювання рейхспалат зі справ преси, радіо, кіно, літератури, театру, музики, мистецтва. Таким чином рейхсміністерство народної освіти та пропаганди встановлює централізований контроль над німецькими ЗМІ. [9, с. 191 - 192] В СРСР ці ж функції увібрали в себе «агітпроп» - відділ агітації і пропаганди при ЦК КПРС, якому підпорядковувалися аналогічні регіональні установи.

Втілення пропагандистських кроків у подібних закладах чітко регламентувалося циркулярами згори, які спускалися по владній вертикалі та не допускали ініціативи на місцях. При цьому продуценти пропаганди

завдяки *цензурованості* мали змогу жорстко контролювати контент-наповнення будь-яких повідомлень подібного штибу. Американський науковець У. Ліппманн в цілому вважає цензуру та пропаганду політично взаємопов'язаним явищами, що є головними інструментами «руйнування реалістичного мислення» [10, р. 56].

Відомо, що політична пропаганда може бути реалізована на трьох соціальних рівнях: індивідуальному, груповому та масовому [7, с. 8]. Проте тоталітарна пропаганда розрахована виключно на великі верстви населення, а її цільовою аудиторією зазвичай виступає нація або певний етнос. В цьому полягає ще одна характеристика такого впливу - *масовість*. Її значення постійно акцентується в роботах керманців провідних європейських диктаторських режимів. А. Гітлер визначає пропаганду як політичне виховання народної мас, наполегливу обробку «її душі та її розуму», «просвітництво» з метою формування суспільної думки, яке проте не повинно орієнтуватися на якісь окремі групи, лише на маси [11, S. 92-93, 118]. Аналогічно і Й. Геббельс описував пропаганду як «мистецтво» завоювання широких верств населення, «вбивання ідей у маси» [12, S. 2 - 5].

Попри сказане вище не можна знехтувати такою ознакою як *адаптивність*. Цю властивість необхідно розуміти не в сенсі пристосування до певних суспільних прошарків, народних верств, вузьких цільових аудиторій, а радше в сенсі адаптації до народів, етносів, домінантних національних груп, що набуло особливої актуальності в тоталітарних державах (Італія, СРСР, Третій Рейх) у зв'язку з початком їх геополітичної та військової експансії. Прикладом подібному слугує німецька окупація України в 1941 – 1944 рр. Для збільшення успіхів окупаційної агітації у відділі пропаганди Київської міської управи було створено спеціальний підрозділ – сектор наочної пропаганди, який опікувався головне графічною агітаційною діяльністю. Ця установа укомплектовувалася національними професійними кадрами - українським митцями, що залишилися на Київщині за окупації, зокрема видатними художниками Антоном Середою та Василем

Кричевським. Ці люди знали національний психологічний клімат краще за інтервентів, а тому змогли якісно проявити себе у площині агітації. Подібна окупаційна політика проводилася і в інших галузях культури, освіти та господарства [13, с. 245].

Тоталітарна пропаганда – це майже досконалий, майже ідеальний інструмент маніпулювання громадською свідомістю та управління масами. Суб'єкти політичного впливу можуть легко переорієнтувати її з одного об'єкту впливу на інший, сьогодні сформувати один образ, а завтра замінити його іншим стереотипом. Це дозволяє зробити її *гнучкість*. В умовах постійного пошуку внутрішнього та зовнішнього ворога, боротьби з «троцькізмом», «космополітизмом» або «світовим єврейством», «жидобільшовизмом» гнучкість та швидка мобілізація було просто необхідними якостями. Хрестоматійним прикладом є поведінка тоталітарної пропаганди СРСР у стосунках з Третім Рейхом. У 1920-х – на початку 1930-х вона характеризувалася взаємною дружбою і співпрацею, що дійшла свого апогею під час військового розгрому Польщі 1939 року, а потім і в спільних тріумфально-прогандистських заходах пов'язаних з цим. Та вже за два роки ставлення цих держав кардинально змінюється, а разом і вектор формування громадської думки. Радянська пропаганда легко «перетравила» ці та інші «непривабливі і політично незручні» для себе сюжети. [14, с. 2 - 8] Саме гнучке поєднання цензури та пропаганди дозволило зробити зміну політичних пріоритетів оперативно, продуктивно і майже не помітно для власного народу.

В нашій розвідці ми не можемо не згадати також *емоційність* та *науковість*, що вже описувалися в інших роботах. Ці критерії грають формотворчу роль сюжетного наповнення, обґрунтування та захисту певних ідеологічних тез, меседжів, концепцій. Тоталітарна пропаганда та «її безсоромна демагогія спрямована на вразливі і спрагли помсти елементи суспільства, позбавлені соціальної опори внаслідок бурхливих хвиль війни та модернізації» [5, с. 975]. У своїй емоційності вона спрямована на страх,

перманентне залякування, стимулювання жадібності, огиди, ненависті, тощо. Через науковість, залучаючи маси цифр, формул, статистичних показників, «критеріїв істинності», «думки фахівців», вона веде до перекручування та брехливої інтерпретації фактів, лише заради одного – заплутати мислячу людину та долучити її до складу легкокерованої юрби.

Отже, підводячи підсумки сказаному, зазначимо, що тоталітарна пропаганда є у потужним, необмеженим і надзвичайно ефективним інструментом маніпулювання думками, емоціями, віруваннями людей, засобом спекуляцій громадськими установками та цінностями. Її можливості значно переважають над агітацією та пропагандою демократичних суспільств, бо у своїй реалізації переважно не рахуються з правовими нормами і гуманістичними критеріями, які стають жертвою цинічних намірів диктаторів, авторитарних лідерів, вузькопартійної еліти чи групи можновладців. Успіхи подібної пропаганди зумовлюють перш за все такі характеристики ефективності: *всеосяжність (тоталітарність), авторитарність, централізм та мережева розгалуженість, цензурованість, масовість, адаптивність, гнучкість, емоційність та науковість.*

Сучасне українське суспільство знаходиться на шляху трансформації від тоталітарної минувшини до прогресивних демократичних традицій. Проте в нашому політикумі все ще проявляється стійке бажання повернення колишньої політичної практики, методів реалізації влади та управління державою. Масові посттоталітарні партії, що опиняються біля урядового керма намагаються широко застосовувати механізми авторитарного (а подекуди і елементів тоталітарного) тиску на населення, серед яких є і пропаганда. Відтак, аби не допустити нівелювання здобутків демократії, захистити цінності відкритого громадянського суспільства потрібно постійно переглядати власну історію, виявляти негативні тенденції тоталітарної минувшини у сьогоденні та розробляти принципи їх модернізації аж до повного легітимного знищення - без чого неможлива незалежна Україна.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кухта Б. Політична влада та її рішення. - Л.: ЦПД, 2006. – 240 с.
2. Арендт Х. Джерела тоталітаризму. - 2-е вид. - К.: Дух і літера, 2005. – 584с.
3. Політологічний енциклопедичний словник / Упор. В. П. Горбатенко ; за ред. Ю. С. Шемшученка та ін. – 2-е вид., доп. і перероб. - К.: Генеза, 2004. – 736 с.
4. Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера : документы и материалы. - М.: Эксмо, Яуза, 2004. — 416 с. - Режим доступа: http://militera.lib.ru/research/gogun_a02/index.html. – Заголовок з екрана.
5. Дейвіс Н. Європа : історія. – К.: Вид. Соломії Павличко «Основи», 2008. – 1464 с.
6. Левитский В. М. Коммунистическая пропаганда и борьба с нею. – Париж: Офицерская школа, 1931. – 109 с.
7. Кравчук М. А. Політична пропаганда як засіб становлення і трансформації політичних режимів : автореф. дис... канд. політ. наук : спец. 23. 00. 02. –Л., 2006. - 19 с.
8. Обушний М. І, Примуш М. В., Шведа Ю. Р. Партологія: навч. посіб. - К.: Арістей, 2006. – 432 с.
9. Волковский Н. Л. История информационных войн : в 2 ч. – Ч. 2. – С.-Пб.: Издательство «Полигон», 2003. - 729, [7] с.
10. Lippmann W. Liberty and the news. – New York: Harcourt, Brace and Howe, 1920. – 104 p.
11. Hitler A. Mein Kampf. – München: Frz. Eher Nachf., G.m.b.H., 1943. – XXVI, 782 S.
12. Goebbels J. Wille und Weg // Wille und Weg. – 1931. - № 1. - S. 2-5.
13. Кучерук О. С. До історії мистецького життя у Києві за німецької окупації // Сторінки воєнної історії України: Збірник наукових статей

інституту історії України НАН України. – 2005. – Вип. 9. - Част. 2. - С.241-252.

14. Гриневич В. Міт війни та війна мітів // Критика. – 2005. - № 5. - С.2-8.