

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ в 30 – 40-е гг. XX в.

Одной из важнейших целей советского государства было формирование массового сознания, выраженное формулой «воспитание нового человека». Это понятие включало выработку в строителях социалистического общества таких качеств, как самоотверженность, абсолютный приоритет общественных интересов над личными, безотчетное уважение к авторитету власти, готовность безропотно переносить материальные лишения. «Новый гражданин должен быть преисполнен пафосом политико-экономических отношений социалистического строительства, ими жить, их любить, в них видеть цель и содержание своей жизни... Человек должен мыслить как МЫ, стать живым полезным соответствующим органом, частью этого МЫ. Все личные интересы должны отойти на задний план»⁴⁹⁵. Весь этот комплекс качеств обнимался одним понятием – «сознательность», что подразумевало готовность следовать любым требованиям государства. Эти качества были необходимы в условиях индустриализации 30-х гг.

Любое индустриальное общество наряду с развитием производственной сферы вынуждено производить и соответствующего работника. По аналогии с разветвляющимся массовым промышленным производством воспитание человеческого материала приобрело черты механической обработки (массовые школы, где детям из «низов» давались лишь необходимые, с точки зрения их участия в производстве, знания и навыки). С этой же точки зрения, массы рассматривались как сырье, могущее при соответствующей обработке превратиться в полезный инструмент, бесполезный балласт или вредные отходы, подлежащие уничтожению⁴⁹⁶. Большевики, полностью перенея это отношение к массам, внесли лишь одно уточнение: вредность или полезность человеческого материала определялась с помощью политической мерки.

Такая обработка достигалась за счет подавления индивидуальных черт и распространения мыслительных и поведенческих стереотипов разными методами. Их приоритеты и содержание менялись в зависимости от конкретно-исторической ситуации. Если в предвоенные годы основным содержанием идеологической работы являлось формирование социалистического сознания, то в годы войны главной заботой стало внедрение в общественное сознание лозунга «все для фронта, все для победы», обеспечение морально-политической стабильности, бдительности и дисциплины.

Массовое сознание легче ориентируется в пределах непосредственного восприятия, жизненный опыт и здравый смысл используются мало, так как в сфере социальных отношений правильность выводов не поддается прямой проверке. Поэтому картина мира базируется на непосредственных образах. Это обстоятельство делает массовое сознание уязвимым для идеологического воздействия: те или иные стороны сознания получают подкрепление в идеологии, а идеология в свою очередь использует созвучные массовые представления. Особенно это касается знаний об обществе. Их усвоение происходит почти автоматически, они становятся очень устойчивыми, независимыми от эмпирических. Оторванность стереотипных знаний от личного опыта делает возможным дуальное восприятие действительности. Конкретные ее проявления могли осуждаться, а принципы, лежащие в их основе – одобряться: так, приветствуя в целом усилия Советского правительства по индустриализации страны и созданию восточной промышленной базы, уральцы выражали недовольство введением новых налогов, низкой заработной платой и уровнем жизни.

Манипулирование общественным сознанием облегчалось монопольным положением государства во всех сферах жизни. Воздействие на человека и его психику происходило

⁴⁹⁵ Луначарский А. В. Народное образование в СССР // О воспитании и образовании. М., 1976. - С. 307.

⁴⁹⁶ Гараи Л. Психозакономическая система большевистского типа // Полис. - 1993. - № 1. - С. 72.

путем жесткого прикрепления его к социуму, например, через традицию. Эта зависимость, имела материальное выражение, так как государство было источником и властелином всех жизненных благ человека. Так, по мнению М.А. Фельдмана, спецификой уральских рабочих было наличие достаточно большого числа владельцев собственного жилья и хозяйства. Именно это делало их относительно автономными от государственного воздействия, и как следствие, давало возможность оставаться аполитичными. В то же время подавляющая часть рабочих, в предвоенный период промышленного развития на Урале прибывшая из деревень и колхозов за лучшей жизнью, легко поддавалась индоктринации.

Низкий уровень жизни создавал предпосылки для стандартизации условий существования практически всех членов общества. Минимум разнообразия в выборе жилища, мебели, одежды, еды, проведении досуга предполагал стандартизацию установок и ценностей, например, таких как взгляды на счастье, благополучие, создавал негативное отношение к отклонению от такого стандарта. Происходит «стилизация счастья и благополучия»⁴⁹⁷, так как собственные интересы человека замещаются общественными, из-за ущербности и ограниченности частной жизни, сокращения «личного пространства» под давлением не только идеологических стереотипов, но и материальной необеспеченности, правовой дискриминации. Примером может послужить положение советских женщин, пришедших в период индустриализации на тяжелую и грязную работу на производстве и расценивавших это как огромное достижение. Жены рабочих Челябинска, в период строительства ЧТЗ откликнувшись на призыв поступить на работу на кирпичный завод, на собраниях с радостью говорили, что «о такой жизни раньше и не мечтали», активно добивались права работать в горячих цехах у маргенов, осознавая, что «борются не только за себя, но и пробивают дорогу другим женщинам»⁴⁹⁸.

Одним из способов манипулирования общественным сознанием является искажение или затруднение доступа к реальным знаниям об окружающей действительности. Особенно актуален такой способ идеологического и психологического давления, если в обществе существует монополия на информацию. Именно такой монополией обладало советское государство. Газеты отмечали: «Стахановское движение... открывает перед рабочими дорогу к резкому улучшению материально-бытового положения», но умалчивали о насильственном вовлечении рабочих в соревновательные процессы. Были и другие искажения реальности. В подтверждение стоит привести статью из стенгазеты 2-го участка Соликамскстроя за 1941 г. В ней сообщалось, что заключенные десятник Кисельков и бригадир Сухоновкин решили отработать по 2 часа сверх режима. Об этой «инициативе» сообщили многие лагерные газеты, но трудно поверить в возможность добровольного увеличения рабочего времени в тюремных условиях⁴⁹⁹. Идеологические структуры оказались перед дилеммой: с одной стороны обществу для нормального функционирования необходим минимум правдивой информации, с другой, расширение этого минимума до определенного предела грозило разрушением всего идеологического конструкта.

Гибким и действенным инструментом идеологического воздействия во время войны была агитационно-пропагандистская работа. Ее перестройка не была кардинальной, так как советская пропаганда всегда была направлена на выработку у населения «психологии осажденной крепости», убеждения, что капиталистические страны рано или поздно нападут на Советский Союз. Поэтому психологически советское общество было готово к справедливой и победоносной войне. Необходимо было популяризовать производственный опыт стахановцев, направлять патриотический порыв советских людей

⁴⁹⁷ Фельдман М. А. Рабочие крупной промышленности Урала в 1914-1941 гг. Екатеринбург, 2001. - С. 335, 337.

⁴⁹⁸ Женщины Урала в революции и труде. Свердловск, 1963. - С. 296.

⁴⁹⁹ Фельдман М.А. Указ. соч. - С. 225.; Горчева А. Ю. Не подлежит распространению... (Лагерная пресса 1935 - 1955 гг.) // Советская библиография. - 1991. - № 6. - С. 68.

на движения по сбору средств на оборону, больше внимания уделять «малому патриотизму» - рекомендовалось подчеркивать важную роль Урала в обороне страны⁵⁰⁰. Именно газеты являлись источником сведений о тех или иных починах на промышленных предприятиях или в сельском хозяйстве. Фактически не было ни одного почина, который не нашел бы отражение на страницах местной печати: достижения двухсотников и тысячников, динамика движения комсомольско-молодежных бригад и их производственные успехи, развертывание Всесоюзного соцсоревнования с его разнообразными формами и т. д.

Условия военного времени осложнили ведение политико-массовой работы вследствие ухудшения материальной базы, сокращения количества квалифицированных работников, активной миграции населения и т. д. Это потребовало новых подходов. Упор был сделан на массовые формы работы, так как идеологической обработке легче поддается масса, а не структурированная социальная общность. Массой легче манипулировать, так как в ней люди имеют общую эмоциональную направленность и чувствуют себя защищенными от общих проблем.

Искусственная депривация как способ социализации в 30-е гг. носила в советском обществе разнообразные формы: массовое осиротение подрастающего поколения, причем как в буквальном смысле слова (репрессии родителей), так и в политическом (замена реальных родителей символическими в лице Родины-матери и вождя), искусственная изоляция (лагеря, в том числе и пионерские вместо развития семейного отдыха; трудовые мобилизации и т. п.), многочисленные навязчивые запрещения, формировавшие атмосферу не только политической, но и психологической несвободы. Цепочка этапов насильственной социализации (детский сад, школа, армия, тюрьма) лишала человека способности к самоидентификации, малая родина заменялась Советским Союзом, семья – трудовым коллективом. «Полубить завод, чтобы он стал родным отчим домом, а работающие на нем – как бы членами своей семьи – вот идеал советских людей на предприятии», - требовала официальная идеология. Во время войны ужесточение трудовой дисциплины, лишавшее рабочих права на собственный выбор, и усиление идеологического воздействия фактически превратили все взрослое население в опекаемую категорию.

Приспосабливаясь к социальным условиям, человек развивает в себе те черты, которые заставляют его желать действовать так, как надо. Причем усвоение образцов поведения происходит бессознательно, через механизмы подражания и идентификации. В строго регламентированных обществах одним из таких образцов является «выученная беспомощность», то есть избегание самостоятельных решений, а высшей добродетелью признается послушание и исполнительность. Чувство единения, принадлежности к большому и сильному государству, народу, было необходимо в тревожные дни войны. Широко распространенная практика единых политдней, дней сбора лома, всесоюзных вахт и других массовых мероприятий находила отклик у трудящихся, которые часто сами выступали с подобными инициативами. Мысль, что многие тысячи людей в стране одновременно делают то же, что и они, вызывала ощущение сплоченности.

Распространенной формой работы были коллективные прослушивания радио с последующим повторением услышанного агитатором, коллективные читки газет. С 1943 г. в «Блокноте агитатора» была введена постоянная рубрика «Материалы для громких читок», где публиковали художественное описание подвигов советских воинов, зверств, чинимых оккупантами над мирным населением и другие материалы, вызывающие сильные эмоции. Такие формы работы максимально облегчали работу пропагандистов и принуждали реагировать собравшихся на услышанное «должным» образом, закрепляя

⁵⁰⁰ В рамках этой кампании печатались выступления известных людей, прославляющих Урал, проводились тематические политдни «Роль Сталинского Урала в Отечественной войне», лекции и беседы. См., например: Блокнот агитатора. 1943.- № 10.- С. 33; ЦДООСО. Ф. 4. Оп. 36. Д. 88. Л. 17; Оп. 37. Д. 34. ЛЛ. 16-17; Оп. 38. Д. 169. Л.52.

нужные реакции и превращая их в стереотипные. Грамотным ходом, с точки зрения социальной психологии, оказалась установка советской пропаганды во время войны на связь агитации с конкретными задачами. Через обыденное сознание общественное проникалось нужными идеологическими конструктами, так как общественное сознание впитывает повседневный опыт локального отношения к общественной практике в целом.

Рекомендуя проводить собрания рабочих, посвященные текущему моменту и конкретным производственным задачам, журнал «Партийное строительство» подчеркивал, что для успешного их проведения они должны быть подкреплены соответствующими плакатами, стенными газетами т. д. Рекомендуемые формы наглядной агитации, полезными качествами которой были острота, злободневность и актуальность (доски показателей, почта, плакаты, графики выполнения норм, лицевые счета, карикатуры, аварийные акты, доски стахановцев и т.п.), помимо информативной, выполняли еще и функцию создания общественно значимого (сакрального) пространства⁵⁰¹.

Пропаганда редко пользовалась рациональными доводами. Важно, что навязанное мнение воспринималось общественным сознанием как естественное, свое собственное. Внимание людей привлекалось к положительным сторонам идеи с помощью простых образов, аргументация была построена на эмоциональной основе. Е. Ярославский, например, утверждал, что «большевики побеждали, потому что они плоть от плоти народа. Величайшая преданность народу, его интересам дает силу большевикам преодолевать трудности. Слова Сталина «жизнь не имела бы для него смысла, если бы он каждый день этой жизни не мог отдать на то, чтобы улучшать положение трудящихся» – благородная цель каждого большевика»⁵⁰².

Нужная (положительная) информация подавалась на фоне негативных сравнений. Например, в журнале «Блокнот агитатора» наряду с данными о развитии сети детских дошкольных учреждений в Советском Союзе отмечалось, что в 1913 г. в России было всего 19 яслей на 550 человек и «это были жалкие учреждения, содержащиеся на частные деньги». Практиковался еще один метод убеждения – использование эмоциональных установок и предрассудков, которыми люди уже обладают. «Мужество – это наличие у человека такого качества, как, например, твердость данному слову. Может быть так, что дали ему сегодня плохие щи, и он начинает говорить: «Черт знает, что за руководители, или, например, прорвался противник, он так же начинает говорить о руководстве и у него падает настроение», - внушали солдатам, связывая уже существующее положительное восприятие слова «мужество» с необходимыми командованию качествами послушания и неприхотливости»⁵⁰³.

В советской пропаганде широко использовался метод, описанный американским социологом Г. Блуммером: отождествление официальных взглядов с внутригрупповыми, а противоположных – с внегрупповыми установками. С одной стороны «мужество, смелость, честь, патриотизм, достоинство – неотъемлемые качества большевиков», которые воспитывают в народе «мужество, смекалку, отвагу, не знающий границ героизм», с другой – «небрежность и распушенность, отсталость и невежество чужды характеру советских людей». Показывая примеры ударного труда, пропагандист призывал: «Так должен работать сейчас каждый советский патриот, кому дороги интересы Родины». «Бережливость лежит в самой природе советского государства. Нам как

⁵⁰¹ Партийное строительство. 1942. - № 19. - С. 44. В качестве положительного примера можно привести предприятия Нижнего Тагила, где наглядной агитации уделялось много внимания. Молнии, призывы, плакаты-карикатуры, аварийные акты, бюллетени рационализатора, доски политинформации, сводок Информбюро, доска «Кто сегодня идет впереди», «Не забудем –отомстим», цеховые газеты широко использовались на заводах № 183, 381 и других предприятиях // ЦДООСО. Ф. 4. Оп. 33. Д. 169. Л.5.

⁵⁰² Ярославский Ем. Война – всесторонняя проверка прочности Советского строя // Партийное строительство. - 1942. - № 20. - С. 16.

⁵⁰³ Сталинская забота государства о матерях и детях //Блокнот агитатора. 1944.- № 21. - С. 3.; Уборевич И. П. Два очага опасности // Военно-исторический журнал. - 1988. - № 10. - С. 43.

гражданам этого государства должно быть чуждо всякое расточительство, имеющее место в условиях капитализма»⁵⁰⁴.

В отличие от политической работы на фронте, в тылу больше обращались не к отрицательным чувствам (ненависть), а к положительным (любовь, сострадание, желание помочь). Местной печати рекомендовалось «воспитывать массы положительным примером», больше публиковать фактов перевыполнения планов, ударной работы и добросовестного отношения к обязанностям⁵⁰⁵. Приоритет апелляции к положительным эмоциям отражался и в расположении материала в газетах. Первые страницы отводились пропаганде ударного труда, описаниям героических поступков, а все критические материалы концентрировались на последних газетных полосах. В уральских газетах материал о передовиках производства и победителях соцсоревнования очень часто помещался рядом с сообщениями о подвигах уральцев на фронте. Напрашивалась параллель - герои тыла равны героям фронта. Это имело огромный эффект: «Пусть наши мужья героически громят и уничтожают врага, а мы, не жалея своих сил, в тылу будем укреплять мощь нашей родины», - заявляли жительницы Челябинской области. Как вспоминали очевидцы: «Работали по 11 часов. Никто выходного не ждал. А если кто заикнется, то бабы набросятся, застыдят: «Тебя бы на фронт, так там запросила бы выходной»⁵⁰⁶.

Для таких технологий важен был текст, который невозможно исказить. Сталин на XVIII съезде ВКП(б) говорил, что «печатать – единственное орудие, при помощи которого партия ежедневно, ежедневно говорит с рабочим классом на своем, нужном ей языке». Поэтому печать во время войны была главным источником информации и руководством к действию. Сталинские выступления немедленно брались на вооружение в пропагандистской работе, а цитаты из них приводились во всех методических материалах, предназначенных для агитаторов. А.С. Щербаков, с мая 1941 г. осуществлявший наблюдение за УПА ЦК ВКП (б), подчеркивал, что для этого надо использовать любые поводы, исторические примеры и аналогии. Редактор многотиражки Уралагонзавода «Коминтерновец» Б.М. Морозов вспоминал, что основной материал давался «под шапкой», в которой кратко выражалась задача дня. Нередко в этом качестве использовались строки из выступлений руководителей партии и правительства⁵⁰⁷.

Таким образом, несмотря на существенные пробелы в идеологической работе, низкий уровень подготовки кадров, она была достаточно успешна. Причинами этого была подготовленность населения к восприятию пропагандируемых идей к началу войны, опора пропаганды на глубинные слои массового сознания, и совпадение в какой-то части общественного и узкоклассового интереса. «Война распрямила», рос престиж труда, связанного с фронтом, это создавало моральное уравнение с фронтом и вызывало самоотверженность и энтузиазм.

А.С. Луньков
Екатеринбург

УРАЛЬСКИЕ ТЕАТРЫ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Проблемам развития культуры в целом и её отдельным элементам во время Великой Отечественной войны историками и культурологами уделялось достаточно пристальное внимание. Но такой специальный предмет исследования, каким является деятельность театров Урала в 1941 – 1945 гг., изучен недостаточно. Между тем, сохранившиеся

⁵⁰⁴ Блуммер Г. Коллективное поведение. М., 1995. С. 562 - 563.; Большевик. 1941.- № 10.- С.3, 4; Челябинский рабочий. - 1941. - 2 октября; Блокнот агитатора. - 1942.- № 29-30.- С. 15.

⁵⁰⁵ ОГАЧО. Ф. п. 288. Оп. 4. Д. 240. ЛЛ. 22, 27.; Д. 247. Л. 29.

⁵⁰⁶ Там же. Д. 235. Л. 7.; Воспоминания Сметаниной Е.И. // Шадринск военной поры. - Кн. 2. - Курган, 2000. - С. 183.

⁵⁰⁷ Большевик. - 1941. - № 7 - 8. - С. 59.; Неужин В. А. Синдром наступательной войны. М., 1997. - С. 197.; Морозов Б. М. Боевой орган партийного комитета // Т-34: путь к победе. М., 1975. - С. 133.