

## Литература

1. Бессараб М.Я. Владимир Даль. М.: Московский рабочий, 1968. 264 с.
2. Народная словесность. Сборник статей. М.: Издательство «Крафт+», 2002. 440 с.
3. Кропоткин П.А. Этика. М.: Политическая литература, 1991. 496 с.
4. Югов А.К. Думы о русском слове. М.: Современник, 1975. 214 с.
5. Миронов Б.С. Русское восстание. М.: Алгоритм, 2011. 476 с.
6. Праязык. Опыт реконструкции /Сб. Работ. М.: Бетые альвы, 2010. 272 с.
7. Шемшук В.А. Путь в общину, М.: Шемшук и К, 2010. 128 с.

Киндикова А.Ю.

### ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ НА ОБРАЗ ЛИДЕРА ПРИ ТОТАЛИТАРНОМ РЕЖИМЕ

В СССР как известно, общественное мировоззрение зиждилось на атеизме, потому библейская заповедь: "не сотвори себе кумира" игнорировалась, как и сама религия. Однако божественный пьедестал прочно заняли партийные лидеры, партия власти, единая идеология в целом. Каждый гражданин Советского союза с младенчества принимал навязанную схему жизнеустройства, которая пользовалась непререкаемым авторитетом. Идеологическая машина, с одной стороны, фундировала чувство патриотизма, мощного единства, а с другой – сводила шансы свободного мышления к нулю. И сегодня, глядя на старые политические плакаты, можно легко уловить ноты идолопоклонства, которым была пронизана вся тоталитарная система.

Политическая реклама в условиях тоталитарного режима практически полностью ассоциировалась с коммунистической агитацией и пропагандой, восхвалением партийных вождей. Как известно, в ряду ключевых характеристик тоталитаризма - культ личности вождя, идеологическая пропаганда, монополия на СМИ. [1] В совокупности эти характеристики воплощались в жизнь с помощью семантических и визуальных проявлений, а именно в форме агитационно- пропагандистских плакатов.

В свете нашей темы, считаем, что большое значение для тоталитарного режима имела индоктринация, о которой пишет исследователь А.И. Щербинин. Она представляет собой «...целенаправленный и систематический процесс использования механизмов обучения и воспитания для насильственного продвижения в сознание общества базовых политических и социальных идей, понятий, символов.» [5.С.122] Тоталитарная индоктринация в данной связи - некий смыслообразующий инструмент формирования «правильного» мышления.

Так или иначе, индоктринация и политический плакат/реклама преследуют общую цель - воздействовать на сознание народа, представить свою картину мира как единственно верную, (которая непременно выгодна для власти). Заметим, что в годы советского режима политическая реклама не была институционализирована, однако это не сказалось на ее функционировании. Можем сказать, что она была частью идеологической пропаганды в форме плакатов и листовок. И прежде всего, на наш взгляд, политическая реклама была инструментом становления культа личности вождя, формирования его образа в целом.

Наш интерес прикован к двум выдающимся тоталитарным лидерам XX века: И. В. Сталину и А. Гитлеру, т.к. их объединяет немало схожих черт характера и стиль политического руководства. Если рассмотреть психологическую подоплеку личности И. Сталина, то нельзя не упомянуть о его тяжелом детстве и психических

отклонениях. Сталину был присущ «эдипов комплекс». С возрастом у И.Джугашвили появляются параноидальная подозрительность и садистские замашки, не обходит его стороной и мегаломания. При всем этом лидер представлялся исключительно в положительном свете. «Сталин мог организовать и организовал – постоянный хор лести и низкопоклонства, в который включились и СМИ и деятели искусства и академической науки.» [4. С. 487]

С уверенностью полагаем, что лидер пользовался искренней любовью народа, которая непременно граничила со страхом. Буквально с «молоком матери» детям прививалась мысль о том, что Сталин дороже своей семьи, он их защитник и кормилец, хотя это далеко не соответствовало реальности. Не зря главенствующее место в секретариате Сталина занимал «отдел агитации, отвечавший за разработку лозунгов и пропагандистских тем, которые внедрялись в сознание советского гражданина, обрушиваясь на него с заголовков газет и из громкоговорителей». [4.С. 495]

Рассмотрим, как плакаты содействовали становлению культа вождя. В жизни он обладал небольшими физическими недостатками: левая рука была короче правой и хронически не стибалась в локте, лицо было в шрамах после перенесенной оспы, второй и третий пальцы на ноге были сросшены, а рост составлял не больше 160 см. Говорил он с грузинским акцентом. Также в отличие от своих товарищей – большевиков, большинство из которых были яркими интеллигентами-космополитами, Сталин очень мало путешествовал на Западе, не владел ни одним европейским языком, был плохим оратором, и его считали, в лучшем случае весьма посредственным теоретиком. [4.С.502-503] В данной связи можем с уверенностью сказать, что политические плакаты в системе агитационной пропаганды и явились огромным подспорьем для его позиционирования. Ведь на плакатах Сталин изображался только в выгодном свете, физические недостатки

игнорировались или ретушировались. Вместо публичной речи – краткий, но звучный тезис, то есть лозунг. Его изображали непременно во многих ипостасях: как партийного лидера, как военного главнокомандующего, народного любимца, благородного человека, примерного гражданина, работающего и умного деятеля. Многие исследователи полагают, что тиран страдал комплексом неполноценности и старался компенсировать его, используя свою политическую власть.

Однако предмет нашей темы касается не психоанализа личности Сталина, а именно роли политической рекламы в образе лидера. Поэтому перейдем к Германии и к образу А. Гитлера на немецких плакатах. По сравнению с изображениями И. Сталина, который всегда представал в выгодном, правильном свете, образ немецкого вождя рисовался несколько иначе, прежде всего как фюрера, военного лидера. А. Гитлер, как известно, был харизматичным лидером, блестящим оратором, умел заечь толпу, буквально обладал даром гипноза, чем объясняют массовое обожание лидера толпой. И на плакатах чаще всего его изображали с вытянутой вверх рукой, в военной форме со знаком свастики. Да, это характерный признак, что Гитлер изображался неотъемлемо с символикой нацизма. «Самым значительным талантом Гитлера было искусство влиять на других людей и убеждать их. Огромные ораторские способности в сочетании с явным актерским талантом были важнейшим его инструментом на пути к власти, а его политический дар состоял в том, что он умел, пользуясь весьма ограниченным набором тем, соединить эти темы со специфическими условиями своего времени и окружить их чем-то вроде псевдорелигиозного мифа». [3]

Обращаясь к попыткам психоанализа Гитлера, надо заметить, что у него много общего с советским деспотом Джугашвили. Так, немецкому вождю присущ «эдипов комплекс»: горячо любящая и любимая мать и

ненавистный отец-тиран, проблемная психика. И безусловно, фюрер являлся также харизматичным лидером, однако более талантливым: взращивал культ личности, развивал идеологию. Единственное, что сложно сравнить, так это степень жестокости в управлении, полагаем здесь они на равных.

Как и в СССР, все школьные учебники, газеты, книги пестрели именем Сталина, так и в Германии они в не меньшей степени пестрели именем Гитлера. Вот, например, очень показательный школьный диктант, составленный в 1934 году и предложенный учителям для использования при обучении родной речи: "Как Иисус освободил людей от грехов и ада, так Гитлер спас немецкий народ от гибели. Иисус и Гитлер подвергались преследованиям, но в то время как Иисус был распят, Гитлер возвысился до канцлера. В то время как ученики Иисуса оставили его в беде, отрекшись от него, за Гитлера пало 16 товарищей. Апостолы окончили труд своего господина, мы надеемся, что Гитлер сам доведет свой труд до конца. Иисус строит для небес, Гитлер - для Германской земли". [3] Данный отрывок иллюстрирует наш довод о том, что тоталитарные лидеры становились субститутами божественной власти.

Примечательно, что реклама тоталитарных вождей схожа по многим параметрам, главное - демонстрация положительных сторон лидера: это и мудрость, и ораторский талант, а также умение воздействовать на массы, вести за собой. На плакатах непременно отражается любовь и признание граждан.

Таким образом, т.к. политические плакаты предназначались для народных масс, то и обращались они не к разуму, а к чувствам, эмоциям. Нужно было зажечь яркие чувства в народе, и в дальнейшем не дать им угаснуть. В рядовом гражданине важно было пробудить горячий патриотизм, любовь к своему вождю и своему народу и в то же время, ненависть к чужому народу и

**ТОТАЛИТАРИЗМ И ТОТАЛИТАРНОЕ СОЗНАНИЕ**  
**10 выпуск**

**Томск - 2012**

соответственно, чужому лидеру, так как схема: «свой-чужой» являлась просто аксиомой для тоталитарного порядка.

### Литература

1. Баранов Н. Теоретические основы тоталитаризма [электронный ресурс] - Режим доступа: [[http://nicbar.ru/theoria\\_politiki10.htm](http://nicbar.ru/theoria_politiki10.htm)], свободный
2. Плакаты: политический и коммунистический плакат [электронный ресурс] - Режим доступа: [<http://www.redavantgarde.com/>], свободный
3. Политические системы Гитлера и Сталина [электронный ресурс] - Режим доступа: [<http://otvoyna.ru/statya29.htm>], свободный
4. Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ власти. Т.2. Хрестоматия- Самара: Издательский Дом «БАХРАХ», 1999. 576 с.
5. Щербинин А.И. Политическое образование. Томск: Типография «Иван Федоров», 2003. 426с.

Кирдяшкин И.В.

### СЕТИ - ВЫЗОВЫ РАЗВИТИЯ

Трансформации социальности демонстрируют новые модели культурных, социальных и политических взаимодействий, актуализирующие латентные проблемы общества. Среди этих моделей заметно влияние сетей межличностных отношений, обеспечивающих взаимодействие, поддержку, идентичность, с присущими им (сетям) способностями обработки информации [1. С. 64.]. Сетями исследователи называют открытые структуры, которые могут неограниченно расширяться путем включения новых узлов с теми же коммуникационными кодами [2. С. 914]. Теория сетей отмечает, что последним пределом, атомом общества является не индивид, а