

УДК 94(477):[323.232+33.025.26]“1932/1933”
DOI: 10.31651/2413-8142-2021-25-Starovoit

С. В. Старовойт

кандидат історичних наук, провідний науковий співробітник філіалу «Інститут дослідження Голодомору»,
Національний музей
Голодомору-геноциду, м. Київ, Україна
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6226-8166>
e-mail: star-t@ukr.net

Бібліографічний опис для цитування: Старовойт С. В. Комуністична пропаганда в контексті суцільної колективізації та Голодомору 1932–1933 рр. *Український селянин*. 2021. Вип. 25. С. 102–110. doi: 10.31651/2413-8142-2021-25-Starovoit

КОМУНІСТИЧНА ПРОПАГАНДА В КОНТЕКСТІ СУЦІЛЬНОЇ КОЛЕКТИВІЗАЦІЇ ТА ГОЛОДОМОРУ 1932–1933 РР.

Автором розглянуто як комуністичний тоталітарний режим використовував пропаганду для просування ідеї колективізації сільського господарства в Україні. Для пропагування переваг нового ладу влада використовувала всі тогочасні інформаційні засоби: періодичну пресу, радіо, кіно. Обов'язок пропагандиста було покладено не тільки на партійних функціонерів, але й на вчителів, студентів, викладачів вищих навчальних закладів і робітників, яких залучали до хлібозаготівель. Найефективнішими у просуванні ідей політичного та економічного характеру у 1930-х роках стали періодична преса і плакат, зважаючи на велике охоплення ними читацької аудиторії. Важливим аспектом успіху комуністичної пропаганди були простота викладу інформації та апелювання до почуттів. Застосовані методи і форми пропаганди спричинили трансформацію свідомості українського селянства й сприяли зламу традиційної системи господарювання.

Ключові слова: пропаганда, колективізація, преса, комуністичний тоталітарний режим, Голодомор 1932–1933 рр.

Постановка проблеми. Щоб забезпечити монополію влади та ідеології, тоталітарна держава СРСР використовувала два важелі: постійне насильство над особистістю і тотальне «промивання мізків». Просування комуністичних ідей в українському суспільстві забезпечувалося шляхом масованої пропаганди. Влада намагалася долучити до пропагандистського процесу якомога ширше коло учасників і використовувала весь доступний арсенал засобів масової інформації. Насадження колективної системи господарювання в українському селі було тісно пов'язане зі зломом старого світогляду і традиційного побуту. Агресивний спосіб насадження колгоспного ладу і очевидна невідповідність між обіцянним і дійсністю призвели до конфлікту інтересів у селянському середовищі й масового спротиву діям влади. Попри це, відзначаємо, що обрані методи і форми пропаганди під час проведення колективізації були успішними для просування нової ідеології. Через зосередженість дослідників на висвітленні політико-економічного аспекту колективізації та трагізмі подій Голодомору 1932–1933 рр. пропаганда як вагомий чинник змін упродовж цього історичного періоду розглядається в наукових працях зазвичай опосередковано. Її форми і методи потребують додаткового вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фактори ефективності пропагандистського процесу висвітлено в працях М. Скуленка [1], Г. Грачова та І. Мельникова [2]. Питанню пропаганди в плакатному мистецтві присвячено дослідження А. Авраменко [3]; опосередковано його розглянуто у роботах О. Донець [4, 5]. Пропаганда як фактор успішності просування комуністичної ідеології

впродовж «суцільної» колективізації і Голодомору 1932–1933 рр. згадується в багатьох монографічних дослідженнях [6, 7, 8, 9 та ін.]. Що стосується проблеми дослідження форм і застосованих методів пропаганди, кола її ретрансляторів у селянському середовищі, то ця проблематика ще не була предметом наукового пошуку.

Мета статті полягає у з'ясуванні найбільш успішних методів впливу і найтипівіших меседжів до свідомості українського селянина під час колективізації й Голодомору 1932–1933 рр., форм донесення інформації та кола осіб, залучених до пропагандистської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Пропаганда 1930-х років охоплювала усі сфери життя громадян: стосунки в сім'ї, виховання дітей, трудові відносини в колективі, ставлення до праці тощо. Вона стала невід'ємною частиною життя і сприймалася як щось звичне, буденне і навіть необхідне. Методи комуністичної пропаганди були продуманими і системно використовувалися для політичного та ідеологічного впливу на широкі верстви населення у різноманітних формах: виступи партфункціонерів та активістів на зборах, публікації в пресі, листівки, плакати, кіномистецтво, радіо.

Весь цей арсенал на межі 1930-х років влада застосовувала для просування ідеї нового колгоспного ладу і вкорінення його не тільки як нової форми господарювання, а й нової форми суспільного життя сільської громади. Успіх активному просуванню пропагандистських ідей забезпечували обрані методи. Ґрунтовна праця Г. Грачова та І. Мельника щодо маніпулювання свідомістю містить значний перелік таких методів [2, 153]. На наш погляд, найбільш

дієвими під час проведення колективізації були такі: багатократне повторення аж до моменту, коли інформація починала сприйматися як реальна дійсність; апелювання до «авторитетів» шляхом посилення на публічні висловлювання партійних очільників, шанованих людей; використання загальної платформи та експлуатація образу «свого хлопця» з метою створити враження, що всі вже так роблять чи думають і давно настав час до них приєднатися, а пропагандист – людина з середовища тих, до кого звернені його слова; культ особи та її демонізація – створення ідеалізованого, героїчного образу для особистості, що обстоює позиції, які просуває пропаганда, з одного боку, і нав'язування образу негідника, правопорушника, ворога, якщо вона дотримується протилежної точки зору; навішування ярликів (таких, як куркуль, наприклад); так зване «бомбардування любов'ю», що виявлялося в залученні нових adeptів шляхом використання певної суспільної групи для відокремлення особи від існуючої соціальної підтримки, попередніх вірувань чи системи цінностей; диктат – техніка, що дозволяла спростити процес прийняття рішення, пропонуючи конкретні дії й обмежуючи будь-який інший вибір; висміювання як конкретної особи, так і ідей, супроти яких іде боротьба тощо.

Ці методи активно використовувались як в усній, так і в друкованій формах пропаганди. Розповсюджувачами усної пропаганди були члени партійних і комсомольських осередків, працівники політвідділів МТС, що були створені задля двох головних цілей: проводити політику партії на селі та контролювати перебіг хлібозаготівельних кампаній – а також сільський «істеблшмент»: голови колгоспів та члени сільських рад, вчителі. До пропаганди і агітації долучали й громадських наглядців за хлібозаготівлями – студентів, викладачів вищих навчальних закладів, робітників підприємств та службовців різних установ. Зазвичай це були люди з вищим рівнем освіти і «політично грамотні» за термінологією того часу. Вони ставали ефективними ретрансляторами комуністичної ідеології. Вивчаючи сільський побут і аналізуючи рівень сприйняття нової ідеології на місцях, вони винаходили різноманітні форми донесення інформації. Це підтверджує використання традиційної обрядовості, наприклад весільних обрядів. Так, у роки суцільної колективізації набув поширення обряд «червоного сватання». Суть його полягала в тому, що партійний та комсомольський актив села, часто за участі представників районної влади, приходив агітувати селян, переважно одноосібників, вступати до колгоспу, змальовуючи усі переваги майбутнього заможного життя, які забезпечить спільна праця.

Функцією пропагандиста був наділений і вчитель. Це повною мірою вкладалось у контекст ленінського розуміння ролі вчительства, що мало влитися до загальної маси трудівників – борців за побудову нового ладу і пов'язати свою діяльність із завданням соціалістичної організації суспільства [10]. Є багато спогадів свідків Голодомору 1932–1933 рр., що вчителі та учні сільських шкіл часто ставали опосередкованими учасниками процесу розкуркулення під час колективізації. Приведені на

подвір'я до розкуркулюваних, вони декламацією гасел, співанням революційних пісень і частівок, на кшталт «Гей, живо, живо даєш колективи! В комуни швидше, щоб було веселіше!», створювали необхідний психологічний тиск на «жертв колективізації» [11, 213].

Потужним рупором усної пропаганди було радіо. У 1924 р. з фрази «Алло! Говорить Харків! Усім, усім, усім! Працює перша в Україні радіотелефонна станція!» розпочався період українського радіомовлення. Тоді харків'яни почули виступ голови ВУЦВК Г. Петровського й керівника уряду УСРР В. Чубаря та невеликий концерт. У декілька перших років радіомовлення відбувалось у форматі радіотелеграм, рідше документальних передач. Однак від кінця 1920-х рр. основною формою стала радіогазета, а радіо – активним учасником комуністичної пропаганди. Радіогазети активно використовували для проведення мітингів, суботників, «тижнів охорони» та інших масових заходів. До головних тем належали повідомлення про великі будови, роботу передовиків виробництва, індустріалізацію і, звичайно, колективізацію. Значну увагу було приділено, наприклад, кримінальній справі «Спілки визволення України», сфальсифікованій проти визначних діячів культури. У 1930 р. було організовано прямі трансляції судових засідань із Харківського оперного театру, де тривав процес над її членами [12].

Щодо друкованого формату, то найбільш ефективну роль в просуванні комуністичної пропаганди і нав'язуванні нового способу життя відіграла періодична преса. Газетний матеріал не такий яскравий як плакат чи листівка, однак завдяки масовому розповсюдженню і практиці обов'язкового читання і обговорення у хатах-читальнях, характерній для періоду колективізації, газети забезпечували масовий вплив на людей. За умови монополії на всі засоби масової інформації в країні, їх повний контроль і жорстку цензуру, періодичні видання, а особливо газети, стали головним рупором пропаганди. Промовистою є характеристика тогочасної преси Й. Сталіним, виголошена на XII з'їзді РКП(б): «Преса – єдине знаряддя, за допомогою якого партія щодня, щогодини говорить з робітничим класом своєю потрібною їй мовою» [13]. І комуністична партія докладала багато зусиль, щоб якомога більше громадян Країни Рад почули її голос.

Ще в 1919 р. більшовицький уряд України в Харкові започаткував випуск преси українською мовою. Першими такими виданнями стали газети «Комуніст» (м. Харків, двомовна) й «Більшовик» (м. Київ) та урядовий друкований орган «Вісті» (м. Харків, двомовний), що виходили найбільшим накладом. У 1922 р. в УСРР уже друкувалося 56 україномовних видань [14, 625]. Від кінця 1920-х рр. на перших сторінках газет і журналів почали друкувати портрети партійних лідерів. Одночасно широко цитувались їхні думки та настанови. Початок 1930-х років позначився активним формуванням широкої мережі районних газет, яке спричинило ухвалення постанов ЦК ВКП(б) від 11 серпня 1930 р. «Про реорганізацію мережі газет у зв'язку з ліквідацією округів» [15, 400–401] та від 18 січня 1931 р. «Про сільську районну та

низову пресу» [16, 79–80]. Ці постанови визначили засади функціонування регіональної преси: зміст, діяльність інституту робселькорів, організаційні питання роботи редакцій та кадровий склад. На виконання постанови ЦК ВКП(б) про організацію районних газет секретаріат ЦК КП(б)У 13 березня 1931 р. ухвалив організувати впродовж року в Україні 100 нових районних газет [17, 4–6].

Утворення мережі районної преси перебувало під контролем найвищого державного і партійного керівництва. Питаннями планування видавничої діяльності та професійної освіти працівників видав Комітет у справах друку при РНК УСРР, а відділ пропаганди та агітації ЦК КП(б)У – всіма аспектами інформаційно-пропагандистської діяльності [18, 54]. Редакторів районних газет, що існували як суто друковані органи райкомів партії, райвиконкомів та райпрофрад, призначали з членів бюро райпарткомів із подальшим затвердженням кандидатури обкома та ЦК партії [15, 405–406]. Редакційні плани газет складали на основі переліку питань, що розглядалися райпарткомом у своїй повсякденній діяльності [19, 117]. Доповіді про діяльність редакційних колегій систематично заслуховувалися на засіданнях районних партійних комітетів [20, 1].

Формат газет максимально підпорядковувався завданням пропаганди. Класичні заголовки найбільш популярних новин на перших шпальтах були перетворені в радянській пресі на промовисті гасла. Більше того, часто вони утворювали самостійний блок концентрованої інформації, що зазвичай підкріплювався розміщеними тут же постановами центрального уряду чи партійних і державних органів влади регіонального рівня, тематичними редакційними замітками або дописами сількорів. Завдяки виразному шрифту, що домінував над іншими матеріалами, і лаконічно викладеній суті гасла стали прийнятною формою споживання інформації навіть для малописьменних читачів.



Рис. 1. Гасла на першій шпальті варвинської районної газети «Соціалістичний наступ». 14 січня 1932 р.

Такий характерний для того часу інформаційний жанр найкраще демонструє пропагандистські методи багатократного повторення й диктату, бо найчастіше гасла викладені у формі спонукання до дії чи прямого наказу. Вони розміщувалися на всіх сторінках газети. На передовицях перше місце завше займали гасла про всесвітню перемогу комуністичної ідеології та побудову соціалістичного майбутнього на кшталт «Вище стяг світового

інтернаціоналу! За цілковиту перемогу соціалізму в нашій країні!». Їхнім завданням було донести головну ідею до широкої аудиторії: «Приєднуйся, допомагай будувати новий світ для себе». Внутрішні питання політичного чи економічного життя, винесені на перші шпальти газет, сприймалися як завдання такої ж ваги. Наприклад, на першій шпальті буринської районної газети (Чернігівщина) на тлі заклику «Хай живе 1 травня!» компактно розміщено цілу низку гасел, що посилюють вплив одне одного: від промовистих всеоб'єднуючих «Вище прапор ленінізму, прапор боротьби за всесвітню диктатуру пролетаріату» до внутрішньо важливих для насадження колгоспного ладу «Бідняки, середняки-одноосібники – в колгосп!» та «В день 1 травня: робітники, колгоспники – в лави ударників!» [21, 1]. В іншому номері цієї ж газети вміщено гасло «Робселькорівську роботу – на нові ударні рейки, організуємо свої лави на боротьбу за колективізацію» [22, 1]. Воно спонукало представників широкої мережі місцевих кореспондентів (бо ж стати сількором можна було лише заповнивши розміщену в районній газеті анкету) сконцентруватися на виявленні проблемних моментів у просування ідеї колективного господарювання серед українських селян.

Важливою складовою впровадження колгоспного ладу була пропаганда розбудови мережі машинно-тракторних станцій – МТС. В корюківській районній газеті «Більшовицький шлях» зустрічаємо гасло «МТС – опора суцільної колективізації» [23, 1]. Проведення будь-яких сільськогосподарських кампаній також супроводжувалися гаслами, розміщеними як на перших шпальтах, так і на інших сторінках газети. Наприклад, у газеті «Колективіст Буринщини» зустрічаються гасла щодо вчасного засіву із додатковим акцентом на колективізаційному рухові: «Хто не веде боротьби за виконання плану сівби та колективізації – допомагає глитаю» [24, 2]. Виконання контрактційних договорів також підтримувалось у пресі відповідними гаслами. Деякі з них, як наприклад, гасло «Контрактацію ярів та технічних культур ще не перетворено на масово-політичну кампанію», розміщене на першій шпальті ніжинської районної газети «Нове село» [25, 1], міцно пов'язувало у свідомості селян поняття господарювання на землі і участь у політичному житті країни. Інші – «Негаймо зліквідувати прорив у заготівлі шерсті!», «Стимулюємо здавання махорсировини!», «Накопаний буряк зараз же до цукроварні», «За зрив контрактації – до права!», – мали на меті інтенсифікувати працю селян і прищеплювали думку про неминучу відповідальність за нехлюйське ставлення до неї. Інформація щодо проведення сільськогосподарських кампаній пов'язувалась з боротьбою проти куркуля. Про це свідчать гасла на кшталт «Дати рішучу відсіч всяким спробам глитаїв і опортуністів затримати успішне закінчення сівби», «Щільно пов'язати закінчення сіву з подальшим розгорненням колективізації, розгортаючи нещадну боротьбу з куркулем» [26, 1; 27, 2] з корюківської районної газети.



Рис. 2. Карикатура «Це робота куркульських агентів», опублікована в ніжинській районній газеті «Нове село». 23 квітня 1933 р.

Пропаганда нещадної боротьби з куркулями – новоствореним комуністичною владою про шарком сільської громади, до якого потрапили найбільш успішні в минулому господарі й, відповідно, авторитетні члени громади, була невід’ємною частиною пропаганди колективізації українського села. Тут активно застосовувалися методи демонізації (нав’язування образу негідника, правопорушника, ворога) і навішування ярликів, комбінування різних інформаційних жанрів. Підтвердження цьому знаходимо на сторінках бахмацької та буринської районних газет. У бахмацькому «Прапорі комуни» гасло «Вогонь по куркулях та підкуркульниках, що зривають колгоспне будівництво» поєднано з низкою дописів сількорів про їхній вплив на колгоспне правління с. Фастівці і роботу артіль у с. Петрівка [28, 2]. На першій сторінці газети «Коллективіст Буринщини» від 10 вересня 1931 р. найперше впадає в око гасло «На куркульські вилазки відповісти ще більшим натиском на нього (куркуля – авт.), негайним стягненням твердих завдань». Воно привертає увагу завдяки акценту на перших трьох словах – використано літери насиченого чорного кольору найбільшого розміру, якщо не брати до уваги назву газети. Нижче під гаслом розташовано редакційну замітку «Вдарити по куркульських вилазках» й дописи сількорів «Примусити куркулів виконати тверді завдання» та «Комсомольці борються за хліб» (обидві про стягнення доведених до двору твердих завдань на здавання хліба). Але центральне місце між згаданими матеріалами посідає інше гасло, присвячене організації червоної валки хліба «13-го дати району валку хліба ім. 3-го пленума ЦК ЛКСМУ». У такий спосіб у свідомості читачів

формувався нерозривний зв’язок між боротьбою з куркулями і успіхом хлібозаготівельної кампанії.

Пропаганду, спрямовану на виконання планів хлібозаготівель, розглядаємо як окремий блок. Вона завжди вирізняється інтенсивністю (майже цілорічна з короткими перервами на час інших сезонних робіт) та комплексним підходом до подачі інформації, який полягав у поєднанні різних жанрів, що сприймаються цілісно і відображають єдину ідею. Лаконічні гасла підкріплено передрукованими у газетах нормативними документами щодо проведення або перебігу хлібозаготівлі, редакційними статтями й замітками про необхідність завершити хлібозаготівлю до визначених термінів, дописами сількорів і карикатурами. Упродовж 1932–1933 рр. їх часто супроводжують повідомленнями про занесення на «чорні дошки» [29, 30], друк яких створював сильний психологічний тиск на людей. У цьому конкретному випадку газети були використані не тільки як засіб пропаганди, а й як частина репресивного механізму, бо редакції місцевих газет долучилися до занесення на «чорну дошку» за невиконання хлібозаготівельної та інших сільськогосподарських кампаній. На практиці в умовах застосування всіх заходів, визначених постановами ЦК КП(б)У від 18 листопада 1932 р. та РНК УСРР і ЦК КП(б)У від 6 грудня 1932 р. [31, 388–395, 449], для занесених на «чорну дошку» сіл така замітка в газеті означала неминучу смерть мешканців від голоду в найближчому мабутньому.

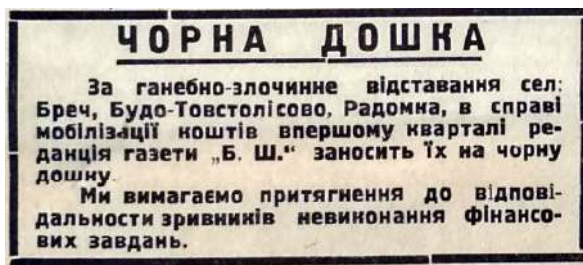


Рис. 3. Повідомлення про занесення на «чорну дошку» сіл Бреч, Будо-Товстолісова та Радомка, опубліковане в корюківській районній газеті «Більшовицький шлях». 9 квітня 1932 р.

Часто поряд з гаслами, пов’язаними з хлібозаготівлями, в інших дописах вживався епітет «ледар» до колгоспників, занесених на «чорну дошку». Використання цієї, на перший погляд, необтяжливої характеристики врешті формувало думку, що люди голодують через власну погану працю, а значить, їх не шкода. Щоб «вмотивувати» до пришвидшення темпів заготівлі зерна також вдавалися до розміщення карикатур, повідомлень про нагородження орденами «черепahi», «осла», «рогожаним прапором» тощо. Іноді сатиричні зображення межували з відвертим знущанням над людьми.



Рис. 4. Повідомлення, опубліковане в корюківській районній газеті «Більшовицький шлях». 9 січня 1933 р.

Іншим видом друкованої продукції, який активно використовувався комуністичною пропагандою, був плакат. Яскравими кольорами і сюжетами, що віддзеркалювали найбільш актуальні явища та події внутрішньополітичного життя, він приваблював увагу читачів, доносив інформацію оперативно і лаконічно, використовуючи великі літери у коротких гаслах, не обтяжливих для прочитання і сприйняття. Як зауважив у своїй доповіді М. Беккер, присвяченій сільськогосподарському плакату: «Потрібно вміти обрати коротке слово і поєднати його з художнім образом так, щоб воно одразу усвідомлювалось... Увага селян до плаката дуже велика. Це зобов'язує нас подумати серйозно над сільськогосподарськими плакатами. Треба вміти вибрати головне, відсіяти вторинне і вміло виразити так, щоб це подобалось селянам і разом з тим заряджало їх необхідними ідеями» [32]. Тематика плакатів початку 1930-х років включала практично всі питання суспільно-політичного й економічного життя країни. Не залишився осторонь і процес колективізації сільського господарства.



Рис. 5. Плакат М. Терсихорова «Йди до колгоспу!». 1930 р. (з відкритих джерел)

Погоджуємось з думкою А. Авраменка, що, використовуючи стереотипи масової свідомості, символіку й асоціації, плакат у зрозумілій для більшості образній формі ретранслював ідеологічні установки на різні категорії українців, формував не тільки уявлення про події, а й моделі поведінки великих мас людей [3, 67]. Часто розмішувані в плакатах карикатурні форми спиралися на пропагандистський метод висміювання щодо окремих категорій осіб чи їхніх дій і залучали до цього широкий загал, формуючи у такий спосіб негативне ставлення до висміюваних з боку інших членів громади. До цього методу влада вдавалася щоб закріпити у свідомості українських селян образ «глитая-куркуля», яким нагородила найбільш здібних сільгоспвиробників того часу і за термінологією сьогодення – серйозних конкурентів колгоспного ладу. Вдало використане соціальне протистояння між бідними і заможними верствами допомогло нав'язати образ ворога і винуватця в усіх бідах і таким чином дискредитувати цих людей в очах колишніх односельців, перетворити на ворогів. Це розшарувало єдиний моноліт селянської громади і значно полегшувало як колективізацію, так і просування комуністичної ідеології «в маси» загалом.



Рис. 6. Плакат М. Михайлова «В нашому колгоспі нема місця попам і куркулям» (рік невідомий) (з відкритих джерел)

Зміна ставлення до заможних селян-власників, а потім і до успішних одноосібників, яких із плином часу долучили до нововинайденої соціальної

категорії «підкуркульників» сприяла зламові моральних бар'єрів щодо зазіхання на результати їхньої праці з боку інших представників сільської громади, виправданню дій партійних та державних органів влади і каральних установ щодо цих людей.

Лише прямими закликами до вступу в колгосп плакатна індустрія не обмежувалася. Зображення успішних, щасливих і усміхнених трудівників, які разом обробляють землю, засівають її чи збирають урожай ненав'язливо закріплювало у свідомості думку про переваги колективної праці. З іншого боку, надважливим завдання пропаганди було закріпити у соціумі сприйняття будь-якого рішення комуністичної партії та уряду як єдино правильного, такого, що не підлягає ніякому сумніву.



Рис. 7. Плакат М. Дерезуса «До осінньої сівби будь наготові!». 1931 р. (з відкритих джерел)

Кожна сільськогосподарська чи фінансова кампанія в СРСР, УСРР підтримувалися засобами масової агітації та пропаганди. Спонування до всіх видів сільськогосподарських робіт виносилися в площину повсякчасної боротьби. Мілітарність – характерна ознака пропаганди того часу (втім, як і зараз для пропаганди РФ, що позиціонує себе як правонаступника СРСР). Така ж практика використовувалася для просування рішень комуністичної влади, що мали важливе політичне значення, наприклад, постанови ЦВК і РНК СРСР від 7 серпня 1932 р. «Про охорону майна державних підприємств, колгоспів і кооперації та зміцнення громадської (соціалістичної) власності», що увійшла в історію Голодомору як «закон про п'ять колосків». Нав'язувалася думка про обов'язкову

відповідальність за прорахунки і формувалося поступове звикання до репресивних дій влади як виправданих.



Рис. 8. Плакат В. Говоркова «Колгоспник, охороняй поля від класових ворогів – крадіїв і ледарів, що розкрадають соціалістичний урожай!». 1933 р. (з відкритих джерел)

1930-ті роки – час становлення радянського кінематографа. Саме тоді вираз В. Леніна про кіно як найважливіше з мистецтв набув того усталеного розуміння і сприйняття кіно як передового ідеологічного фронту. Кінодокументалістика, що відображала процеси колективізації і механізації сільськогосподарських робіт, показувала радісні, усміхнені обличчя колгоспників під час збирання урожаю в полі чи на возовиці хліба, формувала образ задоволеного життям трудівника села. Своєю чергою документальне кіно про великі будови – Дніпрельстан, Харківський тракторний завод та інші – навіювало переконання про жертвовність задля побудови соціалізму, переконувало аудиторію, що напівголодне існування і хліб по картках у містах, вилучення всіх зернових і продуктів у сільській місцевості, трупи померлих від голоду людей на вулицях великих міст і містечок, які намагалися не бачити у 1932–1933 рр., – все це заради великої мети.

Одним із найкращих зразків художньої кінопропаганди колективізації є всесвітньо відомий фільм «Земля» О. Довженка. Його творець визнавав,

що працюючи над картиною, він «хотів довести до свідомості свого глядача, що перехід на колективний обробіток землі є логічним і неминучим завершенням волі робітників і селян, які перебудовують своє господарство і життя» [33]. Задуманий як типова агітка фільм був знятий з великою любов'ю до краю, де О. Довженко народився, та його людей. Він агітував за новий лад, але водночас показував гідність хліборобської нації, споконвічність способу життя та непохитність її світогляду. Тому фільм не уник попередніх переглядів (їх було понад 30) і необхідних купюр перед виходом у прокат, який відбувся 8 квітня 1930 р. Але різка критика на його адресу, зокрема й відомого «придворного» поета Д. Бедного, призвела до припинення прокату вже через 9 днів. Офіційна причина – натуралізм та замах на звичаї, справжня – ідеологічна невідповідність. Попри те, що фільм «Земля» у тому ж 1930 р. був визнаний Національною радою кінокритиків США найкращим іноземним фільмом, довгих 28 років він пролежав на полиці і був «реабілітований» лише у 1958 р.

З появою художнього звукового кіно його можливості одразу було використано з метою пропаганди. Такі фільми, як «Трактористи» (1939 р.), «Свинарка і пастух» (1941 р.), «Кубанські козаки» (1949 р.) закріплювали у свідомості людей образи

щасливих, сповнених ентузіазму робітників та селянин і нівелювали будь-які спогади про Голодомор і жахіття, скоєні владою стосовно до своїх громадян. Фактично ці фільми стали частиною розлогої кампанії із замовчування злочину Голодомору та підміни історичної правди.

Висновки. Отже, для пропагування переваг нового ладу влада використовувала всі існуючі на той час інформаційні засоби, спрямовані на цільову аудиторію інформаційні жанри. Найефективнішими у просуванні ідей політичного та економічного характеру у 1930-х роках стали періодична преса і плакат, зважаючи на велике охоплення читачької аудиторії. Комуністична пропаганда мала успіх тому, що базувалася на простих речах: експлуатувала переважно почуття людей і апелювала до них, а не до розуму, використовуючи зрозумілі форми подачі інформації. Вона сприяла руйнуванню стосунків всередині української громади і розмежувала людей на ворожі соціальні групи, полегшуючи просування ідей колективізації сільського господарства, водночас нав'язуючи почуття страху залишитися поза колективом. Як невід'ємна складова державної політики сприяла переформатуванню свідомості українців в ключі беззаперечного сприйняття рішень партії й уряду і виправдання їхніх дій.

Список використаної літератури та джерел:

1. Скулєнко М. Ефективність пропаганди. Запоріжжя, 2010. 362 с.
2. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. Москва: Алгоритм, 2002. 236 с. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/76.htm>. Дата звернення 12.10.2020.
3. Авраменко А. Радянський плакат 1920-1930-х рр. як засіб пропаганди. *Наукові записки НаУКМА*. 2010. Т. 101: Теорія та історія культури. С. 66–72.
4. Донець О. Український друкований плакат 1920-х – початку 1930-х років як інформаційне джерело з вивчення гендерних питань (на матеріалах з фондів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського). *Рукописна та книжкова спадщина України*. 2019. Вип. 24. С. 151–168.
5. Донець О. Плакати видавництва «Книгоспілка»: проблеми дослідження (за матеріалами фондів відділу образотворчих мистецтв Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського). *Рукописна та книжкова спадщина України*. 2020. Вип. 26. С. 116–141.
6. Конквест Р. Жнива скорботи: Радянська колективізація і голодомор : перекл. з англ. Київ : Либідь, 1993. 384 с.
7. Кульчицький С. Червоний виклик. Історія комунізму в Україні від його народження до загибелі. Книга 2. Київ : Темпора, 2013. 628 с.
8. Маркова С. Суспільно-політичні зміни в українському селі у контексті формування комуністичної системи (1917–1933 рр.) : дис. ... д-ра іст. наук : 07.00.01 / Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка. Кам'янець-Подільський, 2015. 534 с.
9. Стасюк О. Геноцид українців: деформація народної культури. Київ : Видавничий дім «Стилос», 2008. 224 с.
10. Лапко А., Люстерник Л. Ленин, наука и просвещение. *Успехи математических наук*. 1970. Т. 25, Вып. 2 (152). С. 15–79. URL: <http://www.mathnet.ru/links/638e050f6a442cec907e628569f4b564/gm5320.pdf>.
11. Петренко І. Відібране життя (розкуркулення на Кіровоградщині). Кіровоград: Антураж, 2009. 312 с.
12. Ціліховський В. «95 років тому заговорило українське радіо». *Дзеркало тижня*. 22 листопада 2019 р. URL: https://zn.ua/ukr/HISTORY/95-rokiv-tomu-zagovorilo-ukrayinske-radio-330572_.html.
13. *Робселькор-ударник*. 1933. 2 лютого. № 3. С. 2.
14. Баранник М. В., Голобуцький П. В. Історія преси в Україні. *Енциклопедія історії України*: Т. 3: Е-Й. Київ: В-во «Наукова думка», 2005. 672 с.
15. О партийной и советской печати: сб. документов. Москва, 1954, 692 с.
16. Советская печать в документах. М.: Госполитиздат, 1961. 559 с.
17. Центральний державний архів громадських об'єднань (далі – ЦДАГО) України. Ф. 1. Оп. 20. Спр. 4183.
18. Попова О. Функціонування газетної періодичної преси Радянської України (кінець 1920-х – 1930-х рр.): тенденції, механізми, практики. *Гілея*. Київ, 2013. Вип. 68. С. 53–59.
19. ЦДАГО України. Ф. 1. Оп. 20. Спр. 4418.
20. ЦДАГО України. Ф. 1. Оп. 20. Спр. 4184.
21. *Колективіст Бурищини*. 1931. 1 травня.
22. *Колективіст Бурищини*. 1931. 15 січня.
23. *Більшовицький шлях*. 1932. 1 січня.

24. *Коллективіст Бурищини*. 1931. 4 лютого.
25. *Нове село*. 1931. 1 квітня.
26. *Більшовицький шлях*. 1931. 14 травня.
27. *Більшовицький шлях*. 1931. 8 червня.
28. *Прапор Комуни*. 1931. 14 грудня.
29. *Коллективіст Бурищини*. 1931. 19 листопада;
30. *Коллективіст Бурищини*. 1932. 7 січня.
31. Голодомор 1932–1933 років в Україні: документи і матеріали / упоряд.: Р.Я. Пиріг. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 1128 с.
32. Беккер Н. Сельскохозяйственный плакат. *За большевистский плакат: задачи искусства в связи с решением ЦК ВКП(б) о плакатной литературе*. Москва; Ленинград, 1932. URL: <http://tehne.com/event/arhivsyachina/n-bekker-selskohozyaystvennyy-plakat-1932>
33. О «Земле». Сайт «ВУФКУ». URL: <https://vufku.org/found/zemlia>

References:

1. Skulenko, M. (2010). Efektyvnist propagandy [The efficacy of propaganda]. Zaporizhza, 362 [in Ukrainian].
2. Hrachev, H. & Melnyk, Y. (2002) Manipulyrovanye lychnosti: orhanizatsiya, sposoby i tekhnologii informatsyonno-psikhologicheskoho vozdeystviya. [Personality manipulation: organization, methods and technologies of information and psychological influence] Moskva: Alhorytm, 236. Retrieved from: <http://evartist.narod.ru/text3/76.htm> [in Russian].
3. Avramenko, A. (2010) Radianskyi plakat 1920-1930-kh rr. yak zasib propahandy. [The Soviet Poster of the 1920-1930-ies as a means of propaganda]. *Naukovi zapysky NaUKMA*, 101, 66–72. [in Ukrainian].
4. Donets, O. (2019). Ukrainskyi drukovanyi plakat 1920-kh – pochatku 1930-kh rokiv yak informatsiine dzherelo z vyvchennia hendernykh pytan (na materialakh z fondiv Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho) [Ukrainian printed poster throughout 1920s and early 1930s as informative source of studying gender issues (based on the materials from the fonds of V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine)]. *Rukopysna ta knyzhkova spadshchyna Ukrainy*, 24, 151–168. [in Ukrainian].
5. Donets, O. (2020). Plakaty vydavnytstva «Knyhospilka»: problemy doslidzhennia (za materialamy fondiv viddilu obrazotvorchykh mystetstv Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V.I. Vernadskoho). [Posters of Knyhospilka publishing house: research problems (based on fonds of Fine Arts Department of V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine)]. *Rukopysna ta knyzhkova spadshchyna Ukrainy*. 2020, 26, 116–141. [in Ukrainian].
6. Konkvest, R. (1993). Zhnyva skorboty: Radianska kolektyvizatsiia i holodomor [The Harvest of Sorrow: Soviet Collectivisation and the Terror-Famine]. Kyiv : Lybid. [in Ukrainian].
7. Kulchytskyi, S. (2013). Chervonyi vyklyk. Istoriia komunizmu v Ukraini vid yoho narodzhennia do zahybeli. [The Red call. History of communism in Ukraine from its birth to its death] Knyha 2. Kyiv : Tempora. [in Ukrainian].
8. Markova, S. (2015). Suspilno-politychni zminy v ukrainskomu seli u konteksti formuvannia komunistychnoi systemy (1917–1933 rr.) [Socio-political changes in the Ukrainian countryside in the context of the formation of the communist system (1917-1933)]. *Doctor's thesis*. [in Ukrainian].
9. Stasiuk, O. (2008). Henotsyd ukrainsiv: deformatsiia narodnoi kultury [Genocide of Ukrainians: deformation of folk culture]. Kyiv : Vydavnychi dim «Stylos, 224. [in Ukrainian].
10. Lapko, A. & Liusternyk, L. (1970). Lenyn, nauka y prosveshchene. [Lenin, science and education]. *Uspekhy matematycheskykh nauk*, 25, 2 (152), 15–79. Retrieved from: <http://www.mathnet.ru/links/638e050f6a442cec907e628569f4b564/rm5320.pdf>. [in Russian].
11. Petrenko, I. (2009). Vidibrane zhyttia (rozkurkulennia na Kirovohradshchyni). [Selected life (dekulakization in Kirovograd region)]. Kirovohrad: Anturazh, 312. [in Ukrainian].
12. Tsilikhovskiy, V. (2019). «95 rokiv tomu zahovorylo ukrainske radio» Dzerkalo tyzhnia. 22. 11. Retrieved from: https://zn.ua/ukr/HISTORY/95-rokiv-tomu-zagovorilo-ukrayinske-radio-330572_.html. [in Ukrainian].
13. *Robselkor-udarnyk*. [Robselkor-drummer] 1933, 02.02, 2. [in Ukrainian].
14. Barannyk, M. & Holobutskyi, P. (2005). Istoriia presy v Ukraini [The History of the press in Ukraine]. *Entsyklopediia istorii Ukrainy*: Kyiv: V-vo «Naukova dumka», 3, 672. [in Ukrainian].
15. O partynoi i sovetsoi pechati [About the Party and Soviet Press]. Moskva, 1954, 692. [in Russian].
16. Sovetskaia pechat v dokumentakh [The Soviet Press in Documents]. Moskva: Hospolytyzdat, 1961, 559. [in Russian].
17. Tsentralnyi derzhavnyi arkhiv hromadskykh obiednan (CDAGO) Ukrainy [Central State Archives of Public Organizations of Ukraine]. Fond 1. Inventory 20. Unit 4183.
18. Popova, O. (2013). Funktsionuvannia hazetnoi periodychnoi presy Radianskoi Ukrainy (kinets 1920-kh – 1930-kh rr.): tendentsii, mekhanizmy, praktyky. [The functioning of the newspaper periodical press of Soviet Ukraine (late 1920s - 1930s): tendencies, mechanisms, practices]. *Hileia*. Kyiv, 68, 53–59. [in Ukrainian].
19. Tsentralnyi derzhavnyi arkhiv hromadskykh obiednan (CDAGO) Ukrainy [Central State Archives of Public Organizations of Ukraine]. Fond 1. Inventory 20. Unit 4418.
20. Tsentralnyi derzhavnyi arkhiv hromadskykh obiednan (CDAGO) Ukrainy [Central State Archives of Public Organizations of Ukraine]. Fond 1. Inventory 20. Unit 4184.
21. *Kolektyvist Buryshchyny*. [Collectivist of Buryn region]. 1931, 01.05. [in Ukrainian].
22. *Kolektyvist Buryshchyny*. [Collectivist of Buryn region]. 1931, 15.01. [in Ukrainian].
23. *Bilshovytskyi shliakh*. [The Bolshevik way]. 1932, 01.01. [in Ukrainian].
24. *Kolektyvist Buryshchyny*. [Collectivist of Buryn region]. 1931, 04.02. [in Ukrainian].
25. *Nove selo*. [The New village]. 1931, 01.04. [in Ukrainian].
26. *Bilshovytskyi shliakh*. [The Bolshevik way]. 1931, 14.05. [in Ukrainian].
27. *Bilshovytskyi shliakh*. [The Bolshevik way]. 1931, 08.06. [in Ukrainian].
28. *Prapor Komuny*. [Flag of the Commune]. 1931, 14.12. [in Ukrainian].
29. *Kolektyvist Buryshchyny*. [Collectivist of Buryn region]. 1931, 19.11. [in Ukrainian].
30. *Kolektyvist Buryshchyny*. [Collectivist of Buryn region]. 1932, 07.01. [in Ukrainian].

31. Pyrig, R. (comp.). (2007). Holodomor 1932–1933 rokiv v Ukraini: dokumenty i materialy. [The Holodomor of 1932–1933 in Ukraine: documents and materials]. Kyiv: Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia». [in Ukrainian].

32. Bekker, N. (1932). Selskokhoziaistvennyi plakat. *Za bolshevystskyi plakat: zadachi iskusstva v svyazy s resheniem TsK VKP(b) o plakatnoi literature*. Moskva; Leningrad. Retrieved from: <http://tehne.com/event/arhivsyachina/n-bekker-selskokhozyaystvennyy-plakat-1932>. [in Russian].

33. О «Земле». Сайт «VUFKU». [About “Earth”. Site “VUFKU”]. Retrieved from: <https://vufku.org/found/zemlia>. [in Russian].

Svitlana V. Starovoi

Candidate of Sciences (History), Leading Researcher of Holodomor Research Institute, National Museum of the Holodomor-Genocide, Kyiv, Ukraine

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6226-8166>

e-mail: star-t@ukr.net

Bibliographic Description of the Article: Starovoi, S. (2021). The communist propaganda in the context of collectivization and the Holodomor of 1932–1933. *Ukrainskyi Selianyn. [Ukrainian peasant]*, 25, 102-110. (In Ukrainian). doi: 10.31651/2413-8142-2021-25-Starovoi

THE COMMUNIST PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF COLLECTIVIZATION AND THE HOLODOMOR OF 1932–1933

Introduction. The totalitarian state of the USSR used constant violence against a person and total “brainwashing” to ensure a monopoly of power and ideologue. The promotion of communist ideas in Ukrainian society was ensured through mass propaganda. The authorities tried to involve as wide a circle of participants as possible in the propaganda process and used the entire available arsenal of mass media. The imposition of a collective management system in the Ukrainian countryside was closely connected with the breaking the old worldview and traditional way of life. The aggressive way of imposing the kolkhoz system and the obvious discrepancy between the promises and the reality led to a conflict of interest among the peasant community and mass resistance to the actions of the authorities. Nevertheless, it should be noted that the chosen methods and forms of propaganda during the collectivization were successful in promoting the new ideology. Propaganda as an important factor of change is considered in scientific works usually indirectly because researchers focus on the political and economic aspects of collectivization and the tragedy of the Holodomor 1932–1933. Its forms and methods require further study.

The purpose. *The aim is to find out the most successful methods of influence and the most typical messages to the consciousness of the Ukrainian peasant during collectivization and the Holodomor of 1932–1933, ways of spreading information and the circle of people involved in propaganda activities.*

Conclusion. *It was found that the communist totalitarian regime used all the media at that time (press, radio, cinema) to promote the idea of agriculture collectivization. The periodicals and posters were the most effective among them in the 1930s because the large readership was biggest. The party functionaries, school teachers, students, teachers of institutes and workers involved in grain harvesting were made to be propagandists. The communist propaganda appealed to people’s feelings, not their minds, so it was successful. It used clear forms such as slogans, caricatures, combined different information genres skillfully. This approach caused the destruction of relations among the Ukrainian community, divided people into hostile social groups and facilitated the promotion of the idea of agriculture collectivization. At the same time, the propaganda imposed a fear of being left out of the team. As an integral part of state policy, propaganda influenced changes in the consciousness of Ukrainians in the direction of unquestioning perception decisions of the communist party and the government and justification of any their actions.*

Key words: *propaganda, collectivization, press, communist totalitarian regime, Holodomor of 1932–1933.*

Received 19.01.2021

Accepted 23.04.2021