

Taskovics Okszana

A VÉLEMÉNYFORMÁLÁS HATHATÓS ESZKÖZE: A SZOVJET PROPAGANDAPLAKÁT

A holodomor tragikus eseményeinek kibontakozásában nagy szerepet játszott az erőteljes szovjet propaganda, többek között a vizuális kommunikáció eszközei. A múlt kutatásában ezek az eszközök hozzájárulnak a történetek megértéséhez, segítenek megismerni a korabeli politikai és társadalmi légkört, az uralkodó ideológiákat, és betekintést nyerni a hatalom struktúrájába. A holodomor esetében a plakátok új megvilágításban mutatják meg az éhínséghez vezető történéseket és a lakosságra gyakorolt pusztító hatásukat. A vizuális eszközök kutatása segít megérteni a propaganda, a manipuláció és az ellenőrzés mechanizmusainak működését a bennük foglalt és a párt által diktált, bevezetni vagy a társadalomra ráerőltetni kívánt kulturális és szociális normák, társadalmi attitűdök, hiedelmek és előítéletek elemzése révén. Ezenkívül kulcsfontosságú szerepük van a kollektív emlékezet megőrzésében, az emberi jogok tiszteletben tartásának biztosításában, a jövőbeli atrocitások megelőzésében, illetve az oktatásban is, hiszen kritikai gondolkodásra, médiaműveltségre és a történelmi események és következményeik mélyebb megértésére tanítja az új generációt.

A propagandaplakát története

A plakát nem új keletű jelenség, hiszen már az ókori Egyiptomban, Görögországban és Rómában is voltak előfutárai.¹ Az első nyomtatott plakát a 15. században jelent meg. Azonban széles körű elterjedése csak a 19. században figyelhető meg a litográfia és később a kromolitográfia feltalálásával, amely lehetővé tette a fotografikus kép megjelenítését mindössze három szín összekeverésével. A 19. század második felében, az art nouveau virágzása idején a plakát művészeti ágga nőtte ki magát. A megjelenése színes, érdekes és figyelemfelkeltő lett, a szöveges rész pedig háttérbe szorult.

1 А.Д. Радзивилович, *История появления плаката = Вестник науки и творчества*, 2021, 55–60, <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-poyavleniya-plakata/viewer>

A 19. század derekán a plakát betör a politikai életbe és jelentős átalakulásokon megy keresztül. Az általa hordozott üzenet szorosan kapcsolódik az éppen aktuális társadalmi polémiahoz, az üzenete pedig világos és mindenki számára érthető. A plakát egyfajta redukáló funkciót tölt be, ugyanis lefordítja a politikai mondanivalót a hétköznapi ember számára érthető nyelvre.²

A propagandaplakát széles körű elterjedése az első világháború idejére tehető. A vizuális kommunikációnak e kifejezőeszköze először a munkahelyeken, postahivatalokban és hirdetőtáblákon tűnt fel. A képek toboroztak, reményt adtak, ösztönöztek, később pedig agitáltak és véleményt formáltak.

A propagandaplakát térhódítása a Szovjetunióban az 1920-as évek elején indult. Ez volt az első világháború utáni új társadalom létrehozásának és újjáépítésének az időszak. A lakosság elszegényedett és éhezett, az állam pedig a gazdaság újjáépítésére tett kísérletet. A cenzúra még nem volt erős, és az alkotók bizonyos művészeti szabadságot élvezve az új forradalmi ötletek és az új szovjet emberkép kiépítésén dolgoztak. A különböző művészeti irányzatok, legyen szó akár az absztrakcionizmusról, a konstruktivizmusról vagy akár a szuprematizmusról, arra törekedtek, hogy a művészet minél szélesebb körben váljon elérhetővé az emberek számára és tegye színesebbé mindennapi életüket.

A propagandaplakát további fejlődésére nagy hatással volt az ún. Okna Roszta plakátsorozat, amelyet az Orosz Távirati Hálózatnál (ROSZTA) dolgozó művészek hoztak létre. Ezek a plakátok a mindennapi problémákra reflektáltak, ugyanis az akkori körülmények között ez volt a tömegtájékoztatás egyetlen eszköze.

A következő meghatározó jelenség a plakátművészet fejlődésében a fotómontázs volt. Ahhoz, hogy a fotómontázs-technikában készült plakát kifejező és változatos legyen, fontos volt az egyedi kompozíció megalkotása és a betűszín megfelelő kiválasztása, hiszen abban az időben úgy tartották, hogy a fénykép a valóság egy pillanatát örökíti meg, hűen tükrözi azt, és nem befolyásolja a művészi interpretáció.

Ez a gondolat különösen fontos volt a propaganda szempontjából. Ráadásul az új plakát jelentősen különbözött az 1917-es forradalom előtti plakátoktól, ami szintén nagy előnynek számított a fiatal szovjet társadalomban.

2 X. Вальтер, *Политический плакат – зеркало своего времени = Проблемы истории, филологии, культуры*, 2016/6., 143–149., <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-plakat-zerkalo-svoego-vremeni/viewer>

A 20-as évek Szovjetuniója sok, gyökeres változással járó, nyugtalan időszakot tudhat maga mögött. A közvélemény formálásában és befolyásolásában az új hatalom a kezdetektől fogva fontos szerepet tulajdonított a propagandaplakátnak, amelynek a tematikája nagyon változatos és szerteágazó volt: állami ünnepek, pártkongresszusok, konferenciák, kormányintézkedések, pártvezetők, választások, ötéves tervek stb. A fő művészeti stílus a propaganda-konstruktivizmus lett. Ezt a stílust az egyszerű geometrikus formák, a kontrasztos színek, valamint a tiszta vonalak és alakzatok jellemzik. A plakát elsődleges feladata az volt, hogy a lehető leghatékonyabban közvetítse az ideológiai üzeneteket a tömegek felé. Ezt a célt a művészek dinamikus kompozíciókkal, nagyméretű, világos képekkel, lakonikus és rövid szövegekkel érték el. Leggyakrabban a plakátok boldog, fiatal hétköznapi embereket ábrázoltak rendezett falvakkal vagy ipari létesítményekkel a háttérben.

Ebben az időben a hangsúlyt az „új ember” felnevelésére és az évszázadok folyamán kialakult morális elvektől és értékektől mentes „új társadalom” kiépítésére helyezték. Az „új embert” a hatalom önfeláldozó, mindig tetterre kész és hazafias embertömegnek képzelte: a plakátokon idealizált, már-már ikonszerűen ábrázolt férfiak, nők vagy akár gyerekek jelentek meg.

A holodomor idején a Szovjetunióban a propagandaplakát a politikai, társadalmi és gazdasági hatásgyakorlás erőteljes eszközévé vált. A hazai politikai élet legjelentősebb eseményeit megjelenítő történetek vizuális eszközökkel keltették fel az emberek figyelmét, gyorsan és tömören közvetítették az információt a képek nyelvén. Ezt a nyelvet nem csak kommunikációra használjuk. Noam Chomsky a kommunikációnál lényegesebbnek tartja a nyelv gondolatalkotó, világot leíró funkcióját.³ Amennyiben elfogadjuk, hogy a képeknek is van saját jelrendszere, amelyet a készítőik arra használnak, hogy üzenjenek, meséljenek, elgondolkodtassanak és véleményt formáljanak, akkor a válasz „igen” lesz. A „képnelv”, „vizuális nyelv”, „filmmelv” kifejezések használata egyre általánosabbá válik, párhuzamosan azzal a jelenséggel, hogy egyre több információt szerzünk a technika által közvetített képekből, főként a digitális fotókból és a mozgóképes anyagokból.⁴

A propagandaplakát a politikai diskurzus egyik eleme, ezért a politikai célok elérésében azzal hasonló funkciókkal rendelkezik. Tehát

3 Noam CHOMSKY, *Reflections on Language*, Random House, New York, 1975.

4 PUSZTAI Virág, *Vizuális és Média*, Szeged, 2020, https://publicatio.bibl.u-szeged.hu/25776/1/Pusztai_Virag_Vizualitas_es_media_2020.pdf

a propagandaplakátot gyakran alkalmazzák a társadalmi kontroll gyakorlásához (vagyis a köztudat manipulálása előfeltételeinek kialakításához), a hatalom döntéseinek legitimálásához (magyarázataként és igazolásaként), a fennálló rendszer iránti elkötelezettség erősítéséhez (hatalomreprodukció biztosításához), célok és problémák megfogalmazása révén a politikai valóságról alkotott kép kialakításához a társadalom kollektív tudatában, a társadalom összefogásához vagy éppen társadalmi konfliktusok gerjesztéséhez, a társadalom aktiválásához mobilizáción vagy narkotizáláson keresztül (a mobilizáció a támogatók aktivizálását és szervezését, a „narkotizálás” pedig a lakosság megbékítésének és a figyelem elterelésének folyamatát jelenti).⁵

A szovjet propagandaplakát képzőművészeti eszközei és hatásmechanizmusai jól felismerhetők, leírhatók. Vegyük sorra ezeket, ahogy időbeli sorrendben végigvesszük a holodomorhoz vezető eseményeket és az azokat ábrázoló vizuális eszközöket.

Plakátok az első öt éves tervről

A holodomorhoz vezető előzmények között mindenekelőtt az első öt éves tervet érdemes kiemelni, amely 1929-ben indult, és a tervezettnél egy évvel hamarabb, 1932-ben zárult. Célja a mezőgazdaság kollektivizálása és az ország iparosítása volt. A szovjet propaganda szerint a terv végrehajtásának eredményeként „a Szovjetunió agrárországból iparos országgá vált”.⁶ Azonban ennek nagy ára volt. A kollektivizálásra azért volt szükség, hogy a mezőgazdasági termékek exportálásából finanszírozni lehessen az ország rohamos tempóban történő iparosítását. Ezért a kormány hozzálátott az új vidékfejlesztési stratégia kidolgozásához. Tekintettel arra, hogy a parasztság nem állt erre készen, és technikai felszereltségük sem volt megfelelő a terv teljesítéséhez, más módszerekhez kellett folyamodni, hogy a kollektivizálás végbemenjen. Növelték többek között a nagygazdákra nehezedő adóterheket, mozgósították a városokban és falvakban élő proletárokat és aktivistákat, valamint megerősítették a parasztságra, különösen a jómódúakra gyakorolt adminisztratív, kényszerítő és elnyomó módszereket.

5 E.И. ШЕЙГАЛ, *Семиотика политического дискурса: Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук*, Волгоградский государственный педагогический университет, на правах рукописи, Волгоград, 2000, <https://studfile.net/preview/4584817/>

6 Б. А. ВВЕДЕНСКИЙ, *Большая советская энциклопедия*, Второе издание, Том 22, 1953.

Plakátok a kollektivizálásról⁷

Az első öt éves terv végrehajtásához szükség volt a tömegek támogatására. A korabeli plakátok a lakosság mozgósításával, aktivizálásával és szervezésével voltak hivatottak elérni a politikai célokat. Az alkotások akaratuktól függetlenül magukra vonták a szemlélők figyelmét, a rajtuk lévő információ másodlagos volt. A kép kompozíciója dinamikus volt, a formák szokatlanok, de lakonikusak, a vonalak és a színek kontrasztja erőteljes (a piros, fehér és fekete szín dominált). Ezek az elemek játszották a fő szerepet az érzelmek intuitív megformálásában, és teremtették meg az érzelmi alapot az információ későbbi befogadásához. A folyamatok tudat alatti szinten zajlottak. Amennyiben a befogadás első szakaszában a plakát nem váltott ki negatív érzelmeket, a szemlélő áttért a képi vagy szöveges elemek befogadására és értelmezésére. A plakátok képi és szöveges elemeinek maximálisan egyszerűeknek és érthetőeknek kellett lenniük ahhoz, hogy az üzenet minél több címzethez eljusson.

7 A képek forrása: https://artchive.ru/artists/78416~Konstantin_Fedorovich_Kuleshov/works/539686~Vypolnim_pjatiletku_v_chetyre_goda;
<https://www.mutualart.com/Artwork/IN-THE-STORM-OF-THE-3RD-YEAR-OF-THE-FIVE/73155817602EECF1>

Plakátok a kulákokról⁸

A kollektivizálás nagy ellenállást váltott ki a parasztság körében, különösen a saját földdel rendelkező gazdák között. A bolsevikok a történelmet a gazdagok és a szegények közötti osztályharcnak állították be. Így nem meglepő, hogy a nehezen zajló kollektivizálás közepette 1929-ben Sztálin háborút indított egy egész népességréteg – a kulákok – ellen.

A kollektivizálásra buzdító plakátok elsődleges feladata a társadalom összekovácsolása és az új, ún. „szovjet ember” képeinek formálása volt. Ezeken a plakátokon boldog, mindenre elszánt, erős, fiatal férfiakat és nőket látunk, akik példát mutatnak a társadalom tagjainak. Testtartásuk tükrözi az elszántságukat, a párt eszméi iránti elkötelezettségüket. Követendő példát mutatnak honfitársaiknak a politikai célok eléréséhez.

A 20-as évek végén a Szovjetunióban félelem és gyanakvás uralkodott, és ebben nagy szerepe volt a propagandaplakátoknak. Az új rendszer

8 A képek forrása: [https://www.meisterdrucke.hu/fineart-nyomatok/Vera-Korablyova/1410437/A-Szovjetuni%C3%B3-mez%C5%91gazdas%C3%A1ga%3A-%E2%80%9EGyertek%2C-elvt%C3%A1rsak%2C-%C3%A9s-csatlakozzanak-kollekt%C3%A1dv-gazdas%C3%A1gainkhoz%E2%80%9D-1930-\(plak%C3%A1t\).html](https://www.meisterdrucke.hu/fineart-nyomatok/Vera-Korablyova/1410437/A-Szovjetuni%C3%B3-mez%C5%91gazdas%C3%A1ga%3A-%E2%80%9EGyertek%2C-elvt%C3%A1rsak%2C-%C3%A9s-csatlakozzanak-kollekt%C3%A1dv-gazdas%C3%A1gainkhoz%E2%80%9D-1930-(plak%C3%A1t).html); <https://en.ppt-online.org/794026>

első tíz évében kialakult társadalmi rétegek – pártkáderek, gyári munkások, parasztok, úttörők stb. – közül a parasztság került a legrosszabb helyzetbe. Az új hatalom ellenségnek tekintette, főleg a jobban szituált, saját gazdálkodást folytató képviselőiben. A magántulajdonon alapuló magángazdálkodás nem felelt meg a vezetés által kijelölt tervnek, amely a földek és a termés teljes államosítását tűzte ki célul. Így elindult a kulákok elleni lejárató kampány, amely egyes kutatók szerint (pl. Szemlen Zsák „Megtisztítani, megsemmisíteni”) előkészítette a talajt a néhány évvel később bekövetkezett mesterséges éhínségnek.

A kulákokat a régi rendszer bérenceinek állították be, akik nem akarnak változást, hátráltatják a kollektivizálást és ezzel az új állam fejlődését. Azt, hogy ki a kulák, az úgynevezett „hármások” vagy a „kivégző hármások” döntötték el. A „hármások” egy Összevont Állami Politikai Főosztály (OGPU) képviselőiből, helyi pártvezetőkből és állami ügyészekből álltak. Joguk volt gyors, gyakran a legszigorúbb (halálos ítélet, Gulag) végleges ítéletet hozni. Így tüntették el vagy semmisítették meg azokat a jómódú gazdákat, akik a legnagyobb kárt szenvedték el a kollektivizálás következtében. Az üldöztetések miatt az ukrán faluból eltűntek a helyi közösségek vezetői, proaktív és kezdeményező tagjai.

A „Megsemmisítjük a kulákokat mint osztályt” jelmonddal vívott harcban a szovjet állam a repressziót végrehajtó OGPU-ra és a propagandára támaszkodott. Ki kellett alakítaniuk a köztudat manipulálásának előfeltételeit. A propagandaplakátok fő üzenete az volt, hogy a kulákok nem emberek, hanem szörnyek. A kulák elleni harcot ábrázoló propagandaplakátok agonisztikusak, sok esetben a szerepük a társadalmi konfliktus gerjesztése volt. A kulák testesítette meg az ellenségképet. Az ellenségkép fogalmát gyakran használták a Szovjetunióban. Ellenségképen azt értjük, amit a társadalom egyik csoportja alakít ki a társadalom egy másik csoportjáról, amely véleménye szerint veszélyt jelent az érdekeire, értékeire, a szociális és fizikai létezésére.⁹ A szovjet propaganda céljait szolgáló művészetre az ellenségkép megjelenítésében az ironikus és karikírozott vonások eltúlzása volt jellemző.

1930-ban kiugróan magas volt a búzatermés, és ezt az eredményt a terv szerint meg kellett volna ismételni 1931-ben is, azonban ez a cél több oknál fogva megvalósíthatatlannak bizonyult. 1931 őszére a terv bukása egyértelművé vált. Sok kolhoz csak a vetőmagtartalékok leadása

9 E. С. СЕНЯВСКАЯ, *Противники России в войнах XX века (Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества)*, Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), Москва, 2006.

Kulák a betakarítási terv ellen¹⁰Plakát az „öt kalászról”¹¹Plakátok a nép ellenségeiről, a kártevőkről¹²

10 Forrás: https://sovcom.org.uk/auctions/lot.php?p12_cid=663&p12_id=25220

11 Forrás: <http://redavantgarde.com/en/collection/show-collection/808-bread-is-coming-strike-a-crushing-blow-to-the-kulak-and-the-speculator-who-are-sabotaging-the-grain-collection-plans-.html>

12 A képek forrásai: <https://www.everand.com/article/574414404/Ukraine-And-The-Words-That-Lead-To-Mass-Murder>; <https://www.allworldwars.com/CHK-NKVD-KGB-Propaganda-Posters.html>

révén tudta teljesíteni. 1931 végén számos falu már éhezett, ugyanakkor a központ a probléma gyökerét a gabona lopásában, elrejtésében és a betakarítási terv szabotálásában látta, és ezért a kulákokat tették felelőssé.

A propagandaplakát előszeretettel alkalmazza a katonai szókinccset, például: „harc a búzáért”, „pusztító csapást mérünk”, „osztályfront” stb. A plakátokon megjelenő alakok mindig ellentétet képeznek: a kommunista eszmét hirdető szereplők erősek, fiatalok, túlzottan nagyméretűek, az ellenség viszont kicsi, öreg, gyáva, ápolatlan, elhízott. A propagandaplakát egyrészt gyűlöletet keltett a kulákok mint társadalmi csoport iránt, másrészt pedig összekovácsolta a kolhoztagokat és a szegényeket.

Sztálin azt gondolta, hogy a parasztság rejtegeti a gabonát és szándékosan megakasztja a betakarítást, de 1931 végén sok helyütt már valóban nem maradt semmi, és az emberek éheztek. 1932 tavaszán már nem volt mit vetni. 1932 márciusában az Ukrán Szocialista Köztársaság vezetése vetőmagot kért Moszkvától, de ekkor már túl késő volt: a vetési szezon már elmúlt. Mindez katasztrófális következményekhez vezetett 1932 őszén.

1932 augusztusában a Szovjetunió Központi Végrehajtó Bizottsága mégis elfogadta az emberek által csak „öt kalászról” elnevezett törvényt, amely bevezette a joggyakorlatba a „szocialista tulajdon elsikkasztásának” mint „az állam és nép elleni bűncselekménynek” a fogalmát, azzal a céllal, hogy megállítsa a kolhozvagyonnal való visszaéléseket. A törvény ellen vétők esetében az amnesztia kizárt volt. A törvény életbe lépése után őrtornyokat állítottak fel a mezőgazdasági területeken, lovas őrséget és fegyveres őrszemeket küldtek ki a földekre. A mezők őrzésével a fiatal, szovjet propagandában felnőtt fiatal városi aktivistákat bízták meg. A gyakorlatban ez azt jelentette, hogy az éhező falvak lakosai nem vihették haza a betakarítás után maradt termést sem, ugyanis ez már állami tulajdonnak számított. A törvény még tragikusabbá tette az éhező emberek életét, elvette tőlük az utolsó reményt is, és „Harc a termésért” néven került be a történetírásba. Azt, akit rajtakaptak azon, hogy a kolhoz földjeiről bármit is hazavisz, hazaárulónak, vregyitelnek (kártevőnek), ellenforradalmárnak nyilvánították, és az esetek túlnyomó többségében halálbüntetésre ítélték.

A plakátokon a kártevőket, vagyis a szovjet nép ellenségeit gyakran nyugati bankár, amerikai milliomos, rendőr vagy katonai vezér képében ábrázolták. A plakátok színvilágában alapvetően két szín dominált:

a fekete az ellenség, a piros pedig a forradalom, az állam és az OGPU színe volt.

A lakosság körében egyre erősödött a gyanakvás és a gyűlölet. Naponta jelentek meg hírek a nép ellenségeiről és a kártevőkről, akiket a kolhozban dolgozók lepleztek le, és akiknek a legszigorúbb büntetést követeltek. Mindez a társadalom kettészakadásához vezetett. A városok lakosai, annak ellenére, hogy saját szemükkel látták az ott élelmet kereső parasztság szenvedését és éhhalálát, nem vettek tudomást a helyzet súlyosságáról, ami még jobban csökkentette az éhezők túlélési esélyeit.

A plakát a holodomor idejében a politika egyik leghatásosabb eszköze volt. Ebben az időszakban a plakát művészi értéke háttérbe szorult, azt teljes mértékben alárendelték a propaganda céljainak. A propagandaplakát egyszerű, mindenki számára érthető üzenete lehetővé tette a gyors véleményformálást és az új célok kitűzését. Nem volt ez másképp az Ukrajnát sújtó mesterséges és előre eltervezett éhínség esetében sem. Ahogy a példák is mutatják, a propaganda előkészítette és végigkísérte a tragikus eseményeket, elnyerve a valódi helyzetet nem ismerő tömegek támogatását. Sajnos a holodomor sokáig tabutéma volt, a dokumentumok, amelyek segíthettek volna a tények feltárásában, megsemmisültek vagy eltűntek. Azonban a korabeli vizuális anyag tanulmányozása közelebb vihet minket a történelmi igazságtételhez és a bűncselekmény népirtásként való elismeréséhez.