

درآمدی بر تبلیغات سیاسی شوروی و تجلی آن در پوسترسازی*

مینوندا فیان**

کارشناسی ارشد تصویرسازی، دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
[تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۰۶/۲۰، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۷/۱۰/۲۸]

چکیده

تبلیغات سیاسی، نقش پررنگی در پیش‌برد اهداف سیاسی ایفا می‌کنند و هنر نیز می‌تواند محمولی برای انتقال پیام‌های سیاسی باشد. اتحاد جماهیر شوروی به عنوان یکی از ابرقدرت‌های قرن بیستم و صورتی از تحقق سوسیالیسم، واقعیتی سیاسی بود که حدود ۷۰ سال بر جهان سیاست حاکم بود، جهان غرب را به چالش می‌کشید و در سایر کشورهای جهان، متحدانی برای خود پرورش می‌داد. شوروی با توسل به هنر سیاسی، ضمن حفظ یک‌پارچگی و حیات سیاسی کشور، می‌کوشید به ستیز با سرمایه‌داری برخیزد. عمر سیاسی این کشور مقارن با بحران‌های داخلی و خارجی بسیاری بود. این جستار ضمن بررسی مفاهیم هنر متعهد و هنر برای هنر، به بررسی آراء اندیشمندان مارکسیست درباره‌ی هنر می‌پردازد. سپس به بحث تبلیغات سیاسی و تعاریف مربوط به آن اشاره و تاریخچه‌ی اجمالی از بحران‌ها و چالش‌های فراروی شوروی مطرح و جهت‌گیری تبلیغات سیاسی در آن دوران‌ها مرور می‌شود. در این تحقیق که از جهت نوع، بنیادی-نظری، از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی و از حیث روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای است، چندین نمونه از پوستره‌های شوروی بررسی و به موضوعات محوری در آن‌ها پرداخته می‌شود. پوسترها بازتاب‌دهنده‌ی صریح سیاست‌های هر دوره‌ی سیاسی هستند، مشخصات و علائم به کار رفته در پوسترها در برخی جهات مشترکند، اما لحن آن‌ها با توجه به مقتضیات زمانه تغییر می‌کند.

واژه‌های کلیدی

تبلیغات سیاسی، پروپاگاندا، اتحاد جماهیر شوروی، هنر متعهد، سوسیالیسم، توتالیتاریسم.

*مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده، تحت عنوان «درآمدی بر تبلیغات سیاسی شوروی و تجلی آن در تصویرسازی کتاب کودک» است که با راهنمایی آقای دکتر مصطفی گودرزی در دانشکده هنرهای تجسمی پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران انجام گرفته است.
**نویسنده مسئول، تلفن: ۰۹۱۵۱۰۷۱۰۲۳، E-mail: Minoo.acrh@gmail.com

مقدمه

جهان آن چنان که پنداشته می‌شود، شفاف نیست چرا که اندیشه انسان بیش از آن چه تصور می‌شود، متأثر از تبلیغات پیرامونی‌اش است. تاریخ در مسیر پرفراز و نشیب خود سرنوشت و زندگانی انسان‌های بسیاری را رقم زده است و سیاست جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی همه انسان‌ها بوده و هست. گاه نقش هنرمند در این میان نادیده گرفته شده است و گاه هنرمند خود انزوا را برگزیده چرا که ارزش هنر را والاتر و مقدس‌تر از این انگاشته که به لوث سیاست و جناح‌بندی‌های سیاسی آلوده گردد. گاه نیز هنرمند با جریان‌های سیاسی پیرامون خود به همراهی یا مخالفت برخاسته است و با انقلاب‌ها و جریان‌های مردمی هم‌آوا شده است. در دوره‌های حساس تاریخی نقش هنر بیش از پیش اهمیت می‌یابد، چرا که هنر به انسان انگیزه و امید می‌بخشد.

سوال‌ها

مسئله این است که آیا هنر ابزاری در خدمت قدرت سیاسی است؟ اگر این یکی از قابلیت‌های هنر است، با بهره‌گیری از چه نشانه‌هایی به محملی برای انتقال پیام‌های سیاسی بدل می‌شود؟ هنر در اتحاد جماهیر شوروی سابق به عنوان الگویی مثال‌زدنی در زمینه پروپاگاندای سیاسی و بهره‌گیری از هنر سیاسی، می‌تواند به عنوان مدلی از تجسم هنر سیاسی (که با صراحت، ایدئولوژیک بودن هنرش را نمایان می‌ساخت). مورد آزمون قرار گیرد. از نظر گذراندن آن چه بر هنر در سایه سیاست گذشته است، نکاتی را درباره ماهیت رژیم‌های توتالیتر و نگاه ایدئولوژیک به هنر نمایان می‌سازد. مکانیسم سلطه بر امور فرهنگی همواره از سوی ابرقدرت‌ها بازآفرینی می‌شود و آگاهی از این امر، هنرمندان را در شناخت بهتر جایگاه اجتماعی‌شان، هدف‌مندی در انتخاب نوع اندیشه و ادامه مسیرشان در راه هنر یاری می‌رساند. جریان‌های سیاسی، همواره هنر را دست‌آویزی برای پیش‌برد اهداف ایدئولوژیک خود قرار داده‌اند اما این امر در رژیم‌های تمامیت‌خواه به‌وضوح به چشم می‌آید و بستر مناسبی را برای مطالعه هنر سیاسی در اختیار پژوهش‌گر قرار می‌دهد.

فرزیه‌های پژوهش

به نظر می‌رسد اغراق در رنگ‌ها یا فرم‌ها به تاثیرگذاری پوسترها بر عامه مردم نقش به‌سزایی داشته است. به نظر می‌رسد تکرار گسترده پیام موجب القای آن پیام و باور مخاطب می‌شود. به نظر می‌رسد استفاده از نمادهای بومی و آشنا برای مخاطب محلی از ویژگی پوسترهای اتحاد شوروی است.

طرح هدف و چهارچوب

در جهانی که هنر بیش از پیش به امری تجاری بدل شده، ضرورت بازبینی هنر از منظری متفاوت احساس می‌شود. امروزه هنر سیاسی رژیم‌های توتالیتر سابق (مانند شوروی سوسیالیستی و

آلمان نازی) نکوهش می‌شود و بیشتر دیدگاه هنر غیرایدئولوژیک ترویج می‌گردد. هنر سیاسی صورتی از هنر است که در کشورهای با حکومت ایدئولوژیک (مانند شوروی سابق) با صراحت به انتقال پیام می‌پردازد و اندیشه سیاسی مطلوب را القا می‌کند و هنر پوسترسازی همواره به عنوان هنری عامه‌پسند با مخاطبان بسیار در امر تبلیغات سیاسی نقش پررنگی را ایفا کرده است. در این راستا، بررسی پوسترهای شوروی اطلاعات ارزشمندی را درباره سیاست‌های حاکم در آن کشور به بیننده می‌دهد. از سوی دیگر، شایسته است که هنرمند با نمادهای بصری به کار رفته در هنر سیاسی آشنا شود تا آگاهانه آن‌ها را به کار برد یا از به کارگیری آن‌ها اجتناب ورزد.

شیوه پژوهش

این تحقیق از جهت نوع، بنیادی-نظری، از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی و از حیث روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای است. از منظری دیگر، پژوهش پیش‌رو، تحقیقی تاریخی و پس‌رویدادی است. روش تحلیل داده‌ها و اطلاعات، کیفی و کمی خواهد بود: گردآوری متون، بازخوانی و تحلیل کیفی آن‌ها، تحلیل کمی و کیفی پوسترهای آن دوران، پردازش آن‌ها را شکل خواهند داد. بیش از ۱۰۰ پوستر توسط نگارنده بررسی و برخی یافته‌ها در این مسیر در قالب تحلیلی کیفی و با عنوان موضوعات پوسترها ارائه شده است. از این میان ۱۵ پوستر برای نمونه در پیوست آورده شده‌اند.

مروری کلی بر مقاله

در این جستار، ابتدا به تعاریف ضروری درباره هنر از دیدگاه نقش اجتماعی هنرمند پرداخته می‌شود و مقدمات شناخت هنر سیاسی فراهم می‌شود. سپس از آن جایی که شناخت هنر در شوروی بدون دانستن مقتضیاتی چون شرایط سیاسی و ایدئولوژیکی آن کشور امکان‌پذیر نیست، به تعاریف مربوط به نظام سیاسی شوروی و ایدئولوژی شاکله آن اشاره می‌شود. روی هم رفته، این پژوهش ضمن بررسی هنر از دیدگاه نقش اجتماعی آن، به بیان و واکاوی چندین اصطلاح سیاسی مرتبط پرداخته و سپس به مطلب ورود کرده است. پس از مقدمات ضروری، به بررسی اجمالی سبک‌های هنری رایج در شوروی پرداخته و سپس بر موضوع پوستر متمرکز می‌شود. پوسترها از حیث تکنیک، موضوع و دوره تاریخی طبقه‌بندی و تحلیل می‌شوند. محدوده زمانی این پژوهش شامل دوران حیات شوروی، از سال‌های جنگ داخلی تا پیروزی انقلاب اکتبر آغاز می‌شود و به فروپاشی ختم می‌شود. (از حدود سال‌های ۱۹۱۷ تا ۱۹۹۲) و محدوده مکانی پژوهش نیز اتحاد جماهیر شوروی سابق است.

نقش اجتماعی هنر

هنر در مواجهه با موضوعات اجتماعی دو موضع متفاوت به خود می‌گیرد: یا هنرمند به کاربرد هنر در جامعه و بیان مسائل اجتماعی می‌پردازد یا از نزدیکی به موضوعات اجتماعی اجتناب می‌ورزد. از این نظرگاه، آن نوع هنر، که هنر را دارای هدف و

عالی‌ترین ادراک حصول زمان، قرار داشت و همه افراد ملت در ادراک آن سهیم بودند، هنر واقعی به‌شمار می‌رفت؛ فعالیت هنرمندان قرون وسطی شاید برای عصر ما پست و بی‌ارزش باشد، ولی در آن زمان، هنر واقعی بود، زیرا در دسترس تمامی افراد ملت آن هنرمند قرار داشت و همگانی بود» (تولستوی، ۱۸۹۷: ۹۳).

تولستوی برای نقش اجتماعی هنر ارزش بسیاری قائل است و هنر را مردمی و در دسترس همگان می‌خواهد نه منحصر به طبقه‌ای خاص و برگزیده: «از این‌رو، برای مردم فکور و صادق و بی‌ریا هیچ‌گونه شکی به‌جا نمی‌ماند که هنر طبقات عالی، هرگز هنر همه مردم نتواند شد؛ از این جهت اگر هنر یک موضوع مهم و یک سعادت معنوی نظیر دین، برای همه انسان‌ها ضروری و چشم‌نابویشدنی است، بایستی که در دسترس همگان باشد و اگر هنر نمی‌تواند هنر همه مردم باشد، پس یکی از این دو مطلب صحیح است، یا هنر آن موضوع باارزش و اهمیتی که ادعا می‌کنند نیست و یا، هنری که هنرش می‌نامیم، این موضوع باارزش و اهمیت است. این مساله قابل حل نیست و بدین سبب است که مردان زیرک و فاسدالاخلاق، با گستاخی و از طریق انکار یک جانب قضیه، یعنی نفی حق تمتع توده‌های مردم از هنر، آن را حل می‌کنند» (همان: ۱۴).

تولستوی اشاره می‌کند که از نظر رومان‌تیسست‌ها تنها ارواح زیبا و از نظر پیروان نیچه^۴ تنها ابرانسان‌ها می‌توانند از عالی‌ترین لذات هنر بهره‌مند باشند و عامه مردم شایستگی این ادراک را ندارند. به عبارتی دیگر، ایشان هنر را فقط متعلق به طبقات ممتاز جامعه می‌دانند. تولستوی معتقد است در روسیه سال‌های پایانی قرن نوزدهم، آنانی که خود را به هنر سرگرم ساخته‌اند نیز نظرگاهی غیراجتماعی درباره هنر دارند. او هم‌چنین چند ویژگی شاخص را در هنر زمان خویش تشخیص می‌دهد و به شرح و بسط آن‌ها می‌پردازد: غرور، شهوت جنسی و افسردگی. طبق نظر او، این سه ویژگی اصلی هستند که هنر طبقات عالی را شکل می‌دهند.

غرور، همان ستایش هنرمندان از قدرت‌مندان جامعه است با تراشیدن پیکره‌هایشان، مدح‌شان در اشعار و نقش کردن چهره‌نگاره‌هایشان. افسردگی، موضوع غالب اشعار و داستان‌هاست و فضایی غریب و مایخولیایی را وصف می‌کند. اما در این میان، تولستوی قوی‌ترین وجه تشکیل‌دهنده هنر طبقه حاکم را، حس جنسی می‌داند که در نظرش پست‌ترین تمایلات انسانی است. تمامی آثار به جز مواردی استثنایی در شرح برهنگی و وصف دقیق و احساسات جنسی است. خصوصاً داستان‌های فرانسوی گویا محصول کار مردمی است که از جنون عشق^۵ در رنجند. و شگفت آن که، تمامی اروپا و آمریکا (و به تبع روس‌ها) از این جنون‌زدگان پیروی می‌کنند.

«تولستوی با نقد طرد نظریه زیبایی و محاکات آن در تفکر و هنر یونانی و جدید، و نیز نظریه‌های جدیدی که بر غرایز و لذت و

رسالت اجتماعی تعریف می‌کند هنر متعهد^۶ یا هنر سودمند نام می‌گیرد و هنری که مستقل از دغدغه‌های اجتماعی عمل می‌کند و هنر را امری بی‌هدف و مجرد تلقی می‌کند، هنر برای هنر^۷ یا هنر ناب یا هنر غیرسودمند لقب می‌گیرد. این مباحث از گذشته تا به امروز برای اندیشمندان و منتقدان عرصه هنر محل بحث هستند. هنر متعهد صورتی از هنر که در آن هنرمند با هدف تاثیرگذاری بر جامعه یا القای یک اندیشه سیاسی به خلق اثر می‌پردازد. هنرمند در این شیوه خود را موظف به بیان دردهای جامعه یا ارائه راه حلی برای مشکلات اجتماعی یا سیاسی می‌داند. این نوع نگاه به هنر در تقابل با دیدگاه هنر برای هنر قرار دارد که در آن هنرمند زیباآفرینی را هدف خود قرار می‌دهد و الزاماً برای هنر هدفی خاص قائل نیست. این در حالی‌ست که «پیروان این اصل (هنر برای هنر) زیبایی‌شناسی انگارگرا معتقدند که هنر هیچ هدفی جز لذت زیبایی‌شناختی صرف را دنبال نمی‌کند. آن‌ها اهمیت زیبایی‌شناختی، اندیشه‌شناختی و آموزشی و اتکای هنر را به نیازمندی‌های زمان انکار می‌کنند و ادعا می‌کنند که هنرمند را با جامعه سروکاری نیست و هیچ مسئولیتی در برابر مردم ندارد» (زی‌من‌کو، ۱۳۵۷: ۱۶۴).

نوشته‌های گئورگی والتونوویچ پلخانوف^۸ سرمشق رهبران شوروی برای تدوین سبکی هنری برای جامعه جدید و تعریف الگویی مشخص برای هنر موسوم به انقلابی قرار گرفت. وی ضمن ارائه تعریف از مفاهیم هنر برای هنر و هنر متعهد، به مقابله و مقایسه جریان‌های هنری فرانسه و روسیه پرداخت. این مقایسه از این نظر حائز اهمیت و به‌جا بود که روشنفکران روسی از جریان‌های روز جامعه هنری فرانسه تاثیر بسیار می‌پذیرفتند و آشنایی با زبان فرانسوی نیز در میان جامعه روشنفکر روس و نیز اعیان و اشراف آن دوران اهمیت ویژه‌ای داشت. مضاف بر این که، این مقابله رهبران شوروی را نیز در امر شناخت بهتر ماهیت هنر یاری می‌رساند و هم‌چنین درس گرفتن از راه‌های پیش‌تر طی شده توسط اروپائیان برای تدوین قالب و الگویی نوین در جامعه آرمانی آینده روسیه، راه را برای انقلابیون هموارتر می‌ساخت.

مطابق نظر پلخانوف: «اعتقاد به هنر برای هنر از آن‌جا پدید می‌آید که هنرمند با محیط اجتماعی خود ناهماهنگ گردد» (پلخانوف، ۱۳۵۸: ۵).

لئون تولستوی^۹ نویسنده پرآوازه روس نیز در کتاب هنر چیست به واکاوی موضوع هنر می‌پردازد. وی که در بسیاری از صور هنر دوران خویش، نه زیبایی خاصی می‌بیند و نه مزه‌های برای نوع بشر، این چنین می‌گوید: «هنرمندان قرون وسطی که اساس احساسات و مذهب ایشان همان احساسات و مذهب توده‌های ملت بود و احساسات و حالاتی را که خود تجربه کرده بودند، به معماری و پیکرسازی و نقاشی و موسیقی و شعر و درام انتقال می‌دادند، هنرمندان حقیقی بودند و فعالیت آنان که بر بنیاد

کارگر عادی را مثل می‌آورد که کتیش، فرآورده پیچیده کار چوپان، پشم چین، پشم‌زن، ریسنده و دیگران است. می‌توان این مثال را به تمامی دارایی‌هایش تعمیم داد. اسمیت بحث تقسیم کار را با مثالی شگفت پایان می‌دهد: «بدون همکاری و کمک هزاران نفر، حتی فقیرترین فرد در کشوری متمدن نمی‌تواند آن شیوه زندگی را که ما به اشتباه آسان و ساده می‌پنداریم پیش برد. البته تردیدی نیست زندگی او در قیاس با زندگی تجملی توان‌گران باید ساده و آسان شمرده شود، اما شاید این نیز درست باشد که زندگی شهریاری اروپایی در قیاس با زندگی دهقانی ساده و زحمت‌کش چندان تجملی نیست که زندگی همین دهقان در قیاس با زندگی سلطانی آفریقایی که مالک مطلق حیات و آزادی هزاران آدم وحشی و برهنه است!» (همان: ۵۸)

به کار بستن نظریه تقسیم کار (البته بدون در نظر گرفتن ملاحظات اخلاقی که اسمیت به آنان اشاره کرده بود) موجب شد کارگر نه یک انسان، بلکه یک کالای مولد یا یک ابزار کار قلمداد شود؛ ساعات کار طولانی‌تر و مداوم (که در دوران فئودالیسم به‌طور فصلی تغییر می‌کرد و زمان بیشتری برای فراغت فراهم می‌آورد)، محبوس شدن کارگران در سالن‌های تاریک کارخانجات (که اکنون جای مزارع و کشتزارها را گرفته بودند)، خصلت ماشینی و تکراری کار صنعتی (به جای فعالیت‌های متنوع کشاورزی و دامپروری)، بیش از پیش از کارگر موجودی مسخ‌شده ساخت.

مارکسیسم یک مکتب اقتصادی-اجتماعی است که توسط کارل مارکس^{۱۲} و فریدریش انگلس^{۱۳} پایه‌گذاری شد و مبنای اندیشه کمونیسم را تشکیل داد. این جهان‌بینی ماتریالیستی (مادی)، جهان را از منظر سرمایه و طبقات اجتماعی تفسیر می‌کند و راه سعادت بشر و پایان استثمار فرودستان را در جامعه بدون طبقه می‌بیند. این فلسفه، بنیان تشکیل حکومت‌های سوسیالیست در جهان است. معمولاً واژگان سوسیالیسم، کمونیسم و مارکسیسم در یک معنا به کار می‌روند. مارکس و انگلس از فلاسفه‌ای چون هگل^{۱۴} و فوئرباخ^{۱۵} بیشترین تاثیر را پذیرفتند و ضمن بهره‌گیری و به چالش کشیدن برخی گزاره‌های ایشان، فلسفه نوینی را بنیان نهادند. شاید سنگ‌نوشته مقبره مارکس بهترین تعریف از فلسفه مارکسیسم، به مثابه یک امر فرافلسفی، فراتر از گفت‌وگوهای سفسطه‌آمیز روشنفکرانه و تفاسیری روی‌پردازانه از جهان است: «فلاسفه تنها به شیوه‌های گوناگون جهان را تفسیر کرده‌اند، اما مساله، هم‌اینک، تغییر آن است.»

یکی از نظریات مطرح شده در فلسفه مارکسیسم، ماتریالیسم تاریخی^{۱۶} است، بدین معنا که فلسفه مارکسیسم که خوانشی از فلسفه ماتریالیستی فوئرباخ دارد، با توجه به تغییرپذیری ماده و تبدیل و تغییر همیشگی‌اش ماهیت جامعه بشری را نیز در تغییر و تحول می‌بیند. دوران تکامل بشری مطابق نظریه مارکس به ترتیب عبارتند از: کمون اولیه (دوران غارنشینی)، برده‌داری (تمدن‌های

عناصر دیگر نفسانی و فیزیولوژیک تاکید داشت در جست‌وجوی بنیادی جدید برای تئوری هنر خود بود. در نظر او به هنر نباید به مثابه یک وسیله کسب لذت نگریست. همین نظرگاه بود که موجب انحطاط هنر شد. گرایش‌های مبتذل طبقات اشرافی مظهر همین نظرگاه لذت‌پرستانه است [...] تولستوی معتقد است نه تمام هنر را باید پذیرفت و نه آن را منحصر به هنر دینی متعارف کرد. بلکه هنر حقیقی عبارت است از: وسیله‌ای جهت ارتباط انسان‌ها؛ برای حیات بشر و برای سیر به سوی سعادت فرد و جامعه انسانی که موضوعی ضروری و لازم است، زیرا افراد بشر را با احساساتی یک‌سان به یکدیگر پیوند می‌دهد»^{۱۷}.

نظام اقتصادی و هنر

در قرن نوزدهم، هم‌زمان با انقلاب صنعتی سیمای شهرهای اروپا دگرگون شد؛ اختراع ماشین‌آلات، اتوموبیل و سپس هواپیما زندگی ابتدایی و کند بشر دوران کشاورزی را دگرگون ساخت. اما داستان به این‌جا ختم نمی‌شد؛ اکنون جامعه بشری به سمت تحول بزرگ‌تری پیش می‌رفت که البته در جهت ساده‌تر شدن زندگی و خوش‌بختی همه انسان‌ها نبود. بروز سرمایه‌داری زندگی کارگران را از گذشته نیز سخت‌تر کرده بود. اکنون میزان بهره‌وری و بازتولید، اهمیتی بیش از پیش یافته بود و حتی مفهوم کار نیز تغییر کرده بود. آن‌گاه نظریه تقسیم کار آدام اسمیت^{۱۸} (حدود یک قرن پس از مطرح شدنش) به عنوان راه‌کاری برای تولید بیشتر و سریع‌تر به کار بسته شد. این امر البته بهره‌وری تولید را بالاتر برد و در مدت زمان کوتاهی چهره زمین را دگرگون ساخت، اما به استثمار بی‌رحمانه انسان‌های بسیاری منجر شد.

«اسمیت معتقد است مهم‌ترین جنبه زندگی اقتصادی تقسیم کار است؛ بنابراین کتاب خود را با این موضوع آغاز می‌کند. از نظر اسمیت، تقسیم کار سرآغاز رشد اقتصادی، توسعه ثروت یا فراوانی در جامعه یا در مقیاس وسیع‌تر تجارت بین‌المللی است»^{۱۹} (دد. رافائل، ۱۳۷۵/۱۹۸۹: ۵۶). اسمیت تقسیم کار را مسبب ساخت ابزارهای پیشرفته‌تر برای کار می‌داند، کما این‌که بسیاری از ابزارها یا دستگاه‌ها به دست کارگران ساده یک کارخانه یا در اثر تمرکز بر یک عمل تکراری ابداع شده‌اند. ایشان به تبع فکر خود را به کار انداخته‌اند تا آسان‌ترین و در دسترس‌ترین روش را به کار بندند تا از رنج بیهوده و کار عبث بکاهند. «اسمیت بحث درباره تقسیم کار را با مثالی بسیار ساده، تولید سنجاق، همراه می‌کند. ده نفر که با هم در یک کارگاه کوچک سنجاق‌سازی کار می‌کنند و نزدیک به ۱۸ عمل ساده را میان خود تقسیم کرده‌اند، می‌توانند روزانه در حدود ۵۰/۰۰۰ سنجاق بسازند. اگر قرار بود همه اعمال را یک نفر به تنهایی برعهده بگیرد و از هیچ دستگاهی، که خود نتیجه تقسیم کار است، استفاده نکند، شاید می‌توانست روزانه اندکی بیش از یک سنجاق بسازد» (همان: ۵۷).

پس از مثال کارگاه سنجاق‌سازی اسمیت، دارایی‌های مختصر یک

داشت. از این رو نه شرایط کشور، بلکه اوضاع جهان سرمایه‌داری آن‌روز- در اساس کشورهای اروپای غربی و آمریکای شمالی- را می‌بایست مدنظر قرار داد» (محیط، ۱۳۸۴: ۴۵۷ و ۴۵۸).

نظریه ماتریالیسم تاریخی مارکس، خوانشی متفاوت از نظریه تکامل برحسب دارایی است، چرا که مارکس عصر تجارت را پایان راه تکامل جامعه بشری تلقی نمی‌کند. البته باید این نکته را نیز در نظر گرفت که اسمیت اخلاق‌مداری را نیز در نوشته‌هایش در نظر دارد. کتاب احساسات اخلاقی او نیز نقطه عطفی در تاریخ نظریات اخلاقی است. در این کتاب او احساس هم‌دردی^{۱۱} را مایه پیوند افراد جامعه با هم می‌داند.

اشاره اسمیت به اثرات مخرب تقسیم کار به اخلاق‌مداری او صحنه می‌گذارد و سودجویی صرف را راه‌حل نهایی پیشرفت جوامع بشری نمی‌داند. اما جایگاه هنر در جامعه سرمایه‌داری نیز به فراخور تغییرات اقتصادی تغییر کرده است.

مارکسیست‌ها با بازیابی هنر از دریچه دیدگاه خود (که مبتنی بر تاثیر جامعه طبقاتی بر تمام شئون زندگی بشر است) به این باور رسیده بودند که هنر تصویرسازی نیز مانند دیگر پدیده‌های ساخت بشر، از عنصر سرمایه تاثیر پذیرفته و به عنوان ابزاری برای کنترل طبقات فرودست، هدایت و بهره‌برداری می‌شده است. به زعم ایشان، هنر تصویرسازی در اعصار گذشته، در قالب تصویرسازی دینی برای دل‌خوش ساختن طبقات فرودست و ادامه روند استثمار انسان و امروزه در قالب القای اخلاق کار پروتستانی از سوی سرمایه‌داران کشورهای صنعتی چون ایالات متحده آمریکا، برای بالا بردن میزان سود و بهره‌وری حداکثر از نیروی کار ارزان و تقدس بخشیدن به کار (در مقام زحمت برای طبقه کارگر) مورد استفاده قرار می‌گرفته است.

هنر و اجتماع، ایدئولوژی هنرمند

هنر به هر روی از اندیشه یا به‌طور خاص از ایدئولوژی نشأت می‌گیرد اما منشأ ایدئولوژی هنرمند نیز در لایه‌های روانی وی و خاستگاه اجتماعی اوست. در دیدگاه مارکسیستی طبقه اجتماعی هنرمند نیز می‌تواند در این امر تاثیرگذار باشد. و البته بی‌شمار هنرمندان در طول تاریخ در خدمت اربابان ثروت‌مندان به خلق آثار مطابق با ذائقه ایشان پرداخته‌اند. «این وضع تا زمانی معمول بود که هنرمندان، چون یک طبقه حرفه‌ای، آزاد نشده بودند. از آن پس نیز، به ویژه پس از عصر روشنگری، آگاهی طبقاتی هنرمندان بیش از پیش افزایش یافت و بسیاری از آنان سخن‌گوی طبقات پایین‌تر شدند. برخی از نویسندگان برجسته‌تر عصر روشنگری از اشرافیت رو گردانده بودند، و اندیشه‌ورزان و نویسندگان و هنرمندانی که ایدئولوژی طبقه کارگر صنعتی قرن نوزدهم را به ضابطه درآورده، و به شکل منظمی توسعه داده، و مشتاق‌ترین هواخواه آن بودند، همه از طبقه بورژوا^{۱۲} بودند» (هاوزر، ۱۳۵۹: ۱۲۰ و ۱۲۱).



تصویر ۱. ال لیسیتسکی، با گوته سرخ، سفیدها را بزنی!، ۱۹۱۹.



تصویر ۲. ویکتور دنی، برای زدن نجیب‌زاده عجله کن! بارون را هم فراموش نکن!، ۱۹۲۰ (منبع: هنر و القای ایدئولوژی، سعیدخاوری نژاد).

نخستین تا پیش از پیدایش کشاورزی، فئودالیسم یا دوران کشاورزی (پیدایش کشاورزی تا انقلاب صنعتی) و کاپیتالیسم^{۱۳} یا سرمایه‌داری (از آغاز انقلاب صنعتی). مارکس و انگلس با توجه به این روند که آن را دیالکتیک تاریخی نام نهاده بودند آینده را این‌گونه تصویر کردند: به زودی سرمایه‌داری به امپریالیسم تغییر شکل خواهد داد؛ بدین‌معنا که صنایع بزرگ رقبای خرد خود را از میان برمی‌دارند و تنها شرکت‌های بزرگ می‌توانند به حیات اقتصادی خود ادامه دهند. در نتیجه توزیع ناعادلانه ثروت، شکاف طبقاتی غیرقابل تحمل می‌شود و میزان نارضایتی بالا می‌رود. این‌ها همه زمینه ظهور انقلابی جهانی را فراهم می‌آورد که با پیروزی آن جامعه بدون طبقه یا همان سوسیالیسم شکل می‌گیرد. تحقق سوسیالیسم از دیدگاه مارکس و انگلس اجتناب‌ناپذیر است، اما ایشان راه نجات سریع‌تر انسان‌ها را از یوغ بردگی در آگاهی رساندن به کارگران و فراخواندنشان به شورشی عظیم می‌دیدند. آن‌ها مانیفست کمونیست^{۱۴} را منتشر کردند تا با آگاه ساختن کارگران، این امر تاریخی را تسریع بخشند. «مانیفست برنامه اتحادیه کمونیستی بود و چون اتحادیه شماری نماینده از پیشرفته‌ترین کشورهای اروپایی را دربرگرفته بود، جنبه بین‌المللی



تصویر ۳. کاشائف، همه با هم به برف‌زدایی از ریل‌های راه آهن می‌پردازیم. سپس یاری‌رسانی به مردمان گرسنه سرعت می‌گیرد، ۱۹۲۲. توضیح: کودکان گرسنه‌اند، نان تمام شده، اما کمک‌ها در راه هستند.



تصویر ۴. پلوتینیک گراو، کارگر روسیه آزاد! پرچم کمونیسم را محکم‌تر نگاهدار! زنان سراسر جهان در جنگ با سرمایه‌داری دنباله‌روی تو هستند، ۱۹۲۱.

که: «هیچ هنری نیست که از تأثیرات اجتماعی برکنار مانده باشد و در عوض، هیچ هنری هم نیست که در جامعه مؤثر نبوده باشد. هیچ جامعه‌ای از حق قلمک هنر خاص خود، و در نتیجه، از حق خود به تأثیر نهادن در هنر نگذشته است. هنر تقریباً به قدمت خود انسان است، یعنی تقریباً به قدمت جامعه» (همان: ۹۶).

البته مناسبات میان هنر و جامعه همواره ثابت نیست، بلکه تاریخی و احتمالی است. این امر به این دلیل اتفاق می‌افتد که

ایدئولوژی هنرمند، دریافت او از جهان پیرامونی‌اش و بازتاب آن در هنرش، از دغدغه‌های هنر متعهد است اما از سوی دیگر هنرمند همیشه هم دارای یک ایدئولوژی بنیادین یا معین نیست. این‌جاست که هنر به عنوان امری مجرد رخ می‌نماید و در بی‌رسالتی‌اش اصالت می‌یابد. هنر برای هنر، آن‌گاه که نقش هنر در زیباآفرینی و لذت از زندگی مطرح می‌شود.

آدولفو سانشز واسکز^{۲۱} در کتاب اندیشه‌های استتیک مارکس: گفتارهایی درباره استتیک مارکسیستی (۱۹۶۵) که برگردان انگلیسی آن با نام هنر و جامعه (۱۹۷۳) به چاپ رسید، به بازیابی نقش تاریخی هنرمند در جامعه می‌پردازد. او هنرمند را در تلاشی پیاپی برای بیان حقایق و در ستیزی دائمی با تباهی‌ها ارزیابی می‌کند. چنین انسانی در برابر تحولات عصر خود بی‌تفاوت نمی‌ماند. «همین که انسان از هدف بودن افتاد و وسیله شد (استحاله نیروی کار به کالا) [...] حیات، خصلت ملموس و واقعی و خلاقش را از دست داد و خصلت مجرد به خود گرفت [...] در جهانی که همه چیز رنگ کمیّت به خود می‌گیرد و مجرد می‌شود، هنر، که عالی‌ترین صورت بیان هر چیز ملموس و کیفی زندگانی انسان است، با آن جهان بیگانه‌شده راه تناقض در پیش می‌گیرد و مامن تباهی‌ناپذیر انسانیت می‌گردد. بدین‌گونه، هنر و جامعه به‌طور بنیادی ضد هم می‌شوند. هنر، که نماینده انسانیت انکارشده است، با جامعه‌ای که انسانی نیست به ضدیت برمی‌خیزد؛ و جامعه نیز با هنرمندی که از کالا شدن تن می‌زند و مادام که سعی می‌کند که انسانیتش را آشکار سازد، ضدیت می‌ورزد» (سانشز واسکز، ۱۹۶۵: ۹۹).

هنرمند طی یک تجربه شخصی و منحصر به فرد، به آفرینش اثر می‌پردازد. با این حال، در این نظرگاه، پیوند هنرمند و جامعه این‌گونه اجتناب‌ناپذیر انگاشته می‌شود که نخست، هنرمند به عنوان یک انسان، موجودی اجتماعی است و دوم، حتی تجربه منحصر به فردش نیز حلقه اتصال است میان او و جامعه‌اش و سوم، اثر هنری در دیگران مؤثر می‌افتد. این نکته پایانی از این جهت برای معتقدان به هنر متعهد اهمیت دارد که: «با آن‌که هنر ارزش ذاتی دارد، اما این را نباید به معنای بی‌دلیل بودن آن گرفت، اما این فردیت، فردیتی واقعی و ملموس است، نه چیزی مجرد که در حاشیه اجتماع پنداشته شود؛ در عین حال که هنر می‌تواند قلمروی مستقل باشد، اما این استقلال مشروط بودنش را نفی نمی‌کند. هنر یک نیروی اجتماعی است که با وزن عاطفی و ایدئولوژیکی‌ای که دارد مردم را تکان می‌دهد یا به حرکت برمی‌انگیزد. اگر اثر راستین هنری کسی را عمیقاً به حرکت درآورد، دیگر این شخص همانی نخواهد بود که پیش از این بوده است» (همان: ۹۳ و ۹۴).

از سوی دیگر چون اثر هنری مخاطب دارد امر آفرینش هنری جنبه اجتماعی می‌یابد و هنردوستان نیز در این میان اهمیت ویژه‌ای می‌یابند چرا که همان تجربه فردی را دریافت و جذب می‌کنند. پس نمی‌توان منکر نقش متقابل هنر و جامعه بر یکدیگر شد بدین معنا

پوسیده و تباه شده است که نیازی نابه‌هنجار دارد که با اندیشه‌های طبقه‌ای به جنب و جوش درآید که خود را آماده نابودی او می‌کند، و از این‌رو به لحاظ مادی به فرارسیدن این طبقه دشمن یاری می‌رساند، باری، این حالت نیز مسائل صرفاً جامعه‌شناسی را به ذهن متبادر می‌کند. اما سطحی که طبقه حاکم بر پایه آن منافع ایدئولوژیکی خود را برمی‌آورد، مقدار هنر دروغینی که به عنوان هنر حقیقی برای ارضای توده‌ها به جریان درمی‌آید» (رافائل، ۱۹۸۱: ۱۶۰ و ۱۶۱).

«سرمایه‌گذاری عظیم و هزینه‌های مالی فراوان برای پیش‌برد اهداف تبلیغاتی در داخل و خارج از این کشور دال بر اهمیت این موضوع نزد نخبگان سیاسی حاکم بر آن داشته و به سبب قابلیت‌های منحصر به فرد خود، می‌تواند به منبعی جذاب برای مطالعه سیر تاریخی و مبانی نظری چنین پدیده‌ای منجر شود. بنابراین می‌توان عنوان کرد که اهمیت مطالعه تبلیغات سیاسی در شوروی به عنوان کشوری صاحب سبک در امر شکل‌دهی به افکار عمومی و مهندسی روابط عمومی، لزوم مطالعه این پدیده را تبیین می‌کند» (خاوری نژاد، ۱۳۹۴: ۱۶ و ۱۷).

از نگاه برخی متفکران مارکسیست مانند روزه گارودی^{۳۳}، هنر انتزاعی و صور جدید هنر نیز تلاشی برای انزوای هنرمند و دور نمودن وی از رسالت و ادای دین به جامعه خود است. به‌زعم ایشان در جامعه‌ای که زیبایی نیز به کالا بدل شده است، اثر هنری نیز ارزش و قیمت خود را نه در دستان هنرمندان، بلکه در دستان بازرگانان باز می‌یابد. چرا که این شکل از هنر با قطع پیوند هنرمند با جامعه خویش، هنر وی را مطابق ذائقه آلیگارش حاکم که همان طبقه بورژواست، تغییر می‌دهد و هر چه بیشتر هنرمند یا روشنفکر را در انزوا فرو می‌برد. به زعم گارودی، نقش هنرمند در جامعه، همانند نقش دلقکان است در مجالس حکام باستانی و امروزی.

«در این هنگام روشنفکر را متقاعد می‌سازند که قلمروی او این جهان نیست و او را در زندانی از انگاره‌های انتزاعی محبوس می‌کنند. روشنفکر در این زندان، در خلائی فکری نیروی خود را از دست می‌دهد. اندیشه راستین نیاز به این دارد که با مقاومت‌هایی روبه‌رو شود و بر آن‌ها پیروز گردد تا بهتر به درک تحول و دیگرگونی نایل آید. تفکر جز در صورت ستیزگر و سازنده آن وجود ندارد. [...] نظام کذایی سیر طبیعی هنرمند را تغییر می‌دهد و او را به محاق کژاندیشی و پراکنده جویی می‌کشاند. بدین‌سان، هنر او از استعداد درونی او پیروی نمی‌کند، بل بیشتر تابع عرضه و تقاضا می‌شود. بدتر این که برای قشر طفیلی، آزمون‌های خارج از طبیعت عرف بسا بیشتر ارج و قرب و بها و قیمت دارد، از این‌جا است که فحشاء هنرمند پا می‌گیرد. اشکال تجسمی عجیب و غریب، قهرمانان رمان‌های مستهجن، هرج و مرج دیوانه‌وار شعر به سان سرطانی، فرهنگ ملی ما را آلوده کرده است. [...]»

هنرمند انسانی واقعی، مادی و تغییرپذیر است. جامعه نیز به فراخور آرمان‌ها، ارزش‌ها و سنت‌هایش مدام در تغییر است. از همین وجه، نظر جامعه یا حکومت می‌تواند آزادی خلاق هنرمند را شکوفاتر یا محدودتر کند.

«خصلت نامشخص مناسبات میان هنر و جامعه از سرشت نامشخص خود هنر آب می‌خورد. هر اثر بزرگ هنری میل به کلیت دارد، میلش به آفرینش یک جهان انسانی یا انسانی شده است که از جزئیات‌های تاریخی، اجتماعی یا طبقاتی فراتر رود. به این ترتیب آن اثر بزرگ هنری با آن جهان هنری یگانه می‌شود که آثار هنری دورترین زمان‌ها، گوناگون‌ترین کشورها، ناهم‌اندترین فرهنگ‌ها و متضادترین جوامع در آن ساکنند. بدین‌گونه، هنر بزرگ اثبات کلیت انسانی است، اما این کلیت از طریق یک موجود جزئی (یعنی هنرمند) حاصل می‌شود: به این معنا که هنرمند، انسان زمان خویش، جامعه خویش، فرهنگ جزئی و طبقه اجتماعی خویش است. هر هنر بزرگ در خاستگاه‌هایش جزئی است، اما از نظر نتایجش کلی است» (همان: ۹۶ و ۹۷).

دو عنصر جزء و کل (هنرمند و جامعه) در هم‌تنیده‌اند و تاکید زیاده از حد بر هر یک از این دو اثر هنری را به فاجعه بدل می‌کند. گاهی هنرمند به دلیل ترس از مسائلی چون زمان، طبقه و جامعه این هماهنگی را برهم می‌زند؛ و گاه با تاکید بر ارزش‌ها و اندیشه‌ها و علایق خودش هنر را به بیراهه می‌کشد.

واسکز بر این باور است که هنر همواره کوشیده تا در برابر پدیده تهنی شدن از انسانیت^{۳۴} بایستد. برای مثال در یونان باستان هنر در خدمت دولت شهر بود و به‌کل سیاسی شد. در قرون وسطی در خدمت دین بود و بنابراین هنر متأثر از ایدئولوژی مذهبی، مردم و اشیاء را در پرتوی از واقعیتی فراجاهانی (خداوند) می‌دید. پس هنر به امری برای بیان ارزش‌های اجتماعی بدل شد و هنرمند خود را جزئی از اجتماع احساس کرد.

ما به تدریج در قرون بعدی، افزایش تولید نه فقط تسلط انسان بر طبیعت، بلکه تسلط سرمایه‌داری بر انسان‌ها را هم گسترش داد. هر عصر تاریخی، بنا به ارزش‌های خود به میراث هنری گذشته بها می‌دهد یا آثار فعلی را ارج می‌نهد. البته گاه این معیارها و هنجارها، اشتباهاتی تاریخی‌اند که هر عصر درباره خود مرتکب می‌شود. بدین‌سان، جامعه‌شناسی نیز علل اقتصادی و اجتماعی را بازمی‌نماید و بر انتخاب‌های هر عصر تاثیر مستقیم می‌گذارد. «انتخابی هم که جامعه‌ای معین از میان تولیدات هنری زمانه خود به دست می‌دهد به روشی بسیار مشابه انجام می‌پذیرد. با این همه، این‌جا این مساله روشن می‌شود که چگونه دو انگیزه‌ای که نسبتاً از یکدیگر مستقل‌اند، یعنی منفعت طبقاتی، برطبق نظر مارکس ثابت شده است که اندیشه‌های مسلط اندیشه‌های طبقه حاکم است. موارد افراطی نیز که به‌موجب آن طبقه حاکم چندان

دیگری دریافت. جز این طریق نمی‌توان از حد یاوگی و پوچی فراتر رفت^{۲۴}» (رافائل، ۱۹۸۱: ۱۴۸).

هنر متعهد در برابر هنر برای هنر تا به امروز نیز بحثی داغ است. هنر متعهد یا هنر در راستای اهداف ایدئولوژیک، در رژیم شوروی سوسیالیستی قدرت‌مندترین تجلی خود را داشت، حال آن‌که هنر برای هنر، به معنای لذت بردن صرف از اثر هنری، صورتی از هنر بورژوازی قلمداد می‌شد.

تبلیغات سیاسی در شوروی

ورود اندیشه سیاسی به دنیای هنر، با ارج نهادن به هنرمند دارای ایدئولوژی و خط مشی سیاسی (مطابق با تعریف هنرمند انقلابی) آغاز شد و از آن زمان، بحثی جدی پیرامون اهمیت پیوند هنر و سیاست آغاز گشت. اتحاد جماهیر شوروی در آغاز پیدایش با چالش‌های بسیاری مواجه بود: جامعه‌ای چند فرهنگی که با دولت تمامیت‌خواه مرکزی، رهبری می‌شد و فرهنگ‌های متفاوتی را در گستره قلمروی خود در بر گرفته بود، هواداران نظام تزار و طبقه اشراف که مسلماً برای بازگشت به جایگاه پیشین خود، از هیچ تلاشی فروگذار نمی‌کردند، موج وسیع تبلیغات جهان سرمایه‌داری بر علیه کشوری که اکنون نه تنها به عنوان یک ابرقدرت، خطرناک و قدرت‌مند شده بود، بلکه برای امنیت داخلی‌شان نیز خطری جدی تلقی می‌شد، چرا که اینک شیخ کمونیسم بیش از هر زمان بر غرب سایه می‌افکند و کارگران را به شورش وامی‌داشت. جز این‌ها، حتی نظریه‌پردازان کمونیست غربی نیز تحقق سوسیالیسم در شوروی را مخالف نظریه دیالکتیک تاریخی مارکس می‌دانستند، ایشان روسیه فئودالی و جامعه کارگران آن را به لحاظ فرهنگی، عقب‌مانده می‌دانستند و گذار از فئودالیسم به سوسیالیسم را نوعی جهش خطرناک تلقی می‌کردند. متفکران چپ‌گرای غربی مطابق آراء مارکس، سپری نمودن دوره صنعتی‌شدن را برای تحقق سوسیالیسم راستین ضروری می‌دانستند. جدای از تمامی این چالش‌ها، وقوع جنگ جهانی دوم و نیز تعویض رهبران سیاسی و به تبع، دگرگونی و تلاطم سیاسی پس از هر دوره، از دیگر بحران‌های فراروی شوروی بود. در این میان آنچه به یاری این نظام برمی‌خاست و یک‌پارچگی این ملت را حفظ می‌کرد، پروپاگاندا سیاسی و بروز آن در جامعه هنر بود.

«بحرانی‌تر شدن شرایط و نیاز به بسیج عمومی در دوره‌های انقلاب (انقلاب بلشویکی، ۱۹۱۷م.)، جنگ داخلی (۱۹۱۷-۱۹۲۲م.)، جنگ با دشمن متجاوز خارجی (جنگ جهانی دوم، [برای روسیه در سال‌های ۱۹۴۵-۱۹۴۱م.] و رقابت‌های عقیدتی و جهان‌بینانه با سایر قدرت‌ها (جنگ سرد^{۲۵} با ایالات متحده آمریکا، از اواسط دهه ۵۰ تا اواسط دهه ۸۰) نیز با چنین اوضاع سیاسی‌ای ترکیب شده و موجب افزایش توسل به تبلیغات سیاسی‌خواه در راستای آماده‌سازی جامعه برای پذیرش پیام قالب کمونیستی و خواه موافقت با نظام سیاسی و بسیج در مواقع جنگ می‌شد»

فاجعه هنر امروز از این‌جا آغاز می‌شود که هنرمند هنر خود را بر آشیان انسان بنیان نمی‌کند. هنرمند نیازمند مردم است، هم‌چنان‌که درخت به خاک احتیاج دارد تا قوت و رشد و بالندگی آن را تامین کند» (گارودی، ۱۳۲۴: ۳۱ و ۳۷).

اندیشمندان مارکسیست، هنر را نیز تابع مقررات ماتریالیسم تاریخی می‌دانند. هر چند مارکسیست‌ها میان سرعت توسعه و گسترش علوم طبیعی و فنی در مقایسه با پیشرفت و تکامل هنر نسبت برابری را قائل نیستند. چرا که از منظر اندیشه مارکسیستی، نظام استثمارگر از توسعه علوم و فنون بهره می‌جوید حال آن‌که درباره هنر این نفع مستقیم وجود ندارد. اما از سوی دیگر حتی شکل نظام حاکم بر بازار هنر تأثیر می‌گذارد و از آن‌جا که هنرمند نیز باید جایگاه خود را در میان سایر پیشه‌ها بیابد و جذب سرمایه بیشتر برای وی نیز (همانند هر انسان دیگری) موفقیت محسوب می‌شود، هنر زمانه را متأثر می‌سازد.

«در سراسر دوره‌های بحرانی، روابط میان هنر و توده‌ها و هنر طبقه حاکم، دیدگاه اجتماعی هنرمندان و موقعیت مادی هنرمندان، همه یک‌سر متفاوت خواهد بود. به سخن دیگر، آنچه در این‌جا مطرح است تمایزها و تفاوت‌هایی است که در همه انواع تولید مادی مشترک است، و به مدد تحلیل‌های قیاسی می‌توان به آن رسید. [...] بر هر یک از شیوه‌های تولید و توزیع مادی طرز کاری تطبیق می‌کند که تولید معنوی از آن نشئت می‌گیرد. فئودالیسم با کارگاه جمعی و دسترسی همگانی به هنر مشخص می‌شود. سرمایه‌داری با آفرینش فردی در اتاق‌های کار خصوصی مشخص می‌شود، فرآورده‌های آن در یک بازار آزاد به فروش می‌رسد و بر این بازار منافع مالی و آزمندی نسبت به شور و هیجان‌های تازه حکم‌فرماست. نیز سرمایه‌داری با تجارت اشیای هنری، که اکنون به صورت دارایی‌های شخصی درآمده‌اند، و نیز با نظام موزه‌ها، یعنی با جداسازی دقیق مرده‌خانه‌هایی مشخص می‌شود که به‌طور شخصی یا عمومی به تملک درآمده‌اند و آثار هنری در آن‌ها مومیایی شده‌اند؛ نیز پیوندی آشفته و مبهم میان ایده‌آلیسم و کسب و کار و تجارت وجود دارد.» (رافائل، ۱۳۷۹: ۱۶۳ و ۱۶۴).

مارکس در کتاب نظریه ارزش افزوده، هنر را نیز در جامعه سرمایه‌داری نوعی کسب‌وکار می‌داند که از هدف والای خود دور افتاده و اثر هنری نیز به مثابه یک کالا اسیر چرخه بازتولید می‌شود: «برای بررسی رابطه میان تولید معنوی و تولید مادی نخست لازم است دومی را نه به صورت مقوله‌ای کلی، بلکه در قالب تاریخی معین دریابیم. از این‌جاست که برای نمونه انواع مختلف تولید معنوی با شیوه تولید سرمایه‌داری و شیوه تولید در سده‌های میانه هم‌خوانی می‌یابد. اگر خود تولید مادی به شکل تاریخی خاص آن در نظر گرفته شود، محال است بتوان آن‌چه را که در تولید معنوی هم‌خوان با آن ویژه و خاص است و نفوذ متقابل یکی را بر

است با توسل به تبلیغات و رسانه، ذهن مردمان را هدایت نماید اما کنترل اذهان در توتالیتاریسم جلوه‌ای بارز و بی‌پروا دارد. حال آن که در حکومت‌های غیرایدئولوژیک توسط رسانه‌ها و به شکلی غیرمستقیم صورت می‌پذیرد.

مجاب‌سازی^{۲۰} تبلیغات سیاسی با هدف هدایت افکار عمومی ایجاد شده‌اند و رژیم شوروی سوسیالیستی یکی از دولت‌های پیشرو و موفق در امر تاثیرگذاری سیاسی و مجاب‌سازی افکار عمومی بود. کشور شوروی پس از پیروزی انقلاب بلشویکی با مشکلات عدیده‌ای دست و پنجه نرم می‌کرد و در این میان برای برون‌رفت از بحران‌های فرارو، تبلیغات سیاسی به یاری نظام نوپا برخاست و با تاثیرگذاری بر ذهن مخاطبان، تحولات بزرگی را موجب شد. در امر تبلیغات سیاسی هدف انتقال پیامی است که مخاطب را برای پیوستن به دیگر افراد جامعه در امر بازسازی کشور، پیوستن به خیل نیروهای جوان برای بازسازی کشور (کامسامول^{۲۱})، شرکت در جنگ، خنثی کردن تبلیغات مخالفین و... یاری رساند. روی هم‌رفته در امر تبلیغات سیاسی، هدف انتقال پیامی است که مخاطب آن را بپذیرد.

پیام بر اثر تکرار زیاد و گاه اندکی تغییر، می‌تواند به باور مخاطب بدل شود: «مقوله تبلیغات سیاسی صرف نظر از چیستی خود، بر انتقال پیامی به مخاطب دلالت دارد و در این میان، هدف، تاثیرگذاری بر وی به عنوان شنونده یا بیننده است و بنابراین از شگردهایی برای موفقیت عمل تبلیغ استفاده می‌شود. در تعریفی که ویلیام مک گوایر^{۲۲} (۱۹۷۳) ارائه می‌دهد عبارت است از تغییر نگرش و رفتار مردم از طریق الفاظ و لغات در قالب گفتار یا نوشتار. مک گوایر (۱۹۶۸) در رابطه با بروز پدیده مجاب شدن، شش مرحله را مطرح می‌کند: اول لزوم وجود مسئله‌ای برای اقناع، دوم لزوم توجه مردم به آن، سوم لزوم درک محتوای آن توسط مردم، چهارم لزوم تبعیت مردم از آن، پنجم حفظ عقیده جدید و ششم عمل براساس عقیده جدید. می‌توان گفت: فرد از طریق مجاب‌سازی، به باور و دیدگاهی تازه می‌رسد و در واقع اقناع، ایجاد عقیده‌ای تازه است» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۳۱ و ۳۲).

آرنت بازتولید و تکرار را از مشخصات و البته امتیازات توتالیتاریسم می‌داند و اظهار می‌دارد: «مزیت دیگر الگوی توتالیتر این است که می‌تواند پیوسته تکرار شود و سازمان را در حالت سیال نگاه‌دارد، حالتی که اجازه می‌دهد جنبش، لایه‌های تازه‌ای را به خود جذب کند و درجات تازه‌ای از مبارزه‌جویی را تعیین نماید» (آرنت، ۱۳۸۸: ۱۴۷).

شگرد مجاب‌سازی و ترغیب در سه مرحله به کار بسته می‌شود: «شیوه زبانی، استفاده از طراحی و تدوین شعار و نشانه و هم‌چنین استفاده از عناوین. هدف در تمام اشکال اقناع سیاسی، انتقال عمده پیام به مخاطب به روشی خاص در راستای تاثیرگذاری بر باورهای او است. اهمیت اقناع کردن مخاطب و تاثیرگذاری و



تصویر ۵. بروکوف، فقط دور بریزشان!، مابین سال‌های ۱۹۲۲ تا ۱۹۳۰.

(خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۱۴).

توتالیتاریسم^{۲۴} یا تمامیت خواهی، به حکومت‌های تک‌حزبی بایک ایدئولوژی واحد و یک رهبر اطلاق می‌شود. مطابق آراء برخی اندیشمندان چون هانا آرنت^{۲۵} حکومت شوروی یکی از نمونه‌های توتالیتاریسم به شمار می‌رود. «اما برخی نیز بر این باورند که انقلاب اکتبر^{۲۶} ۱۹۱۷م و سال‌های پس از آن نقطه آغاز تبلیغات سیاسی جدید است. با پایان یافتن جنگ جهانی اول و حاکم شدن دوران جهانی‌بینی‌های توده‌ای و توسعه عقاید مکتبی، از تبلیغات به عنوان ابزاری بسیار مؤثر برای پیش‌برد اهداف استفاده شد و آلمان هیتلری و شوروی به عنوان دو حوزه بسیار قدرتمند در زمینه تبلیغات سیاسی، در مطالعاتی که در این زمینه انجام شد اهمیتی مضاعف یافتند. چیزی که بیش از هر چیز موجب توجه به تبلیغات سیاسی می‌شود فعالیت‌های حزب نازی در آلمان پیش از جنگ جهانی دوم و در هنگام وقوع آن بود که به گفته خود هیتلر، فکری برگرفته از تبلیغات سیاسی آمریکا و بریتانیا در جنگ جهانی اول بود» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۷۷).

پروپاگاندا^{۲۹} یا تبلیغات سیاسی، القای یک ایدئولوژی سیاسی یا دیدگاه خاص است. پروپاگاندا یکی از مشخصات بارز حکومت‌های توتالیتر است. در همه اعصار طبقه حاکم کوشیده



تصویر ۶. ویکتور کورتسکی، کارگردان سراسر جهان و زحمت‌کشان مستعمرات تحت ستم: پرچم لنین را بالا ببرید، ۱۹۳۲.

بدین وسیله تبلیغات سیاسی با تکرار گسترده پیام در اشکال گوناگون و القای آن در ذهن مخاطب، نه تنها آن اندیشه را به عنوان باور به وی می‌قبولاند، بلکه آن باور را به اعتقادی خلل‌ناپذیر در ذهن مبدل می‌سازد. این باورها در حکومت‌های دارای ایدئولوژی و مکتب خاص، از همان کودکی در قالب آموزش در ذهن کودکان پرورش می‌یابند تا از ایشان سربازانی مطیع برای نظام حاکم بسازند. از سوی دیگر این امر در تمامی نظام‌های سیاسی به اشکال گوناگون دنبال می‌شود. چرا که به هر روی، تمامی حکومت‌های جهان، سعی بر کنترل افکار عمومی و جهت‌دهی به رفتارهای انسانی دارند. پس امر تبلیغات سیاسی و هم‌چنین مجاب‌سازی همواره در اشکال گوناگون دنبال شده و مختص دورانی خاص در تاریخ یا جغرافیایی معین نیست، آن‌چه نظام‌های توتالیتر را متمایز می‌سازد، تبلیغات پررنگ و روشن است که گویی به مخاطب حمله‌ور می‌شوند. شاید بهترین تعبیر برای تبلیغات سیاسی در رژیم‌های توتالیتر این جمله مایاکوفسکی^{۳۵} باشد: «امروز باید با مشت آهنین بر جمجمه جهان کوبید!» (محمدی، ۱۳۹۱: ۱۷۴).

ضد تبلیغ یا تبلیغات منفی برای مقابله با موج تبلیغات رسانه‌های غیرخودی کاربرد دارد و فلسفه وجودی و شدت و ضعف بستگی مستقیم به دشمنان داخلی و خارجی ایدئولوژی سیاسی دارد: «ضد تبلیغ یا تبلیغات منفی، گونه دیگری از تبلیغات است که به موازات تبلیغات سیاسی از جهت معکوس به هدف خود می‌رسد؛

هدایت افکار وی و به عبارتی مهندسی فکری در جوامع مدرن را باید با نظر به تحولاتی که در دوران جنگ جهانی دوم رخ داد مورد بررسی قرار داد و چنان‌که هویدا شده، بیشترین فعالیت‌های فکری و عملی به منظور مجاب‌سازی مخاطب در زمانی رخ داد که جهان و به‌طور خاص اروپا در فاصله میان دو جنگ جهانی آستانه نیروهایی به شدت مکتبی بود که هر یک نیازمند قبولاندن جهان‌بینی خود به توده‌های وسیع بودند و از این‌رو برای اولین بار به‌طور جدی از شگردهای تبلیغی برای اقناع مخاطبان بهره بردند. محققان پل یوزف گوبلز^{۳۳} وزیر تبلیغات حکومت نازی^{۳۴} را پدر روش‌های مجاب‌سازی جدید می‌دانند» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۳۱ و ۳۲).

این حیلۀ روان‌شناسانه در تبلیغات سیاسی همواره به کار می‌آید و وسیله اجرایی شدن آن نیز رسانه‌ها هستند. «از این منظر می‌توان تبلیغات سیاسی را مجاب‌سازی هدف‌مندی دانست که به منظور اهداف جهان‌بینانه، سیاسی یا تجاری، به واسطه انتقال کنترل شده پیام‌های یک‌طرفه (که ممکن است بر پایه حقیقت باشند یا نباشند) از مجاری رسانه‌های گروهی دانست که مستقیم تلاش می‌کند بر احساسات، رفتارها، نظرات و اعمال مخاطب هدف، تاثیر بگذارد. تبلیغات سیاسی را می‌توان نوعی تلقین یا نفوذ بر فکر افراد از طرق دست‌کاری در نمادها و به کمک شگردهای روان‌شناختی دانست. هدف نهایی انتقال نظر، پذیرش داوطلبانه دریافت‌کننده است، به‌طوری که شخص، آن نظر را از آن خویش تلقی کند.» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۳۵).

تلاش برای قانع کردن مخاطب هر پیام و عمل تبلیغی در صورتی که معطوف به هدفی سیاسی باشد با پدیده مجاب‌سازی سیاسی روبه‌رو خواهیم شد که در مقایسه با بسیاری از کنش‌های انسانی از پیچیدگی خاص خود برخوردار است. در رابطه با این‌که از چه شیوه‌ها و شگردهایی برای عملی کردن نیت مبلغ استفاده می‌شود، می‌توان به سه شیوه عمده برای مجاب کردن و ترغیب در عرصه سیاست اشاره کرد: شیوه زبانی، استفاده از طراحی و تدوین شعار و نشانه و هم‌چنین استفاده از عناوین.

هدف در تمام اشکال اقناع سیاسی، انتقال عمدی پیام به مخاطب به روشی خاص در راستای تاثیرگذاری بر باورهای او است. اهمیت اقناع کردن مخاطب و تاثیرگذاری و هدایت افکار وی و به عبارتی مهندسی فکری در جوامع مدرن را باید با نظر به تحولاتی که در دوران جنگ جهانی دوم رخ داد مورد بررسی قرار داد و چنان‌که هویدا شده، بیشترین فعالیت‌های فکری و عملی به منظور مجاب‌سازی مخاطب در زمانی رخ داد که جهان و به‌طور خاص اروپا در فاصله میان دو جنگ جهانی، آستانه نیروهایی به شدت مکتبی بود که هر یک نیازمند قبولاندن جهان‌بینی خود به توده‌های وسیع بودند و از این‌رو برای اولین بار به‌طور جدی از شگردهای تبلیغی برای اقناع مخاطبان بهره بردند.



تصویر ۷. کورابلوا ورا سرگنیونا، رفقا! به ما بپیوندید در کالخوز (مزارع اشتراکی)، ۱۹۳۱.

شدید رسانه‌ها و حاکمیت فضای سانسور، وارونه‌سازی واقعیت‌های چالش‌برانگیز و تحمیل قرائت رسمی از واقعیت، سرکوب دگراندیشان عقیدتی و سیاسی و هم‌چنین نخبگان هنری و ادبی در قالب زندانی کردن، اخراج، تبعید، اعدام و مهاجرت فزاینده آن‌ها به غرب خواهیم بود» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۱۳).

در این میان نمی‌توان میان تبلیغاتی که برای مجاب‌سازی آحاد مردم به کار بسته می‌شود و خشونت پنهان در تلقین شعارهای حکومتی، تمایز چندانی قائل شد. «دیری است که این واقعیت شناخته و غالباً نیز اظهار شده است که در کشورهای توتالیتر، تبلیغات و ارباب، دو روی یک سکه را بازمی‌نمایند؛ در صورتی که تنها بخشی از این نظر درست است. هر جا توتالیتراسم سلطه مطلق پیدا کند، تلقین را جایگزین تبلیغات می‌کند و خشونت را کمتر برای به وحشت انداختن مردم (این شیوه تنها در مراحل اولیه که هنوز مخالفت سیاسی وجود دارد، به کار بسته می‌شود) و بیش‌تر برای تحقق آیین‌های ایدئولوژیک و دروغ‌های عملی جنبش، به کار می‌بندد» (آرنت، ۱۳۸۸: ۱۰۱ و ۱۰۲).

آرنت با مطالعه الگوهای دنبال‌شده در رژیم شوروی سوسیالیستی و آلمان نازی، به عنوان دو نمونه از قدرت‌های توتالیتر زمان خود، ابعاد دیگری از تبلیغات در رژیم‌های خودکامه را نیز بازمی‌نماید، وی ضمن اشاره به تلقین (یا همان مجاب‌سازی) به مفاهیمی چون ارباب و عوام‌فریبی کاسب‌کارانه نیز اشاره می‌نماید: «تمایز قائل

یعنی جنبه تدافعی داشته و به منظور خنثی کردن اثر تبلیغات دشمن یا بهره‌برداری از آن انجام می‌شود. از اصول ضدتبلیغ باید به شناسایی و بررسی اهداف دشمن، حمله به نقاط ضعف، معرفی تضادها، بی‌اعتبار کردن و تمسخر دشمن اشاره کرد. ضد تبلیغ نیازمند آماده‌سازی شرایط در جامعه بوده و معطوف به بی‌اعتبار ساختن دشمن از طریق جنگ نرم می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت ضدتبلیغ، فشرده‌ای از تمامی ابعاد منفی تبلیغات سیاسی است که ابعاد غیراخلاقی آن نظیر تحقیر و بد جلوه دادن رقیب را شامل می‌شود.» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۳۷).

در تبلیغات سیاسی شوروی، نمونه‌های بسیاری از رسوایی سرمایه‌داری، سودجویی فئودال‌ها یا مکر دشمنان به چشم می‌خورد. این مضامین خصوصاً در پوستره‌های شوروی به‌وفور دیده می‌شود. گاه لحن تحقیر دشمن نیز بسیار تند و بی‌پرواست و بی‌ادبانه می‌نماید. «در تبلیغات مخالف که نوعی ضد تبلیغ است، هدف تخریب وجهه و بی‌اعتبار کردن دشمن است به صورتی که از آن تصویری دروغ‌گو و شاید ارائه شود. به‌طور معمول انتظار می‌رفت در اثر چنین اقداماتی که دروغ‌گویی و ریاکاری دشمن یا هر نیروی رقیب را بزرگ‌نمایی می‌کرد، شدت اثرگذاری تبلیغات دشمن بر جامعه کاهش یابد» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۴۰).

البته این جدالی دوطرفه بود و غرب نیز تبلیغات ضدشوروی را با جدیت دنبال می‌کرد. این امر البته در دوره‌های آتی در جنگ سرد به اوج خود رسید. «هم‌چنین در نمونه‌های مشابه غربی بارها به آموزه‌ها و مکتب سوسیالیستی شرق حمله می‌شد و آن را موجب فقر، محدودیت و عدم توسعه‌یافتگی کشورها معرفی می‌کردند. چیزی که در این میان به‌خوبی به چشم می‌خورد، وجود نقاط ضعف و استفاده از آن علیه دشمن است. همان‌طور که گفته شد، هدف از ضدتبلیغ، بهره‌برداری از ضعف دشمن و سوءاستفاده از آن بود» (همان: ۴۰).

می‌گویند یکی از وجوه تمایز دولت‌های خودکامه با دولت‌های دموکراتیک در امر تبلیغات سیاسی، توسل به خشونت آشکار است. علاوه بر تبلیغات سیاسی، رژیم تمامیت‌خواه چیرگی خود را بر فضای زندگی مردم بیشتر می‌کند و به تدریج خشونت نیز رخ می‌نماید: «در نظام‌های توتالیتر مانند رژیم شوروی سوسیالیستی، تبلیغات سیاسی نقش پررنگی در پیش‌برد اهداف سیاسی حکومت ایفا می‌کرد. در رژیم تمامیت‌خواه شوروی که در جامعه، فضایی بسته ایجاد کرد، از تبلیغات سیاسی به‌طور فعالانه و گسترده به منظور ترویج ارزش‌ها، توسعه آموزه‌های عقیدتی رسمی نظام حاکم و بسیج افکار عمومی استفاده شد. رژیم خودکامه مایل است به کنترل انحصاری تمامی مجاری فرهنگی و هنری در جامعه پرداخته و ضمن تحمیل شیوه رسمی خود با هرگونه رهیافت دگراندیشانه مقابله کند. در این فضا، شاهد عدم توسعه‌یافتگی سیاسی و تک‌ترگرایی فرهنگی، کنترل

مردم را با واپس ماندن از خط سیر تاریخ و زمان و بیهوده ضایع کردن زندگی تهدید می‌کنند، درست هم‌چنان‌که نازی‌ها نیز مردم را از زندگی برخلاف قوانین جاودانه طبیعت و حیات و تباهی جبران‌ناپذیر و اسرارآمیز خودشان می‌ترسانند. تاکید شدید تبلیغات توتالیتر بر ماهیت علمی اظهاراتش، با برخی فنون تجاری که آن‌ها نیز توده‌ها را خطاب قرار می‌دهند، مقایسه شده است» (همان: ۱۰۸).

منظور از ماهیت علمی اظهارات توتالیتری، همان آموزه‌های ایدئولوژیکی است که همواره با تایید نظریه‌پردازان و اندیشمندان همراه و هم‌نشین حکومت تثبیت می‌شود. به بیان دیگر ماهیت علمی همان القای ایدئولوژی حاکم به عنوان حقیقت محض است.

مروری بر تاریخچه سیاسی اتحاد جماهیر شوروی

انقلاب اکتبر با تلاش طولانی‌مدت جمعی از روشنفکران روس به پیروزی رسید. در این میان، نین کنش‌گر اصلی و تعیین‌کننده در تحقق انقلاب بود، اما ریشه‌های ناراضی‌ت در عموم مردم از سال‌ها پیش زمینه‌های عینی انقلاب را فراهم ساخته بود. آن‌چه نین و هم‌فکرانش انجام دادند فراهم ساختن زمینه‌های ذهنی انقلاب بود.

«ولادیمیر ایلچ اولیانوف در ۱۸۷۰م در شهر سیمبیرسک (که سال‌ها بعد نامش را به اولینوفسک تغییر دادند) در خانواده‌ی یک کارمند دولت به دنیا آمده بود. نسل جوان این خانواده خیلی زود سنت انقلابی را جذب کرد. هنگامی که ولادیمیر هفده ساله بود، برادر بزرگش، الکساندر به جرم دست داشتن در نقشه قتل تزار الکساندر سوم اعدام شد. ولادیمیر اولیانوف در دانشگاه کازان تحصیل کرد و همان‌جا بود که مسلک مارکسیسم را پذیرفت و سرانجام به مناسبت فعالیت انقلابی از دانشگاه اخراج شد. در اوایل دهه ۱۸۹۰ اولیانوف به پترزبورگ آمد تا به وکالت دادگستری بپردازد و مطالعات مارکسیستی خود را تکمیل کند» (کار، ۱۳۷۱: ۲۱ و ۲۲).

اولیانوف در دوران دانشجویی به فعالیت‌های انقلابی پرداخت و به دلیل بخش اعلامیه‌های انقلابی در میان کارگران کارخانه، به زندان افتاد و سپس به سیری تبعید شد. در سیری او مقدمات تشکیل یک حزب انقلابی را در ذهن ترسیم کرد. برای این کار ابتدا لازم بود که با کمک جمعی از هم‌فکرانش از جمله پلخانوف، نشریه‌ای داشته باشند. در سال ۱۹۰۰ اولیانوف به همراه دوستان هم‌کیشش به ژنو رفتند و در آن‌جا دو نشریه به چاپ رساندند، یکی از آن‌ها ایسکرا (اخگر) برای مردم عادی چاپ می‌شد و دیگری روشنفکران را خطاب قرار می‌داد. مقالات اولیانوف با امضاهای گوناگونی به چاپ می‌رسید تا این‌که برای نخستین بار در سال ۱۹۰۱ امضای نین بر پای مطالبش دیده شد. نین در ۱۹۰۲ نخستین کتاب انقلابی خود، چه باید کرد؟ را منتشر کرد.

در سال ۱۹۰۵ جنگ روس و ژاپن ناخرسندی‌های بسیاری را در داخل روسیه برانگیخته بود، مردم از کمبود مواد غذایی و غلات

شدن میان آیین عقیدتی خاص کسانی که مشرف به کیش جنبش شده‌اند و تبلیغ ویژه نوآموزان خارجی جنبش، در زمان پیش از به قدرت رسیدن جنبش صورت می‌گیرد. رابطه میان تبلیغات و تلقین، از یک سو به حجم جنبش بستگی دارد و از سوی دیگر، به فشار خارجی. هر چه جنبش کوچک‌تر باشد، انرژی بیشتری صرف تبلیغات خواهد شد، و هر اندازه از جهان خارج فشار بیشتری بر رژیم‌های توتالیتر وارد شود- فشاری که حتی در پشت پرده آهنبین نیز نمی‌توان نادیده‌اش گرفت- دیکتاتورهای توتالیتر فعالانه‌تر تبلیغ خواهند کرد. نکته اصلی این است که ضرورت‌های تبلیغات، غالباً از جهان خارج تحمیل می‌شوند و خود این جنبش‌ها، در حقیقت نه تبلیغ، بلکه تلقین می‌کنند. اما تلقین، که به ناگزیر با ارباب همراه است، به موازات توان‌تر شدن جنبش‌ها یا منزوی‌تر گشتن حکومت‌های توتالیتر و کسب تامین در برابر دخالت خارجی، افزایش می‌یابد» (همان: ۱۰۵).

تبلیغات تا زمانی کاربرد دارد که دلیلی برای قانع کردن وجود دارد و نظر مخاطب اهمیت دارد، اما در اردوگاه‌های کار اجباری چطور؟ آرنه توضیح می‌دهد که در این حالت تبلیغات حذف می‌شود اما ارباب همواره پابرجاست: «باید گفت که تبلیغات بخشی از جنگ روانی به شمار می‌آید، اما ارباب چیز دیگری است. ارباب، حتی پس از آن‌که رژیم توتالیتر به اهداف روان‌شناختی‌اش دست می‌یابد، هم‌چنان به کار گرفته می‌شود: کارکرد واقعی ارباب در این است که بر مردمی یک‌سره مطیع حاکم می‌شود. در جایی که فرمانروایی ارباب به کمال خویش می‌رسد (مانند اردوگاه‌های کار اجباری) تبلیغات یک‌سره ناپدید می‌شود. به سخن دیگر، تبلیغات یکی از مهم‌ترین ابزارهای توتالیتراریسم در معامله با جهان غیرتوتالیتر است، حال آن‌که ارباب، ویژگی اصلی حکومت به شمار می‌آید. هم‌چنان‌که در کشورهای دارای حکومت قانونی، وجود قوانین، به شمار کسانی که این قوانین را زیر پا می‌گذارند بستگی ندارد، وجود ارباب در حکومت‌های توتالیتر نیز به عوامل روان‌شناختی یا ذهنی، بستگی اندکی دارد» (همان: ۱۰۵ و ۱۰۶).

با این حال، وجه خشونت‌بار تبلیغات مختص قربانیان نظام توتالیتر نیست، سایرین نیز آماج حملات تبلیغاتی هستند. ترساندن مردم از امری واقعی و عینی نیست، بلکه همان‌طور که گفته شد می‌تواند ترس از مفاهیمی چون واپس ماندن از زندگی یا سهمی نداشتن در دستاوردهای کشور و مفاهیمی از این دست باشد و البته ارباب، در بسیاری از موارد، غیرمستقیم صورت می‌گیرد.

«در تبلیغات توتالیتر، آن‌چه که از تهدیدها و جنایت‌های مستقیم علیه افراد مهم‌تر است، نخست، کاربرد اشارات تهدیدآمیز غیرمستقیم و پنهانی علیه کسانی است که به تعالیم توتالیتر تن در نمی‌دهند، و سپس، ارتکاب قتل‌های گسترده و فراگیر علیه گنه‌کاران از نظر حکومت توتالیتر و بی‌گناهان بدون قائل شدن حتی کوچک‌ترین تمایز میان این دو دسته. در تبلیغات کمونیستی،



تصویر ۸. درازکوف و گرانوویسکی، ارتش سرخ توسط حزب بزرگ لینن-استالین سازمان یافته، پرورش داده شده و شکست ناپذیر است، ۱۹۳۹.

دیگری از مکتب مارکسیسم با نام مارکسیسم-لنینیسم^{۴۱} توسط لینن ارائه شد. «در قیاس با مارکسیسم کلاسیک، لنینیسم نقش بیش‌تری برای زحمت‌کشان انقلابی (دهقانان و کارگران) قائل است تا برای پرولتاریا^{۴۲}ی انقلابی به خودی خود، هم‌چنان‌که نقش بیش‌تری برای کشورهای توسعه‌نیافته یا نیمه‌مستعمره قائل است تا کشورهای سرمایه‌داری پیشرفته» (باتامور و همکاران [فرهنگ‌نامه اندیشه مارکسیستی؛ مدخل "مارکسیسم-لنینیسم"، ۱۳۸۸: ۵۹۷).

روی هم‌رفته مارکسیست-لنینیست‌ها با پشتوانه مقالات و کتاب‌های متعدد نظریه‌پردازان‌شان، جایگاه خود را نه تنها به عنوان یک ایدئولوژی انشعابی، بلکه به عنوان یک مکتب مجزا و الگو برای حکومت‌داری سوسیالیستی پیدا کردند. انقلاب اکتبر به جز مخالفان غربی لیبرال، دشمنانی از میان پیروان مارکس داشت که درصدد اثبات نادرست بودن این انقلاب اکتبر به مثابه یک نابه‌هنگامی تاریخی و تأثیر منفی آن بر سوسیالیسم حقیقی بودند. ایشان در مقالات متعدد علاوه بر زیر سوال بردن مبانی انقلاب، سیاست‌های پیگیری شده در شوروی را نیز به چالش می‌کشیدند^{۴۳}.

لنین به تربیت دوباره این دسته از روشنفکران و پلایش ذهنی‌شان تاکید ورزید چرا که مطابق آراء وی، اهمیت یک دهقان یا کارگر به هیچ‌عنوان کمتر از یک به اصطلاح پرولتاریای آگاه نیست و نمی‌توان به بهانه ظرف زمانی و انتظار برای سپری شدن یک روند تاریخی، از کنش انقلابی دست برداشت.

به ستوه آمده بودند و وضعیت معاش ایشان تحمل‌ناپذیر شده بود. قحطی و خشک‌سالی در برخی مناطق به فاجعه‌ای عمومی انجامید و لاجرم شورش‌های پراکنده و نامنجم را موجب شد. شورش‌های پراکنده و اعتصاب‌ها تا سال ۱۹۰۶ ادامه داشت، اما با سرکوبی رژیم قدرت‌مند تزار به شکست انجامید. لینن و یارانش هم‌چنان به فعالیت‌های خود در آگاهی‌رسانی عمومی ادامه دادند و سرانجام در سال ۱۹۱۷ بار دیگر انقلاب اتفاق افتاد چرا که میزان نارضایتی درمیان مردم باز هم بالا رفته بود و کمبود غلات و احتکار آن‌ها در نزد کولاک‌ها بیش از پیش بر موج نارضایتی‌ها دامن می‌زد. بسیاری از رهبران انقلاب در آن زمان در زندان یا تبعید و اختفا به سر می‌بردند، اما فعالیت‌های تبلیغاتی هم‌چنان ادامه داشت. در این میان جنگ‌های داخلی نیز درگرفته بود چرا که زمین‌داران خرده‌پا حاضر به قبول شرایط جدید پس از قدرت گرفتن بلشویک‌ها نبودند. به هر روی، انقلاب به پیروزی رسید اما نبرد با زمین‌داران خرده‌پا تا سال‌ها پس از انقلاب از بحران‌های فراروی اتحاد شوروی سوسیالیستی بود^{۴۴}.

مارکسیسم-لنینیسم بنیان شکل‌گیری اتحاد جماهیر شوروی (به مثابه نخستین دولت سوسیالیستی جهان) بود اما با این حال، این خوانش مارکسیستی از نظر بسیاری از روشنفکران چپ غربی چون ژرژ لوکزامبورگ^{۴۵}، برتراند راسل^{۴۶}، اما گلدمن^{۴۷} و کارل کائوتسکی^{۴۸} مردود بود. تحقق سوسیالیسم در کشوری فتودالی چون روسیه بنا به نظریه ماتریالیسم تاریخی ناممکن می‌نمود، بنابراین خوانش

لنین به عنوان پایه‌گذار انقلاب اکتبر، رهبری نخستین کشور سوسیالیستی جهان را به عهده گرفت. در دوران زمامداری لنین، وی برای احیای اقتصاد و بازسازی کشور، طرح معروف خود یعنی سیاست نوین اقتصادی یا مپ را اجرا کرد که دور از مخالفت بسیاری از کمونیست‌ها نبود، زیرا به‌طور مصلحتی تا حدی به شکل‌گیری شرکت‌های خصوصی کمک می‌کرد که از نظر برخی کمونیست‌ها مانند کائوتسکی مردود بود. «این طرح در جریان کنگره دهم حزب مطرح شد و از ۲۱ مارس سال ۱۹۲۱ تا سال ۱۹۲۸ به اجرا درآمد. در زمان اجرای آن کسب و کارهای کوچک از جمله تجارت حیوانات، فروش دخانیات و امثال این‌ها آزاد شد، اما دولت همچنان بر بانک‌ها، تجارت خارجی و صنایع کنترل داشت. هم‌چنین از تعاونی‌های مصرف‌کنندگان در مقابل این بنگاه‌های خصوصی حمایت می‌کرد و با به راه انداختن تبلیغات شدید به آماده‌سازی جامعه برای پذیرش آن می‌پرداخت» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۱۲۰).

لنین نه تنها به عنوان یک رهبر، بلکه به عنوان یک اندیشمند مارکسیست، فعالیت‌های فرهنگی بسیاری را انجام داد و تالیفات بسیاری از خود برجای نهاد. اما آن‌چه تصویر شوری را به عنوان یک ابرقدرت سیاسی، اقتصادی و نظامی تمامیت‌خواه در ذهن متبادر می‌کند، دوران زمامداری استالین^{۴۴} است.

استالین دومین رهبر شوروی بود که پس از لنین، زمام رهبری را علی‌رغم مخالفت‌های بسیار به دست گرفت. در دوران رهبری ۳۱ ساله استالین، سیاست‌های سازندگی و طرح‌های پنج ساله به اجرا درآمد که شوروی را به کشوری قدرتمند در صنعت، کشاورزی و بخش نظامی تبدیل کرد. استالین که با سخت‌گیری دهشتناک خودش تمام موانع را از سر راه اهدافش برمی‌داشت، موج نارضایتی را در داخل و خارج از مرزهای شوروی برانگیخت. او رقیب فکری خود و یکی از مبارزان بسیار مهم انقلاب روسیه، تروتسکی^{۴۵} را از میان برداشت و موج تبلیغات منفی را بر علیه وی به راه انداخت. تروتسکی البته امیدوارانه به فعالیت‌های خود در تبعید ادامه داد و در مقالات انتقادی و نامه‌هایی که در مجلات چپ‌گرای اروپا منتشر می‌کرد، از وضعیت روز شوروی به شدت انتقاد می‌کرد و به سیاست‌ها و جعل تاریخ انقلاب از سوی استالین می‌تاخت.

از سوی دیگر یکی از چالش‌های بزرگ دوران استالین، مبارزه با کولاک‌ها (زمین‌داران خرده‌پا) بود. او با جدیت و شدت بیشتری با کشاورزی خصوصی جنگید و مزارع اشتراکی (کالخوزها) را به وجود آورد. هم‌چنین طرح‌هایی برای کشاورزی در این مزارع ارائه داد که بنا به اقلیم و نیاز کشور، برای کشت نوع محصول و مکانیزه کردن کشاورزی به روستاییان دیکته می‌شد و توسط کمیته‌های حزب به اجرا درمی‌آمد. هم‌چنین طرح‌های پنج‌ساله اول و دوم برای توسعه صنعتی کشور در زمانی کوتاه، در زمان استالین مطرح



تصویر ۹: دولگروکوف، دشمن را در هم خواهیم شکست!، ۱۹۴۵.



تصویر ۱۰: ای. ام. توفیدز، برای سرزمین مادری‌مان، ۱۹۴۳.

اصطلاح جنگ سرد کم‌کم وارد ادبیات سیاسی شد و جنگ تبلیغاتی دائم میان این دو به نقطه عطفی در تاریخ معاصر تبدیل گشت.

پس از جنگ جهانی دوم، فصل تازه‌ای در تبلیغات سیاسی شوروی آغاز گشت که با موجی از تبلیغات سیاسی بر علیه جهان سرمایه‌داری همراه بود. این امر به دلیل دخالت‌های هر دو ابرقدرت در امور سایر کشورهای جهان صورت گرفت. جنگ تبلیغاتی بین آمریکا و شوروی جنگ سرد نام گرفت. این تبلیغات سیاسی که هم‌زمان کارکرد داخلی و خارجی داشت، از سال‌های پایانی حکومت استالین تا روی کار آمدن گورباچف^{۴۴} ادامه داشت. در حوزه هنرهای تجسمی و خصوصاً در هنر پوستر، گاه وعده آزادی‌های مدنی و سیاسی در غرب به سخره گرفته شده، گاه به نقاط ننگین تاریخ آمریکا مانند ستم به رنگین‌پوستان اشاره شده است. از سوی دیگر دخالت‌های آمریکا در امور سایر کشورها، جنگ‌افروزی‌ها و همکاری‌ها با صهیونیسم و دولت‌های استعماری موضوعات مهم در تبلیغات سیاسی شوروی هستند. این نوع نگاه به جهان سرمایه‌داری تقریباً در تمام مدت حیات شوروی حاکم بود، اما به فراخور رویدادهایی چون جنگ جهانی دوم، تبلیغات علیه غرب جای خود را به فاشیسم‌ستیزی دادند.

«دخالت‌های مکرر و اقدامات نظامی و اطلاعاتی فراوان در گوشه و کنار جهان علیه دو ابرقدرت جدید موجب التهاب هر چه بیشتر مناسبات می‌شد. روسیه استالینی در این دوران علاوه بر پیگیری سیاست بازسازی کشور، دست به اقدامات سیاسی و نظامی بسیاری می‌زند و ضمن تقویت قدرت نظامی به ایجاد فضایی تبلیغاتی علیه آمریکا و هم‌پیمانان اروپایی آن می‌پردازد» (خاوری‌نژاد، ۱۳۸۸: ۱۳۶).

با روی کار آمدن خروشچف^{۴۵}، سیاست‌های استالین‌زدایی^{۴۶} آغاز شد و گشایش بیشتری در فضای ادبی و هنری اتفاق افتاد. «سخنرانی تاریخی خروشچف و گزارش در باب کیش شخصیت و عواقب آن^{۴۷} در بیستمین کنگره حزب کمونیست در تاریخ ۲۵ فوریه سال ۱۹۵۶م. و اعتراض صریح به سال‌ها تصفیه و کشتار بزرگان شوروی توسط استالین و اعاده حیثیت از بسیاری از آن‌ها و هم‌چنین انتقاد از "کیش شخصیت" استالین به نقطه عطفی در تاریخ حزب تبدیل شد و پس از دهه‌ها افشا گردید، لنین نیز به علت اخلاق نامناسب او، خواهان حذف وی از ساختار رهبری و قدرت در حزب کمونیست بود. استالین‌زدایی از شوروی شامل اقداماتی مانند پایان دادن به اردوگاه‌های کار اجباری (گولاگ) بود. [...] همچنین شرایط زندان‌ها در شوروی بهبود پیدا کرد. کالبد استالین از کنار مقبره لنین در میدان سرخ برداشته شد و به مکانی در نزدیکی دیوارهای کرم‌لین جابجا شد و بسیاری از اماکن نیز تغییر نام دادند» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۱۳۷ و ۱۳۸).

اتحاد شوروی سرمایه‌گذاری در فن‌آوری‌های پیشرفته را آغاز کرد

شد و به مدد پروپاگاندا گاه حتی در مدت زمانی کوتاه‌تر از زمان موعود به ثمر رسید.

«موردی که استالین در آن بیش از هر چیز دیگر شناخته می‌شود و دامنه انتقادات به او را افزایش داد، بحث توسل به سرکوب و ایجاد خفقان سیاسی و تصفیه بسیاری از مقامات ارشد و میانی حزب کمونیست و نهادهای نظامی و امنیتی شوروی بود [...] البته بزرگ‌ترین قربانیان این تصفیه‌ها، نویسندگان و هنرمندان بودند. تصفیه بزرگ^{۴۸} که در سال‌های ۱۹۳۹-۱۹۳۶م. اتفاق افتاد تنها به جسم فیزیکی افراد محدود نمی‌شد و هرگونه یاد و خاطره و اثر ایشان باید محو می‌شد» (خاوری‌نژاد، ۱۳۹۴: ۱۲۶ و ۱۲۷).

نمونه‌هایی از عکس‌های سانسور شده که در آن‌ها تصویر افراد حذف یا بخشی از تصویر تاریخی دست‌خوش تغییراتی شده است، تا به امروز به عنوان سندی از حذف هر گونه اثر از قربانیان تصفیه و البته جعل تاریخ ماندگار شده است. استالین به این امر بسنده نکرد و به جعل تاریخ در جهت افزودن به افتخاراتش دست زد. تروتسکی اشاره می‌کند که استالین یک انقلابی فعال در جریان قیام‌ها نبوده و هیچ شاعر عینی‌ای نیز از وی نام نمی‌برد. اما امروزه استالین محوریتی یافته که در کتاب‌ها و زندگی‌نامه‌ها یا حتی کتاب‌های درسی از وی به عنوان یکی از ستون‌های اصلی انقلاب اکتبر یاد می‌شود.

یکی از نقاط سیاه پرونده سیاسی استالین، وجود اردوگاه‌های کار اجباری یا گولاگ^{۴۹}ها بود. این اردوگاه‌ها که برای تبعید مخالفان در نظر گرفته شده بود، معمولاً با اردوگاه‌های کار اجباری نازی‌ها برای یهودیان مقایسه می‌شود.

در دوران استالین، جنگ دوم جهانی اتفاق افتاد و پس از نبردی سخت و طولانی سرانجام شوروی، آلمان نازی را مغلوب ساخت و بدین ترتیب دوران تازه‌ای در تاریخ شوروی و حتی جهان آغاز گشت: «این پیروزی، موجبات توسعه‌طلبی روزافزون استالین پس از جنگ را فراهم می‌کند. با بستن پیمان ورشو^{۴۸} و تشکیل بلوک شرق^{۴۹} مرزهای شوروی اکنون به‌طور مجازی تا برلین شرقی^{۵۰} می‌رسید. بلوک شرق شامل کشورهای پیمان ورشو به علاوه یوگوسلاوی و آلبانی می‌شد و شوروی را به ابرقدرتی جدید تبدیل می‌کرد» (خاوری‌نژاد، ۱۳۸۸: ۱۲۹).

شوروی چند سال پس از آمریکا در سال ۱۹۴۹م. به قدرت اتمی دست یافت و از این پس اصطلاح موازنه وحشت^{۵۱} که در سال ۱۹۵۵م. توسط لستر پیرسون^{۵۲} سیاست‌مدار کانادایی مطرح شد به جای موازنه قدرت^{۵۳} به کار رفت چرا که جهان دیگر از دو قطب متخاصم که هر دو سلاح اتمی در اختیار داشتند بیش از پیش هراس داشت. برای توصیف جنگ و رقابت دائمی میان دو ابرقدرت شرق و غرب در تمامی حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، هنری و ...

سوسیالیستی بود و شخصیتی متفاوت از سایر رهبران این کشور نشان داد. در سال ۱۹۸۵ جانشین چرنکو شد و به عنوان فردی اصلاح طلب تحولاتی عمیق را در جامعه، دولت و نظام حکومتی شوروی ایجاد کرد. [...] او رهبری برژنف را پایین ترین سطح سوسیالیسم توصیف کرد [...] وی در کنگره بیست و هفتم حزب کمونیست در فوریه ۱۹۸۶ برنامه اصلاحی خود را تحت چهار عنوان گلاسنوست^{۶۶}، پرستویکا^{۶۷}، دموکراتیزاسیا^{۶۸} و در انتها اوسکورنیه^{۶۹} مطرح کرد (خاوری نژاد، ۱۳۹۴: ۱۵۱). در دوره گورباچف روابط با غرب افزایش یافت و مفهوم آزادی های مدنی تغییر کرد. نیروهای شوروی سرانجام در سال ۱۹۸۹ خاک افغانستان و هم چنین مغولستان را ترک کردند. از اتفاقات مهم دوره او فروپاشی بلوک شرق در سال ۱۹۸۹ بود. فروریختن دیوار برلین به مدد تبلیغات غرب، به یکی از نقاط عطف تاریخ و نمادی از پیروزی آزادی خواهی در کشورهای سوسیالیستی بدل شد و مسلماً تمامیت ارضی شوروی را نیز تحت تاثیر قرار داد. «منظور او از دموکراتیزاسیا ایجاد شرایطی برای حضور چند نامزد و نه چند حزب در انتخابات محلی حزب کمونیست و شوراها بود تا در نتیجه آن احتمال ورود افراد جوان تر اصلاح طلب به درون ساختار حزب بیشتر شود» (خاوری نژاد، ۱۳۹۴: ۱۵۵).

اما با اجرای سیاست های اقتصادی گورباچف، بهبودی در وضعیت اقتصادی شوروی حاصل نشد. تندرهای شوروی در اعتراض به سیاست های اصلاحی او در آگوست ۱۹۹۱ به کودتایی نافرجام دست زدند. این کودتا سه روز گورباچف را در حبس خانگی نگاه داشت اما با حمایت های مردمی کودتا پایان یافت. گورباچف پس از کودتا به تصفیه سیاسی دست زد، اما چندی نگذشت که استعفای خود را اعلام کرد و به این ترتیب فروپاشی شوروی سوسیالیستی اتفاق افتاد و حیات سیاسی این کشور پایان یافت.

تبلیغات سیاسی پوسترها و اقتضای زمانه

تبلیغات سیاسی مانند تمامی صورت های بروز توتالیتراریسم در هنر، به فراخور زمانه تغییر می کند. در هنگامه انقلاب و در سال های نخست حکومت سوسیالیستی، درون مایه پوسترها معطوف به جهان بینی بلشویکی، شور و خشم انقلابی، بیان نفرت از درباریان، زمین داران و کشیشان بود. از سوی دیگر بحران قحطی که از سال ۱۹۰۵ و آغاز جنگ روسیه تزاری با ژاپن، در برخی نقاط روسیه مردم را به ستوه آورده بود و بر آتش مخالفت ها دامن می زد، تا سال های پیش از انقلاب هم چنان دامن گیر مردم بود.^{۷۰} لنین و یارانش دلیل این قحطی را در احتکار محصولات توسط کولاک^{۷۱} ها و سودجویی آن ها می دانستند و به تبع پوستهای بسیاری با مضمون گرسنگی فراگیر منتشر می شد.

مفهوم مخالفت با طبقه اشراف، درباریان و کشیش ها پس از قدرت گرفتن بلشویک ها و محکم تر شدن پایه های حکومت سوسیالیستی، صورتی کلی تر نیز به خود رفت و نوک پیکان انتقاد اکنون به سوی

و در ۴ اکتبر ۱۹۵۷ م سفینه فضایی اسپوتنیک ۱ [یک]^{۵۸} را به فضا فرستاد. شوروی موفق شد در سال ۱۹۶۱ نخستین انسان (یک مرد به نام یوری گاگارین^{۵۹}) را به فضا بفرستد. شوروی هم چنین در سال ۱۹۶۳ افتخار فرستادن نخستین زن فضانورد والتینا ترشکووا^{۶۰} را با ماموریت فضایی ووستوک ۶^{۶۱} از آن خود کرد. رقابت سنگینی بین آمریکا و شوروی در گرفته بود و شوروی اکنون مدعی یکه تازی در عرصه علم نیز بود. از دیگر حوادث این دوره تشکیل بلوک شرق در اروپا بود. «شوروی در شرق اروپا، میان خود و غرب، کشورهای حائل ایجاد کرد که به دولت های اقماری معروف بودند و در حکم ضربه گیری در زمان بحران های سیاسی و نظامی عمل می کردند» (خاوری نژاد، ۱۳۹۴: ۱۴۰).

خروشچف در پی یک کودتای درون حزبی به رهبری لئونید برژنف^{۶۲} برکنار شد. برخی دوران زمامداری برژنف را دوران فساد و رکود می نامند. «البته برخی بر این باور بودند که به علت ارتقای استانداردهای زندگی، افزایش امنیت اجتماعی و کاهش نابرابری اجتماعی می توان دوران برژنف را از موفق ترین اعصار در شوروی دانست، اما روی هم رفته دوران زمامداری وی در شوروی به محل بحث و مجادله تبدیل شد. بسیاری بر این باورند که هزینه های نظامی و سرمایه گذاری های کلان بر روی پروژه های فضایی که در مقابل، موجب کاهش هزینه برای ارائه خدمات دولتی به مردم می شد، موجب کاهش رفاه و هم چنین بروز مشکلات ساختاری عمیق در اقتصاد شوروی شد» (همان: ۱۴۲). از دیگر اقدامات مهم او اعزام نیروی نظامی به افغانستان در سال ۱۹۷۹ و آغاز جنگی ۹ ساله برای حفاظت از حکومت مارکسیست لنینیستی جمهوری دموکراتیک افغانستان در برابر مجاهدین بود. نیروهای به ظاهر اسلام گرای مجاهدین از سوی غرب و آمریکا حمایت می شدند و سرمنشاء گروه های تروریستی چون القاعده شدند. در آن دوران حکومت افغانستان سوسیالیستی بود و بنابراین از حمایت اتحاد جماهیر شوروی بهره مند بود. آندروپوف^{۶۳} پس از مرگ برژنف به رهبری برگزیده شد و برای اصلاحات سیستم دیوان سالاری شوروی تلاش کرد، اما تلاش هایش به نتیجه چشم گیری منجر نشد. در ادامه، دوره چرنکو^{۶۴} نیز ادامه رکود اقتصادی و نارضایتی در جامعه بود.

در این دوران تبلیغات غرب و رسانه های جمعی سرمایه داری نیز شدت گرفت. برای مثال تبلیغات گسترده غرب مبنی بر دخالت نظامی شوروی در افغانستان کارگر افتاد و تحریم المپیک مسکو در ۱۹۸۰ از سوی ۶۶ کشور که حاضر نبودند زیر بیرق سرخ کمونیسم دیده شوند (به استثنای چند کشور با دلایل سیاسی دیگر) مؤید این مطلب است. در دوران آندروپوف در پاسخ به تحریم المپیک مسکو، بازی های دوره بعد در سال ۱۹۸۴ آمریکا تحریم شد. آوازه رکود اقتصادی و اغراق در وضعیت معاش مردم شوروی نیز به موضوعی عمده در تبلیغات غرب بدل شد.

«میخائیل گورباچف آخرین رهبر اتحاد جماهیر شوروی

پیوستن به این طرح‌ها تشویق می‌کنند، رویکردی مشابه پوسترهای کالخورز اتخاذ شده است و گاه توسعه صنعتی و کشاورزی در قالب اعداد و ارقام بر روی پوسترها منعکس شده است. نکته جالب توجه دیگر در پوسترهای دوران استالین، نوشته‌های بیشتر بر روی اعلان‌هاست که به دلیل گسترش سوادآموزی پس از انقلاب امری بدیهی است.

با بروز جنگ جهانی دوم و لزوم اعزام نیرو به نبرد با آلمان‌ها، بر موضوعات وطن‌پرستانه تاکید شد و وطن به شکل مادری جدی با جامه‌های سرخ رنگ در پوسترها جلوه‌گر شد. روس‌ها که میهن خود را سرزمین مادری^{۷۳} می‌خواندند و بر این نبرد جنگ مقدس^{۷۴} یا جنگ میهن‌پرستانه کبیر^{۷۵} نام نهاده بودند، به جبهه‌ها می‌شتافتند و در دوران جنگ جهانی دوم پس از تحمل مصایب فراوان، موفق به شکست آلمان نازی شدند. لزوم تقدیر از آن‌ها، تشویق سربازان، غرور ملی و یادمان جان‌باختگان جنگ، دست‌مایه خلق آثار بسیاری از جمله پوستر شد. از آنجایی که، شوروی در جنگ جهانی دوم در جبهه متفقین در کار آمریکا و انگلیس دو کشور قدرت‌مند با خطر جهان‌شمول نازیسم می‌جنگید، پرچم دشمنان ایدئولوژیک که در پوسترهای سایر دوره‌ها بر روی لباس یا کلاه شیدان یا حیوانات وحشی دیده می‌شد، اینک در کنار پرچم داس و چکش خودنمایی می‌کرد.

جنگ سرد با پوسترهای بسیاری در نفی وعده‌ها و تبلیغات سرمایه‌داری و اعتراض به سیاست‌های ایالات متحده آمریکا همراه بود. یک دسته از این پوسترها وضعیت وخیم کارگران آمریکایی، نرخ بالای بیکاری، عدم وجود آزادی‌های مدنی موعود و تبعیض نژادی را فریاد می‌زدند و جهان سرمایه‌داری و نمادش، ایالات متحده آمریکا را دروغ‌گو و شاید معرفی می‌کردند و دسته‌ای دیگر سیاست‌های خارجی آمریکا و دخالت‌هایش را در امور کشورهای دیگر به باد انتقاد می‌گرفتند. مسابقات فضایی و افتخارات شوروی در علم هوا و فضا نیز علاوه بر جنبه افتخارآمیز برای کشوری سوسیالیستی، سهمی از تبلیغات جنگ سرد را برای اثبات حقانیت شوروی به خود اختصاص داده بود.

در سال‌های پس از جنگ سرد و واپسین سال‌های حیات شوروی، پوسترها لحن صلح‌طلبانه‌تری به خود گرفتند و موضوعات تغییر کردند. خصوصاً در زمان اجرای سیاست‌های اصلاح‌طلبانه گورباچف (پرستویکا^{۷۶}) موضوع پوسترها دست‌خوش تغییر بزرگی شد، چرا که اکنون اتحاد شوروی خواستار مذاکره با جهان سرمایه‌داری بود. «در سال‌های میانی جنگ سرد بهترین پوسترها به جنگ ویتنام و مسابقه فضایی اشاره داشتند. با آغاز پرستویکا فرصت تغییراتی نسبی در شوروی فراهم شد و در حکم یک نقطه پایان برای جنگ سرد بود که دهه‌ها نیروی سیاست، اقتصاد، هنر و بسیاری از حوزه‌های دیگر را به شدت صرف خود کرده بود» (خاوری نژاد، ۱۳۸۸: ۲۸۶).

کاپیتالیسم و نماینده‌اش ایالات متحده آمریکا یا مرکز مذهبی واتیکان بود. ایدئولوژی انشعابی مارکسیسم-لنینیسم مدعی رهبری و سوق دادن کارگران جهان به انقلابی جهانی بود.

موضوع بازسازی کشور و توسعه عمران و کشاورزی نیز از موضوعات مهم دوران رهبری لنین بودند. کامسامول نیز از ابداعات نظریه‌پردازان مارکسیسم-لنینیسم بود که از نیروی جوان برای بازسازی کشور بهره می‌گرفت و هم‌زمان به ایشان افتخاراتی را اعطا می‌کرد. پیوستن به کامسامول و همکاری در برنامه‌های نوین اقتصادی لنین نیز در دستور کار طراحی پوسترها قرار گرفت. پس از مرگ لنین و رهبری استالین فصل جدیدی در تبلیغات سیاسی شوروی آغاز گشت که به نقطه عطفی در تبلیغات سیاسی تبدیل شد. در دوران استالین، اتحاد جماهیر شوروی با چندین برنامه، چالش و رویداد روبه‌رو شد: تشکیل مزارع اشتراکی (کالخورز) برای توسعه و نوسازی کشاورزی، طرح‌های پنج ساله اول و دوم، جنگ جهانی دوم و آغاز جنگ سرد. تشکیل مزارع اشتراکی مشارکت مردمی را در بیرون راندن کولاک‌ها و تن دادن به روش‌های نوین کشاورزی طلب می‌کرد. پوسترها مردم را به پیوستن به مزارع اشتراکی تشویق می‌کردند و درباره نقش یک فرد در به پیوستن به این طرح اغراق می‌کردند برای مثال تصویر مرد یا زنی که به مزارع اشتراکی می‌پیوست و زمین‌های کشاورزی را از لوث زمین‌داران طمع‌کار و کشیشان نابکار پاک می‌کرد!

طرح‌های پنج ساله اول و دوم^{۷۷} برای تبدیل اتحاد شوروی به یک ابرقدرت اقتصادی ضروری بود. در پوسترهایی که مردم را به



تصویر ۱۱. سیونیسکی، پیروزی برنامه پنج ساله ضربه به سرمایه‌داری است، ۱۹۳۱.



تصویر ۱۲. ویکتور کوزلوف، "دموکراسی" (اشاره به سرکوب جنبش‌های کارگری و دانشجویی چپ در غرب)، ۱۹۷۱.

ارائه تصاویر شاد و اغراق‌آمیز از زندگی مردمان شوروی بود. در این سبک، نمایش هر عنصر بدبینانه یا انتقادی ممنوع است و این امر، وجه تمایز رئالیسم سوسیالیستی با رئالیسم اجتماعی^{۴۴} است. این هنر تبلیغاتی، شباهت نیش‌داری با رئالیسم فاشیستی داشت که هیتلر در هنر آلمان نازی اعمال می‌کرد» (URL2).

ریشه‌های رئالیسم سوسیالیستی را می‌توان در دوران پیش از انقلاب اکتبر و در اندیشه‌های تولستوی نیز جست‌وجو کرد، اما رئالیسم سوسیالیستی در زمان استالین به عنوان یک شیوه مطرح شد و به مثابه سبک مورد تأیید حکومت تا سال‌ها رویه غالب بسیاری از هنرمندان موافق شوروی بود.

«واقع‌گرایی سوسیالیستی دوران استالین که نمود اولیه آن در طرح پنج ساله اول او پدیدار شد، به مدل‌های قدیمی‌تر هنر روآورد و ضمن ستیز با فرمالیسم هنری که نماینده هنر منحن بورژوازی غربی و سرمایه‌داری بود، خواهان متمایز شدن این هنر شد. در واقع مخالفت با شیوه‌های هنری دشمنان عقیدتی شوروی جزئی از سیاست‌های هنری جدید حزب بود و تلاش زیادی شد تمام صور هنری و آموزه‌های مربوط به آن‌ها را چه به صورت نظری و چه در عمل زیر سوال ببرند. از این رو، توجه جریان سیاسی و هنری جدید به گذشته، موجب شد هنرمندان و نظریه‌پردازان آوانگارد روسی به اتخاذ رویکرد نیهیلیستی نسبت به هنر گذشته متهم شوند که مانع از این می‌شد تا پرولتاریا و حزب کمونیست میراث هنری غنی خود را برای تحقق اهداف سیاسی به کار گیرند» (خاوری‌نژاد، ۱۳۸۸: ۷۵۹)

پرتزهایی از رهبران برجسته شوروی با نویدبخشی به آینده‌ای روشن، صحنه‌هایی از کار و زندگی روزمره کارگران و کشاورزان، حضور دانش‌آموزان و جوانان در آبادانی کشور، صحنه‌هایی از انقلاب یا دلوری‌های سربازان در جنگ، پیشرفت‌های علمی به‌ویژه دستاوردهای نظامی و فضایی، همکاری اقوام گوناگون اتحاد جماهیر شوروی و نیز مشارکت بالای زنان، از موضوعات محوری نقاشی در شوروی بودند.

«نگاه حاکم بر هنرهای تجسمی در شوروی، به‌ویژه نقاشی، بر این اساس بود که زندگی پدیده‌ای مستمر و دست‌خوش تغییرات همیشگی است و بنابراین اصطلاح تحول انقلابی، نمود هنری خود را نه در نمایش صرف واقع‌گرایانه امور و موضوعات که در این صورت به عنوان برداشتی طبیعت‌گرایانه از واقعیت‌ها محکوم می‌شد، بلکه در درک کلیت تحول تاریخی و کشف نشانه‌های کمونیسم در جهان پیش‌رو می‌یافت. پس همان‌طور که مشاهده می‌شود نقاشان مشابه نویسندگان موظف به نمایش جنبه انقلابی و تکاملی هستی بودند» (همان: ۷۶۳).

از ویژگی‌های بارز و مشترک در تمامی این آثار می‌توان به

اصلاحات گورباچف البته رویکرد پوسترها را تغییر داد و البته دیری نپایید که زمینه فروپاشی شوروی را فراهم آورد و سرانجام در سال ۱۹۹۲ حیات سیاسی این کشور به پایان رسید.

هنگامی که هنر وقف تبلیغات سیاسی می‌شود و هنرمند به مبلغ اهداف سیاسی تبدیل می‌شود، گونه جدیدی از هنر رخ می‌نماید. «واژه آژیت‌پراپ^{۴۷} از ترکیب دو واژه پروپاگاندا و آژیتاتسیا^{۴۸} در سال ۱۹۲۰ به‌وجود آمده است. از آن زمان به بعد در اتحاد شوروی همواره و همه‌جا به چشم می‌آمد. از پوستره‌های تبلیغاتی و کتاب‌ها گرفته تا شعارهای درشت روی قطارها و ماشین‌های بزرگ. در سال‌های نخست انقلاب هنرمندان آوانگارد معمولاً در پروژه‌های تبلیغات سیاسی شرکت می‌جستند و گه‌گاه به طراحی پوستره‌های آژیت‌پراپ دست می‌زدند. [...] امروزه این اصطلاح برای توصیف هر نوع ابراز و تظاهرات فرهنگی با اهداف سیاسی آشکار به کار می‌رود» (URL1).

«در شوروی نوعی از تبلیغات سیاسی که به آن تبلیغات تهییج‌کننده یا آجیت پراپ (آژیت پراپ) می‌گویند نیز معمول بود که از نظریه‌پردازان و مبدعان این شگرد در شوروی می‌توان دو نظریه‌پرداز مارکسیست، گئورگی پلخانوف و ولادیمیر لنین نام برد که هر دو از همکاران و نظریه‌پردازان اولیه در شوروی بودند. این عبارت در دفتر تهییج و تبلیغات سیاسی^{۴۹} ابداع شد که بخشی از کمیته‌های مرکزی و منطقه‌ای حزب کمونیست اتحاد جماهیر شوروی^{۵۰} بود و بعدها به دفتر جهان‌بینی^{۵۱} تغییر نام پیدا کرد» (همان: ۳۶ و ۳۷).

یکی از شخصیت‌های فعال در آژیت‌پراپ، ولادیمیر مایاکوفسکی بود. او هم در برخی سروده‌های سیاست‌های روز شوروی را می‌ستود و هم در طراحی پوستر به تشویق و تهییج کارگران می‌پرداخت. آژیت‌پراپ خود به یک رویکرد هنری-سیاسی بدل شد و تیراژ بالای پوسترها نیز این ژانر را تاثیرگذارتر ساخت.

آژیت‌پراپ، هنر را به ابزاری در خدمت سیاست بدل می‌کند و از بیان این امر نیز ابایی ندارد. در واقع به نقش خود به عنوان منادی ایدئولوژی برای جامعه می‌بالد. تکنیک‌های ساده و اشکال هندسی و گزینه رنگی محدود و کنتراست رنگی بالا، از مشخصات بصری پوسترهای آژیت‌پراپ هستند. آژیت‌پراپ معمولاً حاصل کار گروهی چند هنرمند بود و به نتیجه‌ای تاثیرگذار و دیدنی منجر می‌شد.

یکی از سبک‌های رایج در هنر شوروی خصوصاً در دوران استالین، رئالیسم سوسیالیستی^{۵۲} بود. «رئالیسم سوسیالیستی نوعی واقع‌گرایی نوین بود که در شوروی دوران به قدرت رسیدن استالین در ۱۹۲۴ به‌وجود آمد. مشخصه این سبک، خلق تصاویر خوش‌بینانه از زندگی در شوروی بود که با سبکی رئالیستی ترسیم می‌شد. دکترین این سبک توسط ماکسیم گورکی^{۵۳} در کنگره نویسندگان شوروی در سال ۱۹۳۴ مطرح شد. در نقاشی نمود رئالیسم سوسیالیستی،

خودتان سرزندگی و جهش پنهان انقلاب اجتماعی را بنگرید؟ به دیوارنگاری‌های ریورا بنگرید. می‌خواهید بدانید هنر انقلابی چه شکلی است؟ به دیوارنگاری‌های ریورا بنگرید» (همان: ۱۰۴).

معمولاً رئالیسم سوسیالیستی را نماینده هنر شوروی می‌دانند، حال آن‌که روسیه شوروی بهره‌مند از میراث ارزشمند هنرمندان پیش‌رو، حتی پیش از انقلاب نیز آستان سبک‌های جدیدی در هنر مدرن بود. هنرمندان پرشور بر آن بودند تا تجربیات جدیدی را ثبت کنند و در عین وام‌داری از جنبش‌های هنری شورانگیز در غرب، ماهیتی روسی نیز بدان بیفزایند. برخی آثار به جای مانده از هنرمندان پیش‌روی روس در زمره بهترین کارهای نماینده مکاتب مدرن و پست‌مدرن قرار دارند.

هنرمندان روس در سال‌های واپسین پیش از انقلاب، به نوآوری‌ها و تجاری‌دست زدند که از جمله آن‌ها می‌توان به سبک‌های ریونیسم^{۹۱}، سوپره‌ماتیسسم^{۹۲}، کانستراکتیویسم^{۹۳} و فوتوریسم^{۹۴} اشاره کرد. در این میان، سبک فوتوریسم تأثیر به‌سزایی در طراحی پوسترها برجای نهاد و البته دیدگاه کانستراکتیویستی جز تأثیرات شگرف در معماری و مجسمه‌سازی، الهام‌بخش طراحی پوستر هم بود.

سوپره‌ماتیسسم یا والاگریایی یک جنبش هنری مدرن بود که از فرم‌های ساده هندسی و رنگ‌های ابتدایی و اصلی بهره می‌گرفت. هنر روسیه در واپسین سال‌های حکومت تزارها درگیر تحولی عظیم بود، دگرگونی‌های اجتماعی و بحران‌های معاش روزانه، اعتقادات مردم را سست کرده بود. هربرت رید ریشه جنبش‌های پیشتازی چون ریونیسم و سوپره‌ماتیسسم را دقیقاً در همین اوضاع نابسامان سیاسی جست‌وجو می‌کند: «در زیر این تنش‌های اجتماعی و سیاسی، بیماری گسترده‌تر و ریشه‌دارتر تمدنی نهفته بود که سریعاً اطمینان‌جویی را از دست می‌داد. مسیحیت بی‌هیچ درنگی راه زوال می‌پیمود، و فلسفه‌هایی که به گونه‌ای توانستند جانشین آن شوند با تأکیدی که بر تغییر و تحول، آیین کثرت و برگشت ابدی می‌کردند، فضایی از تغییرات پی‌درپی و ناپایداری آفریدند، واکنش مستقیم هنر در برابر چنین فضایی، دوری از عناصر ارگانیک، زیستی، طبیعی و حرکت در جهت انتزاع است»^{۹۵} (رید، ۱۳۶۲: ۳۷۴).

«کازیمیر مالوویچ^{۹۶} یکی از کارکشتگان گروه سرباز خشت^{۹۷}، در کنار لاریونف و گنچاروا با ترکیب‌بندی‌های جافتاده‌اش همیشه پیش‌تاز بود. در ۱۹۱۵ او مکتب هنری خودش را شکل داد و نام آن را سوپره‌ماتیسسم نهاد» (کریگان، ۱۳۸۷: ۱۲۸) مالوویچ، پایه‌گذار سوپره‌ماتیسسم، این جنبش را این‌گونه تعریف می‌کرد: «آن‌چه را که من سوپره‌ماتیسسم می‌نامم برتری احساس ناب در هنر خلاق است. پدیده‌های بصری دنیای عینی در نظر هنرمند سوپره‌ماتیسست به خودی خود بی‌معنی‌اند و آن‌چه معنی دارد احساس است، آن هم احساسی کاملاً مجزا از محیطی که آن را موجب شده باشد»

چهره‌های شاداب و خندان، مزارع حاصل‌خیز یا کارخانجات فعال و پر از نیروی کار، بدن‌های ورزیده و سالم، حضور دوشادوش زن و مرد، مشارکت تمامی ملیت‌های شوروی در سازندگی و عدم تفاوت میان طبقات گوناگون اجتماعی اشاره کرد. به‌کارگیری نمادهای ملی چون لباس‌های محلی اقوام، نمادهای سوسیالیستی و رنگ قرمز در آثار تجسمی این دوره به چشم می‌آمد. روی هم‌رفته، روح شادی، امید و نیروبخشی در این آثار موج می‌زد، اما اهمیت اثرگذاری و شعارزدگی بر مخاطب در این آثار به حدی بود که زیبایی‌های هنری و تکنیکی آن را تحت‌الشعاع قرار می‌داد و بیشتر شعارگونه و تبلیغاتی قلمداد می‌شد.

در هنر واقع‌گرای سوسیالیستی مخاطب اهمیت ویژه‌ای داشت و تمامی تلاش هنرمند متأثر ساختن وی بود. مخاطب‌گرایی و کلیشه‌های رایج در رئالیسم سوسیالیستی از ویژگی‌های بارز این ژانر هنری بود که از دیدگاه بسیاری از منتقدان مبتذل خوانده می‌شد: «کلمنت گرینبرگ^{۹۸} منتقد هنری مشهور آمریکایی در مقاله تأثیرگذاری به نام "آوانگارد و بنجل"^{۹۹} ضمن اشاره به هنر واقع‌گرای سوسیالیستی و منتسب کردن آن به فرهنگ توده که از نظر وی بنجل بود، به این امر اشاره می‌کند که این هنر توده‌ای بنجل درصدد بهره‌برداری از تأثیرات هنر است. بنابراین وی در اقدامی که پیش‌بینی آن چندان هم دور از انتظار نیست، هنر واقع‌گرای سوسیالیستی استالینی را به همراه سایر صور هنری نظام‌های تمامیت‌خواه، هم‌سطح هنر توده‌ای تجاری غربی دانست که هدف هر دو به‌طور صرف، گذاشتن حداکثر تأثیر بر مخاطب بود» (همان: ۷۶۱).

تروتسکی نیز در نوشته‌هایش در تبعید، اشاراتی به دیدگاهش درباره هنر داشت و درباره مفهوم هنر انقلابی در شوروی به هیچ‌عنوان خوش‌بین نیست. تروتسکی، هنر دوران استالین را با روح سوسیالیسم واقعی در تعارضی جدی می‌دید و درباره رئالیسم سوسیالیستی در نامه به خوانندگان پارتیزان ریویو چنین نوشت: «سبک نقاشی شوروی امروز را رئالیسم سوسیالیستی نامیده‌اند. خود این نام آشکارا اختراع کارگزاران اداره هنر است. این رئالیسم تقلید ساده‌انگارانه داکروتایپ نیمه دوم سده پیش است و سوسیالیسم‌اش آشکارا نمایشی است به همان صورتی که در عکاسی خودنمایانه شاهدش هستیم یعنی نمایش رویدادهایی که هرگز اتفاق نیافتاده‌اند. [...] هنر دوره استالین به عنوان سراسرترین بیان افول ژرف انقلاب پرولتری در تاریخ باقی خواهد ماند» (تروتسکی، ۱۹۳۸: ۱۰۳).

تروتسکی که از دوستان دیه‌گو ریورا^{۹۸} و فریدا کالو^{۹۹} نیز بود، هنر دیه‌گو ریورا را ستود و آن را هنر انقلابی راستین خواند: «در زمینه نقاشی، انقلاب اکتبر، بزرگ‌ترین مفسران‌اش را نه در شوروی بلکه در مکزیک دور دست و نه در میان دوستان رسمی، بلکه در شخص معروف به دشمن مردم که بین‌الملل چهارم مفتخر به همراهیش است، یافته. دیه‌گو ریورا ... می‌خواهید با چشمان



تصویر ۱۳. پرزوفسکی، به افتخار کاپ.اس.اس.۱ ماموریت‌های فضایی وودستاک ۱ وودستاک ۲ وودستاک ۳، ۱۹۶۲.

(پاکباز، ۱۳۶۹: ۵۲۴).

شبهه مدرسه باهاوس آلمان می‌شد (که سال‌ها بعد تشکیل شد). اما این آرمان‌خواهی دیری نپایید و با اختلاف نظرات و جدل‌های میان هنرمندان به فراموشی سپرده شد.

فوتوریسم جنبشی انقلابی بود که از عصیان‌گری صرف فراتر رفت و راهی به تحقق رویای انقلاب گشود و در ادامه، مسیری پرافتخار را پیمود. جوانان روسی که مشتاقانه جریان‌های هنری غرب را دنبال می‌کردند و حتی در شناخت هنرمندان نوگرای فرانسوی از جوانان اروپایی نیز پیش‌روتر بودند، از مدرنیسم الهام می‌گرفتند و تفسیر روسی خود را در آثارشان ارائه می‌دادند. آن‌ها فوتوریسم را نیز از هنر مدرن غرب وام گرفتند و با نبوغ هنری خود، آن را تکامل بخشیدند. «در ۱۹۱۴ مارینتی به روسیه رفت و با سخنرانی‌هایش در مسکو و سنت پترزبورگ اثراتی ژرف برجای نهاد. از آن پس کوبیسم و فوتوریسم از اقبالی شایان در هنرکده‌های مسکو برخوردار شدند. بسیاری از هنرمندان با کاندینسکی در مونیخ تماس داشتند» (پاکباز، ۱۳۹۲: ۵۲۳).

فوتوریست‌های ایتالیایی شیفته سرعت بودند و سیمای شهرها را برای زندگی ماشینی امروز نامناسب قلمداد می‌کردند.^{۱۱} جوانان فوتوریست ایتالیایی یا قربانی جنگ جهانی اول شدند یا در مسابقات اتوموبیل‌رانی جان سپردند. اما جنبش فوتوریسم در روسیه که تحت‌تأثیر بیانیه‌های آنان آغاز شد، مسیری درخشان و تاریخ‌ساز را پیمود. دیری نگذشت که فوتوریسم روسی خصوصیات منحصر به فرد یافت و در گیرودار جو ملت‌هت‌جامعه روسیه آن دوران، صورتی فراتر از یک جنبش نوگرای هنری به خود گرفت و به بخشی از تبلیغات سیاسی و لاجرم ابزاری قدرتمند در سیاست تبدیل شد.

«انقلابی‌ترین نگرش نسبت به جهان مدرن و مقتضیات و خصوصیات آن در جنبش فوتوریسم در ایتالیا، در پیش از جنگ جهانی اول ظهور کرد. بانیان و پدیدآورندگان این مکتب فکری و هنری خواستار جهانی بودند که یک‌سره خود را با شرایط جدید به‌وجود آمده در اثر انقلاب صنعتی و ظهور تکنولوژی جدید تطبیق دهد و آن‌چه را که مربوط به گذشته و جهان قبل از صنعت مدرن است، به‌بوته فراموشی یا به عبارتی به زباله‌دان تاریخ بسپرد. [...] بنیان‌گذار این سبک، نویسنده و نقاش ایتالیایی، فیلیپو توماسو مارینتی^{۱۲} بود. وی در سال ۱۹۰۹ در روزنامه معروف فیگارو در پاریس منشور فوتوریسم را منتشر کرد. او در بخشی از این منشور می‌نویسد: ما تاکید می‌کنیم که زیبایی جهان توسط زیبایی جدیدی به نام سرعت غنای فزون‌تری یافته است. این جمله را می‌توان به‌عنوان موضوع اصلی این سبک تلقی کرد» (قبادیان، ۱۳۸۴: ۴۴ و ۴۵).

فوتوریسم روسی بیشتر در ادبیات و البته در هنرهای تجسمی، نمود پیدا کرد: «فوتوریسم که از نظر لغوی نیز معنای آینده‌گرایی داشت، از دهه نخست قرن بیستم در ایتالیا و سپس در روسیه

علاوه بر تغییر در اعتقادات و اندیشه‌های مردم، نمی‌شود تأثیر تحولات فنی و ظهور ماشین‌ها را در زندگی مردم آن‌روزگار نادیده انگاشت و مسلماً زندگی ماشینی بر هنر سال‌های نخستین قرن بیستم بسیار اثرگذار بود: ماشین نماد عام عصر نو است. تصمیم به پذیرفتن همین واقعیت و عواقب آن بود که در سال ۱۹۱۹ گروهی از معماران، مهندسان و نقاشان را که نام سوپره‌ماتیست را بر خود نهاده بودند در مسکو گرد هم آورد.

«آن‌چه اعضای این گروه را متحد می‌کرد، رئالیسم‌ستیزی بود که نخست به شکل شورشی ساده علیه نقاشی سه‌پایه‌ای که در نظر آنان اصطلاحی خاص دوران ماقبل صنعتی به‌شمار می‌رفت، متجلی گردید. وسیله جدید کار، نه رنگ، بلکه فولاد شد؛ روش جدید، نه کمپوزیسیون بر روی سطحی صاف، بلکه ساختمان در فضا گردید. شکلی که به دست می‌آمد الزاماً هماهنگ یا زیبا نبود، بلکه دینامیک و شبه‌کارکردی بود. یعنی کار هنر این شد که خصوصیات بیانی یک ماشین کارآمد را به خود بگیرد و داشته باشد. اگر به گفته مشهور لوکوربوزیه^{۱۳} خانه، ماشینی برای زندگی کردن در آن می‌بود^{۱۴}، کار هنری سوپره‌ماتیستی را می‌توان ماشینی برای زندگی کردن به همراهش نامید. [...] سال‌های پیش از انقلاب (۱۹۱۷-۱۹۱۳) سال‌های اقدام مشترک علیه آکادمیسم استقرار یافته نظام کهن بود؛ سال‌های پس از انقلاب، دوران گسترش، پیروزی، تبلور و جدایی بود. این مرحله دوم با برگزاری نخستین نمایشگاه هنر روسیه در سال‌های پس از انقلاب در برلین به سال ۱۹۲۲ پایان یافت» (رید، ۱۳۶۲: ۳۷۵).

آثار نقاشی سوپره‌ماتیستی مملو از سطوح هندسی بی‌بُعد و خطوط ساده است و به جنبش آلمانی داستیل^{۱۵} شباهت بسیاری دارد. مالوویچ خود در این باره می‌گفت: «تنها زمانی خلوص ترکیب‌بندی یک نقاشی را می‌توان دید که اشارات طبیعت‌گرایانه، مریم مقدس و برهنگان بی‌شرم و حیا از صفحه نقاشی حذف شده باشند» (کریگان، ۱۳۸۷: ۱۲۸).

در آن زمانه پرآشوب، گفتمان رایج میان روشنفکران، رابطه هنر و اجتماع بود. پس از پیروزی انقلاب اکتبر، هنرمندان سوپره‌ماتیست کوشیدند انقلاب را به حوزه‌های آموزشی بکشانند. البته جمع کردن انقلاب و دانشگاه ناممکن می‌نمود، چون انقلاب همواره ماهیتی خودبه‌خودی و آشوب‌گرانه دارد، اما دانشگاه‌ها و آکادمی‌ها در بطن خود صلب و نظام‌مند هستند و همواره در مواجهه با موج تغییرات ایستادگی می‌کنند. البته هنرمندان انقلابی در نخستین روزهای پیروزی انقلاب، به برکناری اعضاء و ماموران آکادمی امپراتوری دست زدند و مؤسساتی جدید را به نام کارگاه‌های هنر بنیان نهادند. ایشان بر آن بودند که به کانونی آرمانی برای هنر دست یابند که در صورت تحقق، قطبی هنری

ارتودوکسی روسی دوری می‌جست. ساختارگرایی سبکی انقلابی بود اما در مواردی مغلوب سنت شد: «سال‌های ۱۹۱۹ تا ۱۹۲۲ با بحث‌های تند همراه گشت. خود هنرمندان انقلابی شاخه‌شاخه شدند و تاتلین، رودشنکو [روچنکو] و استپانوا بر ارتودوکس-اندیشی ایشان اعتراض کردند؛ ولی گابو و پهوسنر یک‌پارچگی آرمان‌های هنری خویش را هم‌چنان حفظ کردند. در سال ۱۹۲۰ بیانیه‌های جداگانه‌ای انتشار دادند. بحث میان اینان تا یکی دو سال دیگر ادامه یافت، ولی تردیدی نبود که نفوذ پرتوان حزب، به نفع کدام گروه تمام خواهد شد. نفوذ در چنین موردی، به معنای اقدام بود. پهوسنر، گابو و هنرمندان وابسته به ایشان از عضویت در شورای مرکزی هنرمندان محروم شدند، و معنی این کار محروم شدن ایشان از دست‌یابی به هر گونه امکانی برای تامین زندگی از راه فعالیت‌های هنری بود. ایشان می‌توانستند از دو راه تمکین و تبعید یکی را برگزینند. گابو و پهوسنر تبعید را برگزیدند. تاتلین و رادشنکو [رودچنکو] در شوروی ماندند، ولی تردید است در این که سرنوشتی بهتر از گابو و پهوسنر داشته یا غیرمارکسیستی باشند. زیرا فاتح واقعی در این کشاکش، هیچ شکلی از هنر انقلابی اعم از مارکسیستی نبود، بلکه آکادمیسم بورژوازی سده نوزدهم بود» (رید، ۱۳۷۱: ۳۷۷)

کانستراکتیویسم شاید در نگاه نخست جنبشی مدرن و مشابه سبک‌های انتزاعی دیگر چون پوریسم^{۱۴} یا کوبیسم^{۱۵} دانسته شود اما با نگاهی ژرف‌تر می‌توان تفاوت آن را با همتایان غربی خود درک کرد: «بیشتر و بخش اعظم هنری که اختصاصاً مدرن نامیده می‌شود، ماهیتی اعتراضی دارد؛ این هنری منحط نیست بلکه واکنشی منفی در برابر انحطاط تمدن ما، به ویژه سنت‌های آکادمیک مرده آن تمدن است. اما هنر آنتوان پهوسنر و نائوم گابو مثبت و پیامبرانه است و از ورای تشنج‌ها و تکان‌ها مستقیم روزگار ما به دورانی می‌نگرد که در آن، فرهنگ تازه‌ای بر پایه بینش مثبتی از زندگی، به هنری متناسب عظمت خودش نیاز خواهد داشت و آن را به عرصه زندگی فراخواهد خواند» (همان: ۳۸۹).

کانستراکتیویسم رابطه هنرمند مدرن روس با جامعه است، هنری که با وجود انتزاع از فرم و صورت ظاهری از واقعیت جامعه به دور نیست: «اگر هنر تماماً محصول شرایط محیط نباشد، و بیان یک اراده فردی باشد، پس چگونه می‌توان مشابهت عجیب آثار هنری را در دوره‌های مختلف تاریخ توضیح داد؟» (همان: ۲۲۳). برای مثال پوستری از ال لیسیتسکی^{۱۶} به نام سفیدها را با گوئه سرخ بزن! در سال ۱۹۱۹ منتشر شد که برخی آن را در رده کانستراکتیویسم روسی جای می‌دهند. این پوستر با پیام بصری صریح، با گوئه سرخ و نوک‌تیز که به جان دایره سفید افتاده است، شکست طرفداران تزار (منشویک‌ها) را در برابر سرخ‌ها (بلشویک‌ها) در جنگ‌های داخلی روسیه تصویر می‌کند و با به کارگیری نوشته‌ها برای تاکید بیشتر، دیگر جای ابهامی برای

شکل گرفت. محورهای اصلی این مکتب ادبی عبارت بودند از: عصیان‌گری، روحیه انقلابی و تحول‌خواهی، جهان‌بینی آنارشستی، نفی سنت‌های فرهنگی موجود، تلاش برای خلق هنری که راه به آینده ببرد، نفی ساختارهای زبانی موجود و درهم‌شکستن قالب‌های شعری مانوس» (محمدی، ۱۳۹۱: ۱۶۷). فوتوریست‌های روسی برخلاف همتایان ناکام ایتالیایی خودشان، تأثیری شگرف بر هنر زمانه خود بر جای نهادند و هنرشان از کاغذ و ایده فراتر رفت و در میان مردم کوچه و بازار نفوذ کرد. اشعارشان به خاطر سپرده شد و نقاشی‌ها و نمایش‌هایشان در خاطره جمعی مردم کشورشان جاودانه شد. در آن دوران که جامعه روسیه در تب و تاب انقلاب و جنگ داخلی بود، گروهی از جوانان فوتوریست نیز در اندیشه درهم‌شکستن سنت‌های پیشین و برانداختن طرحی نو بودند.

شاعران فوتوریست روس قواعد شعر کهن روسی را درهم‌شکستند و با میراث زیبایی‌شناسی کهن به ستیز برخاستند. فوتوریسم شعر را به میان مردم کوچه و بازار آورد و خطابه‌های پرشور و نمایش‌های عمومی این جوانان که در سراسر کشور نیز سفر می‌کردند، اغلب با جنجال و آشوب و دخالت پلیس همراه بود^{۱۷}.

از چهره‌های مطرح فوتوریسم که هنرش را در خدمت آژیت‌پرپا به کار بسته بود، می‌توان به مایاکوفسکی اشاره کرد. او که هم در زمینه شعر و هم در زمینه طراحی پوستر آثار بارزشی از خود به جای گذاشته بود، تأثیری شگرف بر سایر نویسندگان و هنرمندان چپ‌گرای جهان برجایین‌ها.

غلیان‌های درونی مایاکوفسکی در همراهی با روح آشوب‌گرانه انقلاب، قرار یافت و دست‌مایه خلق آثار پرشور فوتوریستی شد. مایاکوفسکی در طی حیات کوتاه خود آثار متعددی از خود برجای نهاد که اغلب‌شان شاهکار تلقی می‌شوند. «یکی از دلایل گرایش مایاکوفسکی به اندیشه‌ها و آرمان‌های انقلاب کمونیستی، این بود که به گمان او انقلاب می‌توانست نه تنها آزادی اجتماعی، بلکه پالایش روحی و درونی را نیز با خود به ارمغان بیاورد. از این‌رو به مذهب رو آورد، اما بسیار زود از اخلاق محور بودن دین ناامید شد. انسان معاصر به دین و اخلاقیات تازه‌ای نیازمند بود که در گرو دعوت به نفی عشق بورژوازی، شعر بورژوازی و هنر بورژوازی بود» (محمدی، ۱۳۹۱: ۱۷۵).

در ادامه راه جنبش‌های آوانگارد، اختلاف آراء بین هنرمندان سبب شد که تعدادی از هنرمندان راه متفاوتی را در پیش بگیرند و شاخه‌ای جدید را به وجود آورند. کانستراکتیویسم یا ساختارگرایی، نه تنها در نقاشی و پوستر، بلکه در معماری و مجسمه‌سازی نیز جریان‌ساز شد. کانستراکتیویسم در پی قطع ارتباط با فرم‌های آشنا و طبیعت‌گرایانه بود. از سوی دیگر کانستراکتیویسم به روح سوسیالیسم نزدیک‌تر بود و از تمایلات عارفانه و ماورایی

تماشاگر باقی نمی‌گذارد.

بودند و انقلاب اکبر به مثابه تحقق رویایی ایدئولوژیک و امیدی به آینده بهتر (نه تنها برای اتحاد شوروی، بلکه برای تمام کارگران جهان) بود. ارج نهادن به انقلاب اکبر به مثابه رویدادی اثرگذار بر زندگی مردم سراسر جهان و قدمی در مسیر تحقق کمونیسم حقیقی، گامی در جهت آزادی کارگران و زنان، احقاق حقوق ملل تحت ستم و... مضمون پوستهای این رده را دربرمی‌گیرند.

سوپرمانیسم و کانستراکتیویسم هر دو جنبش‌هایی هنری با رویکرد ماشینی بودند و با تحولات معماری و طراحی صنعتی خویشاوندی داشتند.

پوستهای شوروی

در شوروی از پوست در سطح وسیعی برای انتقال پیام استفاده شد. پوستهای دیواری که در مکان‌های عمومی نصب می‌شدند، مخاطبان بسیاری داشتند و از سوی دیگر تیراژ بسیار بالای پوست در شوروی، تاثیرگذاری پیام پوستها را تضمین می‌کرد. در سال‌های نخست انقلاب پوست به نحوی طراحی می‌شد که قابلیت انتقال مفهوم به مخاطب بی‌سواد را داشته باشد. اما با افزایش نرخ سوادآموزی در شوروی پوستها به تدریج پیچیده‌تر می‌شوند. با این حال هم‌چنان برای سهولت خواندن از حروف درشت و خوانا بهره گرفته می‌شود. «در سال‌های ۱۹۳۲ میانگین انتظار پوست، ۳۰ هزار نسخه بود و برخی پوستها در فاصله سال‌های ۱۹۴۱-۱۹۳۵ به تیراژ ۱۰۰ هزار نسخه رسیدند» (خاوری‌نژاد، ۱۳۸۸: ۲۸۳).

پوستهای بسیاری نیز درباره پیشرفت‌های عمرانی و توسعه کشاورزی وجود داشت که آینده‌ای با رفاه بیشتر را نوید می‌داد و گاه در کنار تصویر و شعار اصلی، درباره دستاوردها آمار و ارقام امیدبخش نیز ارائه می‌کرد. انواع طرح‌های عمرانی شامل صنایع نفت و گاز، ذغال‌سنگ، متالورژی، کارخانجات تازه تاسیس، تحولات کشاورزی و صنعتی‌سازی کشور از موضوعات پوستهای اقتصاد سوسیالیستی بودند.

مذهب‌ستیزی

مذهب‌ستیزی در پوستهای شوروی به چند شکل رخ می‌نماید: مخالفت با پاپ یا شخصیت‌های مذهبی و نمایش شخصیت متظاهر و ریاکار کشیشان. در تصاویر دوران انقلاب و سال‌های اولیه تشکیل اتحاد شوروی، کشیشان در کنار کولاک‌ها به فریب‌کاری و مال‌اندوزی مشغول‌اند. مذهب‌ستیزی البته ریشه در فلسفه ماتریالیستی و ترویج نوعی جهان‌بینی در تعارض با جهان‌بینی مذهبی نیز دارد اما علاوه بر این‌ها، دشمنی با کشیشان به عنوان متحدان سلطنت و پاسداران سنت‌های قدیمی دوران تزار وجه سیاسی نیز به خود می‌گرفت. البته موضع‌گیری تند در برابر مذهب در دوران دشوار جنگ جهانی دوم فروکش کرد، که می‌توان دلیل آن را تسلی‌بخشی مذهب در دوران‌های سخت برای توده مردم دانست.

لنین که از تبلیغات سیاسی برای پیش‌برد اهداف انقلاب بهره می‌برد، از پوست به عنوان یک ابزار قدرت‌مند و چشم‌گیر استفاده کرد. «لنین مسئولیت ایجاد اولین ساختار تبلیغاتی سیاسی مدرن را از تمبرهای پستی و رژه‌های روز کارگر در اول ماه مه گرفته تا پیکره‌های یادمانی بزرگ به عهده می‌گیرد. در جریان تبلیغات، بزرگ‌ترین هنرمندان به تبلیغ سیاست‌های دولتی پرداخته، حمایت مردمی را طلب می‌کردند و خواستار تلاش بیشتر بودند که هدف آن قدرت‌بخشی به شوروی بود» (همان: ۲۸۴).

تبلیغات سیاسی در پوستها را می‌توان در دوره‌های تاریخی گوناگون مورد بررسی قرار داد اما از آنجایی‌که برخی مضامین در دوره‌های زمانی گوناگون تکرار شده‌اند، می‌توان پوستها را به تفکیک موضوع نیز واکاوی کرد^{۱۰۶}.

موضوعات محوری در پوستهای شوروی

انقلاب اکبر و دستاوردهای آن

پس از انقلاب اکبر و تشکیل اتحاد جماهیر شوروی و به تبع، تغییر در وضعیت زندگی مردم، لزوم تطابق با شیوه جدید زندگی در کشور سوسیالیستی و توجیه این تحولات و رویدادها احساس می‌شد. در برخی پوستها انقلاب اکبر به مثابه قیامی آزادی‌بخش ترسیم می‌شد و لینن به عنوان شخصیت هدایت‌کننده توده‌های مردم حضور فعالی داشت. پررنگ شدن نقش رهبری در اتحاد شوروی در دوره استالین به کیش شخصیت^{۱۰۸} منتهی شد.

قحطی

در سال ۱۹۰۵، ورود روسیه تزاری به جنگ با ژاپن، سیاست‌های نادرست و طمع کولاک‌ها، باعث گرسنگی فراگیر در بسیاری از نقاط کشور شده بود. این امر شورش‌های مردم گرسنه را دربرداشت که به سرعت سرکوب شد، اما مشکل گرسنگی هم‌چنان پابرجا باقی ماند. لینن و یارانش در این زمینه به دهقانان و کارگران آگاهی‌رسانی می‌کردند و ریشه این معضل را در سودجویی کولاک‌ها می‌جستند. آن‌ها مردم را به انقلابی سراسری فرامی‌خواندند. شورش‌های پراکنده سرانجام به انقلاب اکبر منجر شد. پوستها در این دوران نقشی کلیدی در آگاهی‌رسانی بازی کردند. این پوستها نخستین اعلان‌های انقلابی بودند که پیش از وقوع انقلاب اکبر و در دوران شورش‌ها نقشی کلیدی در جهت‌دادن به اعتراض‌ها و شعله‌ور ساختن آتش خشم مردم داشتند. در این زمان، پوستهایی با مضمون یاری‌رسانی به نقاط دیگر کشور، خطر فراگیر قحطی عمومی، شیدای زمین‌داران و درخواست کمک از مناطق حاصل‌خیزتر منتشر می‌شد.

دستاوردهای انقلاب اکبر گاه عینی و ملموس بودند و در قالب نمایش بهبود زندگی مردم تصویر می‌شدند و گاه دستاوردها آرمانی



تصویر ۱۴. کرشنین و نادژدین، به افتخار نخستین زن فضاورد؛ ۱۹۶۳.

فریب کاری دشمنان

[فریب کاری ارتش سفید و کولاک‌ها/ فریب کاری دشمنان شوروی/

فریب کاری سردمداران جهان سرمایه‌داری]

پیش از وقوع انقلاب اکتبر و در سال‌های نخستین تشکیل اتحاد جماهیر شوروی، موضوع دشمن فریب‌کار معطوف به فریب کاری ارتش سفید (نیروهای طرفدار سلطنت)، فئودال‌های خرده‌پا (کولاک‌ها) و کشیش‌ها (به عنوان مبلغ مذهب به مثابه خرافات دوران سلطنت و متحد سلطنت) بود. از سوی دیگر، در تمام دوران حیات شوروی، تبلیغات علیه سرمایه‌داری ادامه داشت و البته اوج تبلیغات ضد غرب و جهان سرمایه‌داری در سال‌های جنگ سرد اتفاق افتاد. در چندین مورد از تصویرسازی‌های دوران استالین کاریکاتور تروتسکی به عنوان یک فرد خیانت‌پیشه به انقلاب دیده می‌شود. این نوع تبلیغات سیاسی در پوسترها از نوع ضدتبلیغ است.

به فراخور زمانه، تبلیغاتی بر علیه فاشیسم، امپریالیسم آمریکا، صهیونیسم اسرائیل، دخالت‌های نظامی آمریکا در ویتنام و مانند این‌ها نیز موضوع پوسترها بودند. بنا به رویدادهای زمان و سیاست‌های روز پوسترها منعکس‌کننده نظرات و موضع‌گیری‌های حزب کمونیست درباره رویدادهای روز جهان نیز بودند. پس جای شگفتی نیست که در جریان جنگ جهانی دوم و اتحاد نیروهای متفقین علیه خطر فاشیسم، آمریکا و انگلیس (ابرقدرت‌های کاپیتالیست) در کنار شوروی سوسیالیستی به هیولای نازیسم ضربه می‌زدند.

برخی از این پوسترها از مردم مناطق مرفه‌تر درخواست کمک می‌کردند، برخی دیگر وخامت اوضاع را هشدار می‌دادند. در این پوسترها معمولاً مقایسه‌ای میان مردمان قحطی‌زده و محترمی و استخوان‌های پراکنده در بیابانی تفتیده از یک سو، و ثروت‌مندان شکم‌پرآمده و در حال عیش و نوش در کاخ‌های مجلل‌شان از سوی دیگر صورت می‌گرفت. پس از پیروزی انقلاب به رهبری لنین، هنوز مشکل گرسنگی پابرجای بود و پوسترها مشارکت مردمی را در یاری به هموطنان طلب می‌کردند.

وضعیت زنان شوروی

مشارکت زنان دوشادوش مردان در سازندگی کشور از افتخارات شوروی بود و در سبک رئالیسم سوسیالیستی در کنار آسمان همیشه صاف و آبی، مزارع همواره حاصل‌خیز و کارخانجات پرتکاپو، به یکی از کلیشه‌های رایج تبدیل شده بود. تقریباً در تمامی پوسترها، زن و مرد (و حتی در تصویر کردن کودکان، دختر و پسر) در کنار هم به تصویر کشیده شده‌اند. از سوی دیگر، وضعیت بهتر زندگی برای زنان در شوروی، وجود آزادی‌های مدنی و حقوق اجتماعی برابر زنان و مردان موضوع برخی پوسترها در ضدتبلیغ علیه جهان سرمایه‌داری بود. در برخی پوسترها نیز زن کارگر یا دهقان اهل شوروی، به قهرمان و الگویی برای سایر زنان جهان تبدیل شده است. در مواردی نیز قدرت بالای زنان در پیاده کردن سیاست‌های حزب و خنثی‌سازی توطئه دشمنان تصویر می‌شود.

اهمیت کار و تلاش فردی

[عضویت در کامسامول / مشارکت در طرح‌های پنج ساله / مشارکت در مزارع اشتراکی / کار برای آبادانی کشور و تحقق رویای سوسیالیسم و پشت سر نهادن رقبای جهان سرمایه‌داری]

موضوع کار در پوسته‌های شوروی از چند جهت حائز اهمیت بود، نخست آن‌که به طبقه کارگر و انقلابی که به هدف بهبود زندگی آن‌ها به پیروزی رسیده بود، ارج می‌نهاد و دوم آن‌که عمران و آبادانی کشور در دستور کار قرار داشت. در دوران استالین طرح‌های پنج ساله مشارکت مردمی را می‌طلبید و بنابراین پوسته‌های سبک آژیت‌پراپ به تشویق مردم می‌پرداختند. مورد مهم‌تر دستاورد سوسیالیسم در برابر تبلیغات جهان سرمایه‌داری بود که همواره در تلاش برای اثبات عقب‌ماندگی فرهنگی و اقتصادی کشورهای سوسیالیستی بود. رقابت دائمی با آمریکا در زمینه پیشرفت صنعت و تولید بیشتر برای خنثی کردن تبلیغات جهان غرب مبنی بر وضعیت بد معاش مردم در شوروی، به تلاشی مداوم نیاز داشت. از سوی دیگر فراخوان مردم به مزارع اشتراکی (کالخوزها)، که از دیگر ابداعات زمان استالین بود و با سخت‌گیری دنبال می‌شد، و عضویت در کامسامول موضوع بسیاری از پوسته‌های دوران استالین بود. فراخوان مردم گاه در کنار کیش شخصیت استالین و گاه تنها در سیمای پرشور و شادمان دختران و پسران جوان در پوسته‌ها خودنمایی می‌کرد.

شرکت در جنگ

[ترس از زمانی که دشمن به خانه‌های ما حمله کند / مام میهن /

قهرمانی‌های سربازان ارتش سرخ]

پوسته‌های جنگ از نظر موضوع به چند دسته تقسیم می‌شدند: اگر دشمن پیروز شود...: پوسته‌هایی با مضمون مادری روس با فرزندی در آغوش که اکنون آماج حمله دشمنان نازی شده‌اند یا ویرانی‌هایی که فاشیست‌ها به بار خواهند آورد. این پوسته‌ها هم اهمیت ارتش سرخ و شرکت در جنگ را نشان می‌دادند و هم خطری قریب‌الوقوع را در صورت عدم مشارکت مردم گوشزد می‌کردند.

مام میهن: پوسته معروف سرزمین مادری تو را فرامی‌خواند، زنی سرخ‌پوش را نشان می‌دهد که با سیمایی مادرانه اما جدی جوانان را به مشارکت در جنگ و محافظت از میهن فرامی‌خواند. این موتیف بارها در پوسته‌های زمان جنگ جهانی دوم به کار رفته است؛ گاه این مادر سرخ‌پوش نکته‌ای را خاطر نشان می‌کند (درباره خطر فاشیسم، فریکاری امپریالیسم، لزوم رازداری و...)، گاه سربازی به دامنش بوسه می‌زند و گاه از فرزندان دلاورش قدردانی می‌کند.

قهرمانی‌های سربازان ارتش سرخ: رشادت‌های جوانانی که در جنگ در راه میهن ممکن است جان‌شان را از دست بدهند، اما خاطره آن‌ها در ذهن سرزمین مادری‌شان باقی خواهد ماند. تجلیل از این قهرمانان گمنام موضوع بسیاری از پوسته‌ها، نقاشی‌ها و تندیس‌ها بود.

فریب‌کاری سرمایه‌داری از وجه ایدئولوژیک آن نیز موضوعی مهم در تبلیغات سیاسی شوروی است. مقایسه وضعیت کارگران آمریکا و شوروی، بیکاری در غرب، سرکوب جنبش‌های کارگری و چپ‌گرا و... نمود عدم تحقق وعده‌های غرب در تامین رفاه، ناکارآمدی سرمایه‌داری و واهی بودن آزادی بیان در غرب بود.

شمایل رهبر (لنین) و کیش شخصیت (استالین)

این امر ابتدا در چهره‌نگاره‌های لنین در اوایل انقلاب به چشم می‌خورد. تمثال لنین به عنوان یک رهبر و هدایت‌گر معمولاً در کنار خیل عظیم مردم در حالی که با اشاره دستانش راهی را نشان می‌داد، بارها و بارها به اشکال گوناگون تکرار شده است. لنین همواره به عنوان شخصیتی انقلابی و در عین حال روشنفکر در بحبوحه انقلاب، در حال سخنرانی برای مردم، در حال هدایت توده‌ها یا در اتاق کار تصویر شده است. لنین نه تنها به عنوان رهبری انقلابی، بلکه به عنوان روشنفکری تاثیرگذار بر سرنوشت انسان‌های دیگر توصیف شده است. در دوران استالین، تکرار شمایل استالین در کنار لنین، درباره نقش رهبر جدید در پیروزی انقلاب اکتبر بزرگ‌نمایی می‌کرد. در دوران استالین مفهوم کیش شخصیت به اوج خود رسید و تقریباً به نمونه‌ای بی‌سابقه در تبلیغات سیاسی جهان تبدیل شد. استالین با رویی گشاده و پدرانه در کنار مردم زحمت‌کش یا کودکان یکی از موضوعات رایج در پوسته‌های آن دوران بود. گاه استالین در جایگاه رهبری انقلاب و مردم جایگاهی مشابه لنین را می‌یافت. در دوران خروشچف و هم‌زمان با اجرای سیاست‌های استالین‌زدایی، کیش شخصیت نکوهش شد و در نتیجه حضور رهبران در پوسته‌ها کم‌رنگ شد.

پیام‌های اخلاقی

انسان پرورده شوروی می‌بایست جوانی نمونه و سالم می‌بود و از عادت‌های زشت دوری می‌گزید. در پوسته‌هایی که مخاطب آن کودکان و جوانان بودند، خودداری از استعمال دخانیات، مصرف مشروبات الکلی و مخالفت با فحشاء رواج داده می‌شود. در برخی از این پوسته‌ها این عادت زشت، میراث دوران سلطنت تزاری لقب گرفته‌اند. در دوران‌های بعدی در کنار تجلیل از ورزش‌کاران افتخارآفرین اهمیت ورزش و توجه به سلامت بدن نیز به موضوعی رایج در پوسته‌ها بدل شد.

تجلیل از قهرمانان و نامداران شوروی

قهرمانان شوروی عبارت بودند از مبارزان و هم‌زمان دوران انقلاب، فضانوردان، ورزش‌کاران و هنرمندان. پرتره‌های ایشان بر روی پوسته‌ها چیزی فراتر از تجلیل و قدردانی بود. ایشان به عنوان افتخارآفرینان کشور، الگوی سایرین قرار می‌گرفتند و امیدواری و موفقیت در یک جامعه سوسیالیستی را نوید می‌دادند. در این میان شمایل یوری گاگارین بیش از سایرین به عنوان یک انسان موفق پرورده شوروی و نماد پیشرفت علم فضانوردی شوروی، بارها و بارها در پوسته‌ها تکرار شد.

هنرمند ابتدا به ساخت کلیشه‌ای از جنس چوب، فلز یا سنگ دست می‌زد و پس از چاپ آن بر روی سطح کاغذ یا پارچه، با رنگ آمیزی آن را تکمیل می‌کرد. ابتدا این شیوه برای تصویرسازی‌های هنر دینی مورد استفاده قرار می‌گرفت، اما به تدریج موضوعات طنز، داستان‌های عامیانه یا اخبار را هم در برگرفت. پوسترهایی این سبک معمولاً پشت ویتترین مغازه‌ها یا مکان‌های عمومی نصب می‌شدند. این شیوه هنر تزاری، پس از انقلاب نیز منسوخ نشد بلکه به صورت تکنیکی مؤثر در پوسترسازی سیاسی استحاله یافت. کلاژ: یکی از تکنیک‌های مهم در پوسترسازی شوروی بود. مونتاژ عکس و نقاشی یا تایپوگرافی و تصویر (عکس یا نقاشی یا هر دو) نه تنها در پوستره‌های شوروی، بلکه در بسیاری از صور هنر انقلابی جایگاه ویژه‌ای دارد. چرا که اغتشاش و هیجان نمایان در یک اثر مونتاژ شده، القاکننده روح شورشی و بنیان‌فکن انقلاب است. «به یک معنا مونتاژ با هنر، همان نسبتی را در دارد که انقلاب با سیاست، مونتاژ ترجمه: رخداد انقلاب (در معنای مارکسیستی آن) به زبان زیبایی‌شناسی و در چهارچوب هنر بود. در واقع مونتاژ را می‌توان اصلی‌ترین دستاورد فرمال در هنر چپ دانست، و زمان تولد آن را (فارغ از مقدمات شکل‌گیری و شکل‌های آتیش) دهه بیست و سی میلادی دانست. [...] تمام تلاش سیاسی هنر چپ و تمام آرمان آن را می‌توان در این حکم خلاصه کرد: بیننده نباید هیپنوتیزم شود و تنها از زیبایی هنر لذت برد. لذت البته هم‌چنان آرمان هنر چپ نیز هست» (رضایی‌راد، ۱۳۹۱: ۷۱ و ۷۳). در بسیاری از پوستره‌های آن دوران، کلاژ عکس سیاه و سفید در زمینه‌ای با یک رنگ دل‌نشین (معمولاً سرخ) به همراه تایپوگرافی محتوای تصویری یک پوستر را تشکیل می‌داد و به ترکیبی اثرگذار بر بینایی انسان منجر می‌شد.

پوستر به مثابه یک نقاشی: گواش و آبرنگ پس از طراحی با مداد از تکنیک‌های پوسترسازی بود. این مواد خصوصاً در شیوه رئالیسم سوسیالیستی به هنرمند برای بیانی آرمانی کمک شایانی می‌کردند. در برخی موارد نیز هنرمندان کار را با رنگ‌روغن و بر روی بوم انجام می‌دادند و سپس آن را به پوستر تبدیل می‌کردند که از این رهگذر، کار کیفیتی فاخرتر و نقاشانه‌تر به خود می‌گرفت. با این حال، عمده پوسترها با طراحی‌های مدادی و رنگ‌گذاری با گواش یا آبرنگ اجرا می‌شدند که بیشتر ماهیت تصویری (و نه نقاشانه) به خود می‌گرفتند.

کاریکاتور: بهره‌گیری از زبان طنز و گزنده کاریکاتور برای بیان نفرت از دشمن یا به سخره‌گرفتن آن بسیار مناسب بود. کاریکاتور در سال‌های وقوع انقلاب اکتبر و در دوران جنگ جهانی دوم، برای تصویر کردن دشمن مناسب می‌نمود. فتودال‌ها و درباریان با شکم‌های برآمده، ظاهر تن‌پرو و لباس‌های سیاه و مرتب به نمایش گذاشته می‌شدند. سرمایه‌داری نیز گاه به شکل مردی مودی با کلاه استوانه‌ای منقوش به پرچم آمریکا تصویر می‌شد. تصویر سرمایه‌داری که البته خوارش‌مردن شخصیت عمو سام آمریکایی نیز بود، به عنوان شمایی محبوب در آمریکا به موجودی شرور و حيله‌گر در شوروی قلب شده بود. در جنگ جهانی دوم چهره



تصویر ۱۵. نیکلای لیتوینوف، بگذارید صلح باشد، ۱۹۵۹.

صدور انقلاب

برخی پوستره‌های شوروی به تبلیغات برون‌مرزی درباره انقلاب جهانی کارگری اشاره دارند. در این پوسترها شوروی به‌عنوان کانون امید کارگران و آزادی‌خواهان جهان و لنین (و به تبع مکتب مارکسیسم-لنینیسم) به‌عنوان هدایت‌گر و الگوی قیام نشان داده می‌شوند. در برخی نیز بر حمایت اتحاد شوروی از سایر دولت‌های سوسیالیستی تأکید می‌شود.

تمامیت ارضی

از آنجایی که اتحاد جماهیر شوروی از ملیت‌های دیگری نیز تشکیل شده بود، لزوم توجه به ملل غیرروس و تأکید بر صلح و دوستی بین ملت‌های گوناگون درون‌مرزی احساس می‌شد. پوسترهایی نیز به این مهم اختصاص داده شده‌اند.

از سایر موضوعات پوستره‌های دوران شوروی می‌توان به دوستی با سایر ملل سوسیالیست، محکوم کردن مقطعی برخی سیاست‌های دولت‌های خارجی، بیان سیاست‌های مقطعی، لزوم اصلاحات و مشارکت در برنامه‌های عام‌المنفعه و انتخابات اشاره کرد.

تکنیک‌های اجرا در پوستره‌های شوروی

لوبوک: این نوع چاپ، سبکی در تصویرسازی روسی بود که در آن

جنگ جهانی دوم پوسترها جوانان را به مشارکت در جنگ تشویق می‌کردند اما در سال‌های اصلاحات، صلح‌طلبی موضوع شد. یا ایالات متحده که همواره دشمن و نماد امپریالیسم بود در دوران جنگ جهانی دوم در کنار شوروی به مصاف آلمان فاشیست می‌رفت.

گاه تضاد رنگی و ترکیب فرم که میراث هنرمندان سبک‌های پیش‌رو مانند سوپره‌ماتیسم و کانستراکتیویسم بود به ترکیب‌بندی تاثیرگذاری منجر می‌شد و گاه بیان واقع‌بینانه در کنار نوشته‌های درشت، کلاژ و فوتومونتاژ نیز نقش تکنیک پرطرفداری بود.

پوسترهای شوروی با تکرار گسترده پیام (در اشکال گوناگون و به زبان بصری هنرمندان گوناگون) آن پیام را به ذهن مخاطب القا می‌کردند و این تکرار آن‌چنان ماهرانه و هنرمندانه صورت می‌پذیرفت که به باور غالب بدل می‌شد. افزون بر این، مخاطب پوستر گاه به نمادهای بومی روسی چون نوع پوشش مردم برمی‌خورد. با این حال، درک محتوای پیام آن‌ها در اغلب موارد، حتی بدون خواندن نوشته‌ها برای تمام بینندگان آسان و دست‌کم ممکن می‌نماید.

تجربه هنر متعهد شوروی و تجلی آن در هنر پوسترسازی نشان می‌دهد که هنر چنان‌چه رنگ و بوی ایدئولوژی سیاسی و حکومتی به خود گیرد به هنری تاریخ‌مصرف‌دار بدل می‌شود و بیش از پیش از هدف خود که همانا خدمت به مردم است، دور می‌شود. با این حال، نمونه‌های این هنر بسیار زیبا و شورانگیز هستند و به عنوان سندی از زندگی مردمان دوران خودشان کاربرد دارند. از سوی دیگر، داشتن یک ایدئولوژی قابل دفاع برای هنرمند یک مزیت اخلاقی محسوب می‌شود. پس یافتن ایدئولوژی مناسب و قابل دفاع و کار مطابق آن برای هنرمندان متعهد ضروری می‌نماید، چرا که هنرمند متعهد تنها در این صورت می‌تواند در پیش‌گاه تاریخ سرفراز باشد. پوستر در عین حال که به عنوان رسانه‌ای قدرت‌مند نقش مهمی در انتقال پیام‌های سیاسی در شوروی سابق ایفا می‌کرده است، هم‌زمان صورتی از ارائه هنر توسط هنرمندان تجسمی بوده است.

نکته مشترک در تمامی پوسترهای این دوره، پیام صریح آن‌هاست. در بیشتر موارد، در یک پوستر واحد، چندین پیام و نکته هم‌زمان به چشم می‌آیند. برای مثال پوستری در اهمیت کار، که هم‌زمان خواری و ذلت سرمایه‌داری را نیز نشان می‌دهد و یک ضدتبلیغ برای ایالات متحده آمریکا است یا در پوستری دیگر از زنان شوروی تجلیل و در عین حال به پیشرفت‌های نظام سوسیالیستی اشاره می‌شود و در لایه‌های پنهان‌تر وضعیت مطلوب معاش زنان در شوروی به ذهن مخاطب القا می‌شود. در اغلب موارد پوسترها دارای پیام‌های چندگانه هستند که البته پیام مستقیم و صریح آن‌ها، وجه تمایز پوسترهای سیاسی با سایر آثار تصویری است.

پی‌نوشت‌ها

۱. اتحاد جماهیر شوروی (USSR) (The Soviet Union) به کشوری پهناور

رهبران فاشیست یا مفهوم خطر (هیولای) فاشیسم به شکل حیوانی وحشی، رتیل یا موجودی اهریمنی آماج حملات ارتش سرخ قرار می‌گرفت و بسیار حقیر می‌نمود. گاه حتی کاراکتر کاریکاتوری دشمن در کنار مرد یا زنی تنومند و خوش‌چهره (که نماد کمونیسم یا یک شهروند سوسیالیست بود) و با سبکی کاملاً متفاوت تصویر شده بود، تضاد غریبی ایجاد می‌کرد.

نتیجه‌گیری

هنر پوستر، صورتی از بروز هنر متعهد و مردمی است که مخاطبانش را در میان مردم عادی جست‌وجو می‌کند. هنر متعهد هنرمند را با نقش اجتماعی‌اش پیوند می‌زند و به وی نوید می‌دهد که به عنوان فردی از جامعه علاوه بر ایفای نقش اجتماعی و ادای دینش نسبت به مردم، خود نیز جایگاهی والا در تاریخ بشریت می‌یابد. هنر متعهد می‌تواند جریان‌ساز باشد و هنر را از موزه‌ها و کاخ‌های ثروت‌مندان به میانه مردم کوچه و بازار بیاورد و به توده‌های محروم نیز مجال لذت از زیبایی را بدهد و هم‌چنین می‌تواند در ارتقاء آگاهی مردم نیز موثر باشد. اما در عین حال هنر متعهد می‌تواند ابزاری در خدمت ابرقدرت‌های سیاسی باشد و به القای ایده‌های مورد نظر حکومت بپردازد. از این‌روست که در حکومت‌های توتالیتر قرن بیستم (شوروی سوسیالیستی-آلمان نازی) بهره‌گیری از هنر متعهد به نفع اهداف سیاسی در مجراهای متفاوتی می‌افتد.

در یک رژیم تمامیت‌خواه با فضایی بسته، احتمال استفاده از تبلیغات سیاسی به منظور ترویج ارزش‌ها، توسعه آموزش‌های عقیدتی رسمی نظام حاکم و بسیج عمومی به شدت بالا می‌رود. شرایط داخلی و خارجی، مانند بحران‌ها و نیاز به بسیج عمومی در انقلاب اکتبر ۱۹۱۷، سپس جنگ داخلی با نیروهای ضدانقلابی و کشورهای خارجی، جنگ جهانی دوم با قوای متحدین و هم‌چنین رقابت‌های عقیدتی و جهان‌بینانه با ایالات متحده آمریکا در دوران جنگ سرد، موجب اهمیت تبلیغات سیاسی به عنوان ابزاری برای پیش‌برد منافع رهبران شوروی شد. شدت و وسعت این تبلیغات بسته به دوره تاریخی تغییر می‌کرد.

در دوره رهبری لنین و آغاز شکل‌گیری حکومت، موضوع اصلی مقابله با دشمنان داخلی و ترغیب طبقه کارگر به مشارکت بود. سپس با روی کار آمدن استالین موضوع طرح‌های پنج ساله، کامسامول و پیوستن به جبهه نبرد در جنگ جهانی دوم بود، در زمان رهبری خروشچف تاکید بر دستاوردهای فن‌آوری بود و بالاخره در دوره گورباچف و آغاز اصلاحات از شر و شور اولیه مخالفت با سرمایه‌داری کاست و لحن صلح‌طلبانه‌تر و محافظه‌کارانه‌تری به خود گرفت.

معمولاً مشاهده می‌شود که در یک پوستر چندین پیام و هدف سیاسی به‌طور موازی دنبال شده است. گاه حتی به فراخور زمانه موضوعات و پیام‌ها با یکدیگر ضدیت دارند. برای مثال در دوران

سرمایه‌داری فرامی‌خواند. نقل‌قول‌های این کتاب تا به امروز بخشی از ادبیات سیاسی جنبش‌های چپ‌گرا و نقل‌قول‌های جهان سیاست هستند. برای مطالعه بیشتر: کارل مارکس: زندگی و دیدگاه او، (۱۳۸۲)، مرتضی محیط، ج ۱، چاپ اول، تهران: اختران.

۱۹. البته هم‌دردی (sympathy) از دیدگاه آدام اسمیت به معنای دیدن بازتاب رفتار و منش خویش در رفتار دیگران است و با هم‌دردی به معنای دل‌سوزی صرف متفاوت است.

۲۰. بورژوازی (Bourgeoisie) در ادبیات فلسفه مارکسیسم به طبقه سرمایه‌داران و صاحبان ابزارهای تولید و صنایع اطلاق می‌شود. حال آن‌که در لغت به معنای طبقه متوسط مرفه با تمایلات مادی و اشرافی است. (در این پژوهش، تعریف مارکسیستی این واژه مدنظر است).

۲۱. آدولفو سانز واسکز (Adolfo Sánchez Vázquez) (۱۹۱۵-۲۰۱۱)، فیلسوف و نویسنده اسپانیایی-مکزیک.

۲۲. ده‌انسانی‌سازی (dehumanization) روزه گارودی (Roger Garaudy) (۱۹۱۳-۲۰۱۲) مبارز، اندیشمند و منتقد کمونیست فرانسوی، وی در سال ۱۹۸۲ به دین اسلام گروید.

۲۴. مارکس نظریه ارزش اضافی، بخش ۱، مسکو ۱۹۶۳، ص ۲۸۵: نقل شده در سه پژوهش در جامعه‌شناسی هنر - نظریه مارکسیستی هنر-رافائل، ماکس-ترجمه: اکبر معصوم بیگی.

۲۵. این اصطلاح برای توصیف جنگ تبلیغاتی بین آمریکا و شوروی مابین سال‌های (۱۹۴۷-۱۹۹۲) به کار می‌رود.

۲۶. Totalitarianism هانا آرنهت (Hannah Arendt) (۱۹۱۳-۲۰۱۲)، فیلسوف و نظریه‌پرداز سیاسی آلمانی که در جریان جنگ جهانی دوم به دلیل داشتن تبار یهودی از آلمان نازی گریخت.

۲۸. انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ (October Revolution) انقلاب روسیه که به رهبری ایوان ایلچ لنین به پیروزی رسید و به سقوط حکومت تزارها در روسیه و تشکیل اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی انجامید. مبنای نظری این انقلاب سوسیالیستی، مارکسیسم-لنینیسم بود.

۲۹. Propaganda Persuasion

۳۱. کامسامول (Komsomol) اتحادیه جوانان کمونیست روسیه که در سال ۱۹۱۸ تأسیس شد و تا ۱۹۹۱ به فعالیت خود ادامه داد، ایده تشکیل این سازمان توسط لنین، دزینسکی و گورکی پرداخته شد. این سازمان با بهره‌گیری از نیروهای جوان و تازه‌نفس که پس از انقلاب به دنیا آمده بودند اهداف سازندگی، مدیریت بحران و به‌روزرسانی کشاورزی را رواج می‌دادند، در بیانیه سال ۱۹۲۲ این سازمان وظایف اعضا چنین شرح داده شده است: «برخی از وظایف عملی کامسامول: الف) تقویت کردن نقش پرولتری‌اش و بالا بردن میزان سن اعضایش از طریق افزایش دادن جوانان کارگری که در آموزش تئوریک مارکسیستی و آموزش عملی در امور اقتصادی موفق بوده‌اند؛ ب) رشد دادن هویت طبقاتی در بین توده‌های عضو کامسامول بر مبنای وارد کردن آنان در کار اقتصادی و فرهنگی‌ای که تسلط بر مهارت‌های تشکیلاتی ضروری را افزایش می‌دهد، و همچنین از طریق شرکت در کار اقتصادی روزانه و در مبارزه اتحادیه‌های کارگری. میزان حضور کامسامول در ارگان‌های گوناگون دولتی باید دقیقاً طبق نیازهای کار عملی و وظایف آموزشی تعیین شود؛ ج) اشباع کردن کار آموزشی کامسامول با اصول مارکسیسم، گسترش وسیع کار فرهنگی آموزشی، و انطباق دادن آن با خصوصیات روان‌شناسانه ویژه گروه‌های سنی گوناگون؛ د) آماده ساختن اعضای کامسامول و دیگر جوانان کارگر و دهقان غیر متشکل برای ورود به صفوف ارتش سرخ» (URL۳).

۳۲. ویلیام مک گوایر (William James McGuire) (۲۰۰۷-۱۹۲۵)، فیلسوف جامعه‌شناس آمریکایی.

۳۳. پل یوزف گوئبلز (Paul Joseph Goebbels) (۱۸۹۷-۱۹۴۵)، وزیر تبلیغات آدولف هیتلر و پدر تبلیغات سیاسی مدرن.

۳۴. Nazi

۳۵. ولادیمیر ولادیمیروویچ مایاکوفسکی (Vladimir mayakovski) (۱۸۹۳-۱۹۳۰) شاعر، نمایش‌نامه‌نویس و تصویرساز فوتوریست و انقلابی روسی بود.

متشکل از روسیه و جمهوری‌های همسایه وابسته به آن (مابین سال‌های ۱۹۲۲-۱۹۹۱) اطلاق می‌شود، این کشور از زمان وقوع انقلاب سوسیالیستی به رهبری لنین تا زمان فروپاشی و اعلام استقلال جمهوری‌های آن، حدود ۷۰ سال یکی از ابرقدرت‌های جهان، از متحدان و حامیان بلوک شرق، چین و دولت‌های سوسیالیستی آمریکای لاتین و از دشمنان سرسخت ایالات متحده آمریکا بود.

۲. Committed art

۳. Art for art's sake

۴. گتورکی والتونوویچ پلخانوف (Georgi Valentinovich Plekhanov) (۱۸۵۶-۱۹۱۸)، نظریه‌پرداز و نویسنده انقلابی و مارکسیست روسیه و شوروی.

۵. لِف نیکلایوویچ تولستوی (تالستوی) یا لئون [تولستوی (Leo Tolstoy) (۱۸۲۸-۱۹۱۰)، فعال سیاسی-اجتماعی و نویسنده روسیه.

۶. فریدریش ویلهلم نیچه (Friedrich Wilhelm Nietzsche) (۱۸۴۴-۱۹۰۰)، فیلسوف، شاعر، منتقد فرهنگی، آهنگ‌ساز و فیلولوژیست کلاسیک بزرگ آلمانی و استاد لاتین و یونانی و از چهره‌های تاثیرگذار بر فلسفه غرب و مدرنیته.

۷. مقصود همان مفهوم ابرانسان نیچه است که انسانی است با ویژگی‌های ذهنی ممتاز و رها از بند سنت و مذهب. ابرانسان از دیدگاه نیچه هدف غایی پیدایش انسان است. این مفهوم را نیچه در کتاب چنین گفت زرتشت مطرح کرد.

۸. Erotic mania

۹. مقدمه ناشر بر کتاب هنر چیست، لئون تولستوی، ترجمه: کاوه دهقان، انتشارات امیرکبیر، چاپ شانزدهم، ۱۳۹۴.

۱۰. آدام اسمیت (Adam Smith) (۱۷۲۳-۱۷۹۰) اقتصاددان، فیلسوف، نویسنده و از پیش‌گامان اقتصاد سیاسی بود. او از چهره‌های کلیدی عصر روشنگری اسکاتلند بود. نظریات او درباره مفاهیم اقتصادی چون سرمایه، نظام سرمایه‌داری در قرن بعدی را یاری رساند.

۱۱. برای مطالعه بیشتر: اسمیت، آدام، ثروت ملل، ترجمه: سیروس ابراهیم زاده، چ ۱، تهران: انتشارات پیام.

۱۲. کارل مارکس (Carl Marx) (۱۸۱۸-۱۸۸۳)، فیلسوف، اقتصاددان، تاریخ‌شناس، نظریه‌پرداز سیاسی، جامعه‌شناس و روزنامه‌نگار آلمانی.

۱۳. فردریش انگلس (Friedrich Engels) (۱۸۲۰-۱۸۹۵)، فیلسوف، جامعه‌شناس، روزنامه‌نگار و تاجر آلمانی.

۱۴. گتورگ ویلهلم فریدریش هگل (Georg Wilhelm Friedrich Hegel) (۱۷۷۰-۱۸۳۱)، فیلسوف بزرگ آلمانی و بنیان‌گذار ایده‌آلیسم آلمانی، اندیشه‌های او در قرون بعدی بر مارکسیسم، اگزیستانسیالیسم و حتی روان‌کاوی تاثیر شگرفی برجای نهاد.

۱۵. لودویگ آندریاس فوئرباخ (Ludwig Andreas Feuerbach) (۱۸۰۴-۱۸۷۲) فیلسوف آلمانی بود، او از شاگردان هگل بود، ولی به‌زودی از اندیشه‌های هگل دور شد و به اصالت حس و اصالت ماده گروید. کتاب مشهور او جوهر مسیحیت تاثیر زیادی در فیلسوفان و متفکران مادی و منتقد مذهب داشت. او با کارل مارکس نیز مکاتبه و هم‌اندیشی می‌کرد.

۱۶. ماتریالیسم تاریخی (Historical Materialism) ماتریالیسم تاریخی علمی است که عام‌ترین و بنیادین‌ترین قوانین مربوط به فرگشت جامعه انسانی و راه‌های دگرگونی آن را بیان می‌کند؛ مطابق این نظریه مادی‌گرایانه، جوامع انسانی مسیری تاریخی را طی می‌کنند و در نهایت رسیدن به جامعه بدون طبقه (کمونیسم) اجتناب‌ناپذیر است.

۱۷. کاپیتالیسم (Capitalism) یا نظام سرمایه‌داری، یک سیستم اقتصادی و اجتماعی که در آن تمامی مناسبات بر محور سرمایه شکل می‌گیرد و در آن صاحبان قدرت، ثروت‌مدان جامعه هستند. یک شیوه تولید است که با انقلاب صنعتی و با انهدام شیوه تولید فتودالی به‌وجود آمد، و مشخصه‌های اقتصادی مشخصی دارد. در نظام سرمایه‌داری، همه چیز در خدمت بازتولید سرمایه است.

۱۸. بیانیه حزب کمونیست (Manifest der Kommunistischen Partei) کتابچه‌ای سیاسی است که توسط مارکس و انگلس نوشته شد و نخستین بار در ۲۱ فوریه ۱۸۴۸ منتشر شد. این کتاب مجموعه‌ای از شعارهای انقلابی خطاب به کارگران است که آن‌ها را به اتحاد و انقلاب برای دگرگونی نظام

۶۲. Satellite states.
۶۳. لئونید ایلچ برژنف (Leonid Ilyich Brezhnev) (۱۹۸۲-۱۹۰۶) سیاست‌مدار و دبیر کل کمیته مرکزی حزب کمونیست اتحاد شوروی از سال ۱۹۶۴ تا ۱۹۸۲.
۶۴. یوری ولادیمیروویچ آندروپوف (Yuri Vladimirovich Andropov) (۱۹۸۴-۱۹۱۴) سیاست‌مدار اتحاد شوروی و دبیرکل حزب کمونیست اتحاد شوروی از ۱۲ نوامبر ۱۹۸۲ تا روز مرگش بود.
۶۵. کنستانتین اوستینوویچ چرننکو (Konstantin Ustinovich Chernenko) (۱۹۸۵-۱۹۱۱) سیاست‌مدار و رهبر اهل اتحاد شوروی از تاریخ ۱۳ فوریه ۱۹۸۴ تا زمان مرگش.
۶۶. گشایش (Glasnost) (Perestroika)
۶۷. بازسازی (Perestroika)
۶۸. دموکراتیک کردن (Demokratizatsiya)
۶۹. شتاب (در توسعه اقتصادی) (Uskoreniye)
۷۰. برای مطالعه بیشتر: تاریخ روسیه شوروی، ای. اچ. کار، ترجمه: نجف دریابندری (ج۲)، تهران: نشر زنده‌رود.
۷۱. کولاک‌ها یا دهقانان ثروتمند (Kulak) که از قبل استثمار و حق اجاره کارگران کشاورزی و دهقانان فقیر زندگی مرفهی به هم زده بودند. با آغاز اشتراکی‌سازی مزارع و چراگاه‌ها در اواخر دهه ۲۰ کولاک‌ها فعالانه به مقابله با آن پرداختند و با گسیل دارودسته‌های جنایت‌کار به نابودی و غارت مزارع اشتراکی اقدام نمودند. (به نقل از کتاب مایاکوفسکی دیگر، گزیده اشعار مایاکوفسکی، شهاب آتشکار، تهران: انتشارات میر).
۷۲. The first and second five year plans.
۷۳. Mother Russia or Motherland.
۷۴. Sacred war.
۷۵. Great patriotic war.
۷۶. پرسترویکا (Perestroika) یک جنبش سیاسی با رویکرد اصلاحات که توسط گورباچف، آخرین رهبر شوروی در سال ۱۹۸۷ به راه افتاد و در نهایت در سال ۱۹۹۲ به فروپاشی شوروی منجر شد.
۷۷. Agitprop.
۷۸. Agitatsiia.
۷۹. Department of Agitation and Propaganda.
۸۰. Communist Party of the Soviet Union.
۸۱. Ideological Department.
۸۲. Socialist realism.
۸۳. آکسمی ماکسیموویچ پشکوف که با نام ماکسیم گورکی (Maxim Gorky) (۱۹۳۶-۱۸۶۸) شناخته می‌شود نویسنده اهل روسیه و شوروی، از بنیان‌گذاران سبک ادبی رئالیسم سوسیالیستی، فعال سیاسی و پنج بار نامزد جایزه نوبل ادبیات بود.
۸۴. social realism.
۸۵. کلمنت گرینبرگ (Clement Greenberg) (۱۹۰۹-۱۹۹۴) منتقد هنری آمریکایی که نوشته‌هایش اثر ژرفی بر هنر نیمه قرن بیستم آمریکا گذاشت و به تأثیر پیش‌برنده‌اش بر اکسپرسیونیسم انتزاعی مشهور است.
۸۶. Avant-garde and Kitsch.
۸۷. تروتسکی با همانندکردن نقاشی‌های آن دوران با عکاسی ابتدایی به کنایه واقع‌گرایی سوسیالیستی را به سخره می‌گیرد.
۸۸. به نقل از کتاب: هنر و انقلاب، نوشته‌هایی در ادبیات، سیاست و فرهنگ، لتون تروتسکی، ترجمه: رضا مرادی اسپیلی، تهران: دیگر.
۸۹. دیه‌گو ماریا دلا کونسپسیون خوان نیوموسنو استانیسلاو دلا ریورا ی باری پنتوس آکوستا ی رودریگوئز (Juan Nepomuceno Estanislao de la Rivera y Barrientos Acosta y Rodríguez) (۱۹۷۵-۱۸۸۶) مشهور به دیه‌گو ریورا (Diego Rivera) نقاش مکزیکی و از هنرمندان مشهور قرن بیستم و از فعالان جنبش مورالیسم در نقاشی که موجب ترویج دیوارنگاری در جهان شد.
۹۰. ماگدالنا کارمن فریدا کالو ی کالدرون د ریورا (Magdalena Carmen Frieda Kahlo y Calderón de Rivera) (۱۹۵۴-۱۹۰۷) مشهور به فریدا کالو، نقاش مکزیکی و یکی از زنان نامدار تاریخ هنر معاصر است.
- او که از چهره‌های مطرح هنر شوروی بود در ۳۷ سالگی دست به خودکشی زد.
۳۶. برای مطالعه بیشتر: تاریخ روسیه شوروی- کار-ج۲.
۳۷. رزا لوکزامبورگ (Rosa Luxemburg) (۱۹۱۹-۱۸۷۱) نظریه‌پرداز مارکسیست، فیلسوف، اقتصاددان، فعال ضدجنگ و سوسیالیست انقلابی لهستانی-آلمانی.
۳۸. برتراند راسل (Bertrand Russell) (۱۹۷۰-۱۸۷۲) فیلسوف، منطق‌گرا، ریاضی‌دان، تاریخ‌نگار، نویسنده، منتقد اجتماعی، فعال سیاسی انگلیسی.
۳۹. اما گلدمن (Emma Goldman) (۱۹۴۰-۱۸۶۹)، فعال سیاسی آنارشیزم و نویسنده لیتوانیایی.
۴۰. کارل کائوتسکی (Karl Kautsky) (۱۹۳۸-۱۸۵۴) فیلسوف، روزنامه‌نگار و نظریه‌پرداز مارکسیست چک-اتریشی.
۴۱. مارکسیسم-لنینیسم (Marxism-Leninism) رونوشتی از تئوری مارکسیسم که الگوی رهبران سیاسی دولت‌های سوسیالیستی چون شوروی، چین و کوبا بود. این اصطلاح نخستین بار توسط استالین بیان شد. این تئوری ضمن قبول بسیاری از نظریات مارکس، گذار از فتوالیسم به سوسیالیسم (بدون تجربه مرحله کاپیتالیسم) را ممکن و عملی می‌داند. این تئوری در اتحاد جماهیر شوروی سابق، سرلوحه رهبران سیاسی بود.
۴۲. پرولتاریا (Proletariat) در ادبیات فلسفه مارکسیسم به طبقه کارگر صنعتی شهرنشین اطلاق می‌شود.
۴۳. برای مطالعه بیشتر:
- URL 4: M.C. Howard and J.E. King State Capitalism in the Soviet Union.
۴۴. با نام کامل: یوسپ بساریونیس دزه جوغاشویلی مشهور به ژوزف استالین (Joseph Stalin) (۱۹۵۳-۱۸۷۸) و ملقب به مرد پولادین، رهبر و سیاست‌مدار کمونیست شوروی بود که از اواسط دهه ۲۰ تا زمان مرگش رهبر عملی حزب کمونیست اتحاد شوروی بود. وی دومین رهبر شوروی بود و دوران رهبریش ۳۱ سال به طول انجامید.
۴۵. لئون داویدوویچ تروتسکی (Leon Trotsky) (۱۹۴۰-۱۸۷۹) اندیشمند مارکسیست، انقلابی، نویسنده اهل روسیه و شوروی و بنیان‌گذار تروتسکیسم. او پس از قدرت گرفتن استالین از شوروی تبعید شد و در نهایت توسط عوامل استالین در محل کارش ترور شد.
۴۶. Great Purge.
۴۷. Gulag.
۴۸. Warsaw Pact.
۴۹. Eastern Bloc.
۵۰. East Berlin.
۵۱. Balance of terror.
۵۲. لستر پیرسون (Lester Pearson) (۱۹۷۲-۱۸۹۷) یک محقق، دولت‌مرد، سرباز، نخست وزیر و دیپلمات کانادایی بود که در سال ۱۹۵۷ برنده جایزه صلح نوبل برای سازماندهی نیروهای اضطراری سازمان ملل متحد برای حل بحران کانال سوئز شد. او عضو حزب لیبرال کانادا بود.
۵۳. Balance of power.
۵۴. میخائیل گورباچف (Mikhail Gorbachev) (...-۱۹۳۱) آخرین رهبر اتحاد جماهیر شوروی که سیاست‌های متفاوتش در مواجهه با جهان غرب، زمینه‌های فروپاشی را فراهم آورد.
۵۵. نیکیتا سرگئیوویچ خروشچف (Nikita Khrushchev) (۱۹۷۱-۱۸۹۴)، رهبر شوروی پس از استالین بود. سیاست‌های استالین‌زدایی وی به اختناق سیاسی و فرهنگی دوران پیشین پایان داد.
۵۶. De-Stalinization.
۵۷. On the cult of personality and its consequences.
۵۸. Sputnik 1.
۵۹. یوری گاگارین (Yuri Gagarin) (۱۹۶۸-۱۹۳۴) خلبان و فضانورد روس، نخستین انسان فضانورد.
۶۰. والتینا ولادیمیرونا تروشکوا (Valentina Tereshkova) (...-۱۹۳۷) مهندس، فضانورد و سیاست‌مدار روس، او ششمین خلبان-فضانورد اتحاد شوروی، دهمین فضانورد جهان و نخستین زن فضانورد در جهان است.
۶۱. Vostok 6.

فرهنگ، ترجمه: رضا مرادی اسپیلی، چ ۱، تهران: نشر دیگر.
تولستوی، لئو، (۱۳۹۴)، **هنر چیست؟**، ترجمه: کاوه دهگان، چ ۱۶، تهران: انتشارات امیرکبیر.
خاوری نژاد، سعید، (۱۳۹۴)، **هنر و القای ایدئولوژی (واکاو تبلیغات سیاسی در آثار هنری شوروی)**، چ ۱، تهران: انتشارات دنیای اقتصاد.
رافائل، د.د، (۱۳۷۵)، **آدم اسمیت**، ترجمه: عبدالله کوثری، چ ۱، تهران: نشر طرح نو.
رافائل، ماکس، (۱۳۷۹)، **سه پژوهش در جامعه‌شناسی در هنر: پرودون، مارکس، پیکاسو؛ نظریه مارکسیستی هنر**، ترجمه: اکبر معصوم‌بیگی، چ ۱، تهران: نشر آکه.
رید، هربرت، (۱۳۵۳)، **هنر امروز**، ترجمه: سروش حبیبی، چ ۱، تهران: انتشارات امیرکبیر.
رید، هربرت، (۱۳۶۲) **فلسفه هنر معاصر**، ترجمه: محمدتقی فرامرزی، چ ۱، تهران: انتشارات نگاه.
قبادیان، وحید، (۱۳۸۴)، **مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب**، چ ۱۲، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
کار، ادوارد. هالت، (۱۳۷۱)، **تاریخ روسیه شوروی، انقلاب بولشویکی**، ترجمه: نجف دریابندری، چ ۱ و ۲، تهران: نشر زنده‌رود.
گارودی، روزه، (۱۳۴۲)، **نگاهی بر تاریخ در هنر**، مقاله «فاجعه هنر امروز، اندر احوالات هنرمند و روشنفکر»، ترجمه: جمشید نوائی، تهران: انتشارات سپیده.
محیط، مرتضی، (۱۳۸۲)، **کارل مارکس: زندگی و دیدگاه او**، چ ۱، تهران: نشر اختران.
ولادیسلاو، زی‌من‌کو، (۱۳۵۷)، **انسان دوستی و هنر**، ترجمه: جلال علوی‌نیا، چ ۱، تهران: انتشارات حقیقت.

ب/ مقاله‌های فارسی:

رضایی‌راد، محمد، (۱۳۹۱)، «ایده انقلابی موتناژ»، نشریه حرفه هنرمند، شماره ۴۱، صص ۷۳-۷۱.
شانسز واسکز، آدولف، «در باب هنر و جامعه»، ترجمه: ع. پاشایی، هفته‌نامه کتاب جمعه، ش ۴، سال اول، اول شهریور ماه، صص ۹۹-۹۳.
محمدی، زهرا، (۱۳۹۱)، بررسی و تحلیل «ابر شلوار پوش» مایاکوفسکی به عنوان بارزترین نمونه شعر فوتوریستی روسیه، نشریه پژوهش ادبیات معاصر ایران، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۱۷۷-۱۶۷.
هاوزر، آرنولد، (۱۳۵۸)، «تبلیغ، ایدئولوژی و هنر»، نشریه کتاب جمعه، شماره ۱۰، سال اول، ۱۲ مهرماه، صص ۱۲۱-۱۲۰.

ج/ منابع اینترنتی:

Art Term : Agit-prop:

URL1: <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/agit-prop>

Art Term : Socialist-realism:

URL2: <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/s/socialist-realism>

ترجمه: قطعه‌نامه‌های حزب کمونیست روسیه (بلشویک) ۱۹۲۴-۱۹۱۷، انتشارات شورا، فروردین ۱۳۶۶، بریتانیا درباره اتحادیه جوانان کمونیست روسیه (کامسامول) ،بازنویس: روبرت هاگوییان، تیر ۱۳۸۳. (بازدید: ۹۶/۱۰/۲۶):

URL3: <https://www.marxists.org/farsi/history/bolshevizm/kam-samol1922.htm>

'State Capitalism' in the Soviet Union, M.C. Howard and J.E. King :

URL4: www.hetsa.org.au/pdf/34-A-08.pdf

۹۱. rayonism
۹۲. suprematism
۹۳. constructivism
۹۴. futurism
۹۵. فلسفه هنر معاصر (۱۳۶۲)، هربرت رید، ترجمه: محمدتقی فرامرزی، چاپ اول، تهران: نگاه.
۹۶. کازیمیر مالوویچ (Kazimir Severinovich Malevich) (۱۸۷۹-۱۹۲۵) هنرمند و نظریه‌پرداز هنر اهل روسیه و شوروی و از تاثیرگذارترین چهره‌های هنر قرن بیستم.
۹۷. گروه سرباز خشت (Jack of Diamonds) از جمعی از هنرمندان آوانگارد روسی تشکیل شد که در سال ۱۹۱۰ در مسکو نمایشگاهی از آثارشان برگزار کردند. این گروه تا سال ۱۹۱۷ پابرجا بود.
۹۸. شارل-ادوار ژانر-گری (Charles-Édouard Jeanneret-Gris) (۱۸۸۷ - ۱۹۶۵) مشهور به لوکوربوزیه (Le Corbusier) معمار، طراح، شهرساز، نویسنده و نقاش سوئیسی بود. او یکی از پیشگامان معماری مدرن و سبک بین‌المللی یا (universal) در معماری و از نقاشان سبک ناب‌گرایی (purism) بود. برای مطالعه بیشتر، نگاه کنید به: مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب، وحید قبادیان (۱۳۸۴).
۹۹. خانه ماشینی برای زندگی، شعار مشهور لوکوربوزیه و یکی از مشهورترین شعارهای معماران مدرنیست است. لوکوربوزیه در طراحی پروژه ویلا ساوا این شعار را درون مایه اثرش قرار داد. برای مطالعه بیشتر، نگاه کنید به: مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب، وحید قبادیان (۱۳۸۴).
۱۰۰. De Stijl
۱۰۱. برای مطالعه بیشتر، نگاه کنید به: مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب، وحید قبادیان (۱۳۸۴): "جنبش فوتوریسم".
۱۰۲. فیلیپو توماسو مارینتی (Filippo Tommaso Marinetti) (۱۸۷۶ - ۱۹۴۴) شاعر، نویسنده، نمایش‌نامه‌نویس و آهنگ‌ساز فوتوریست ایتالیایی
۱۰۳. برای مطالعه بیشتر، نگاه کنید به: عصر طلایی و عصر نقره‌ای شعر روس، حمیدرضا آتش‌برآب، نشر نی (۱۳۸۸).
۱۰۴. Purism
۱۰۵. Cubism
۱۰۶. لازار مالوویچ لیسیتسکی (Lazar Markovich Lissitzky) (۱۸۹۰ - ۱۹۹۱) مشهور به ال لیسیتسکی، (El Lissitzky) هنرمند، طراح، عکاس، تایپوگراف کار، مباحثه‌گر و معمار روس و از چهره‌های مطرح آوانگارد روسیه و شوروی.
۱۰۷. برای مطالعه بیشتر: هنر و القای ایدئولوژی، سعید خاوری‌نژاد، ۱۳۸۸، صص ۲۸۳ تا ۳۸۶.
۱۰۸. cult of personality
۱۰۹. Lubki

فهرست منابع

الف/ کتاب‌های فارسی:

اسمیت، آدام، (۱۳۵۷)، **ثروت ملل**، ترجمه: سیروس ابراهیم‌زاده، چ ۱، تهران: انتشارات پیام.
آتش‌برآب، حمیدرضا، (۱۳۸۸)، **عصر طلایی و عصر نقره‌ای شعر روس**، چ ۱، تهران: نشر نی.
آرنت، هانا، (۱۳۸۸)، **توتالیتاریسم**، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: نشر ثالث.
باتامور و همکاران، (۱۳۸۸)، **فرهنگ‌نامه اندیشه مارکسیستی**، ترجمه: اکبر معصوم‌بیگی، تهران: انتشارات بازتاب نگار.
پالمیه، ژان میشل، (۱۳۵۸)، **لنین پیرامون هنر و ادبیات**، ترجمه: روبین، تهران: انتشارات باران.
پلخانوف، والتینویچ گئورگی، (۱۳۵۷)، **هنر و زندگی اجتماعی**، ترجمه: منوچهر هزارخانی، تهران: انتشارات آگاه.
پلخانوف، والتینویچ گئورگی، (۱۳۵۸)، **درباره هنر برای هنر**، ترجمه: فرشته مولوی، تهران: انتشارات شباهنگ.
تروتسکی، لئون، (۱۳۸۵)، **هنر و انقلاب**، نوشته‌هایی در ادبیات، سیاست و

An Introduction to Soviet Political Advertising and Its Manifestation in the Soviet Posters

Minoo Nadafian

Master of Illustration, School of Visual Art, College of Fine Arts, University of Tehran, Tehran, Iran

(Received 12 September 2019, Accepted 17 January 2020)

Abstract

Ideological aims and political advertisements have always played an important role in helping realize the objectives of great world powers. Among the super powers of the twentieth century, the Soviet Union was exemplary in its propaganda, and the visual history of the Soviet Union, whether from the perspective of the entrance of political thought to art or as an example of committed art, cannot be ignored. As a form of Socialism, the Soviet Union was a political reality that cast its light on the world for 70 years, challenged great powers, and developed allies for itself among the other countries of the world. The Soviet Union, while keeping the country intact, used political advertising and art in an attempt to save its political life among the nations of the world and at the same time rise to fight Capitalist ideology. The political life of this country was simultaneous with many national and international problems and in all this, art ran to help politics.

This study discusses topics such as committed art, art for art, political advertising (propaganda) and a brief history of Soviet union, and then broaches the main topic. In the end, with the investigation of about 200 examples of posters of the time, begins to analyze and draw conclusions.

How the day's politics are reflected in the soviet posters, the way that posters are used for political purposes and the symbols used in propagandist illustrations, and the necessity of the relationship between politics and poster making are some of the key questions of this research.

The art of illustration, using the techniques of political advertisement turned into a gathering for the transference of political messages.

The illustration of soviet posters, like the dominating policies, changed according to period, and the examples from the beginning years of the formation of the Soviet Union, whether from the point of technique or content, were radically different from previous years. But what remained constant, was the political advertising and inculcation of the dominant ideology in the art of soviet posters.

Keywords

Propaganda, Political Advertisement, Soviet Union, committed art, Socialism, Totalitarianism