درآمدی بر تبلیغات سیاسی شوروی و تجلی آن در پوسترسازی*

مینو ندافیان**

کارشناسی ارشد تصویرسازی، دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
[تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۰۶/۲۰، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۸/۱۰/۲۸]

چکیده

تبلیغات سیاسی، نقش پررنگی در پیش‌بُرد اهداف سیاسی ایفا می‌کنند و هنر نیز می‌تواند محملی 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 دربارهٔ هنر می‌پردازد. سپس به بحث تبلیغات سیاسی و تعاریف مربوط به آن اشاره و تاریخچه‌ای 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 پوسترهای شوروی بررسی و به موضوعات محوری در آن‌ها پرداخته می‌شود. پوسترها بازتاب‌دهندهٔ صریح سیاست‌های هر دورهٔ 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.

*مقالهٔ حاضر مستخرج از پایان‌نامهٔ 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: ۰۹۱۵۱۰۷۱۰۳۳، E-mail : Minoo.acrh@gmail.com

مقدمه

جهان آن‌چنان‌که پنداشته می‌شود، شفاف نیست چرا که اندیشهٔ انسان بیش از آن‌چه تصور می‌شود، متاثر 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 همهٔ 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 جریانات سیاسی پیرامون خود به همراهی یا مخالفت برخاسته است و با انقلاب‌ها و جریانات 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

مساله 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[1] سابق به عنوان الگویی مثال‌زدنی در زمینهٔ 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 آن‌چه بر هنر در سایهٔ سیاست گذشته است، نکاتی را دربارهٔ ماهیت رژیم‌های توتالیتر و نگاه ایدئولوژیک به هنر نمایان می‌سازد. مکانیسم سلطه بر امور فرهنگی همواره از سوی اَبَرقدرت‌ها 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. جریانات سیاسی، همواره هنر را دست‌آویزی برای پیش‌بُرد اهداف ایدئولوژیک خود قرار داده‌اند اما این امر در رژیم‌های تمامیت‌خواه به‌وضوح به چشم می‌آید و بستر مناسبی را برای مطالعهٔ هنر سیاسی در اختیار پژوهش‌گر قرار می‌دهد.

فرضیه‌های پژوهش

به‌نظر می‌رسد اغراق در رنگ‌ها یا فرم‌ها به تاثیرگذاری پوسترها بر عامهٔ مردم نقش به‌سزایی داشته است.

به‌نظر می‌رسد تکرار گسترده پیام موجب القای آن پیام و باور مخاطب می‌شود.

به‌نظر 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 اندیشهٔ 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 دربارهٔ 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.

شیوهٔ 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 کمّی 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 دربارهٔ هنر از دیدگاه نقش اجتماعی هنرمند پرداخته می‌شود و مقدمات شناخت هنر سیاسی فراهم می‌شود. سپس از آن‌جایی 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 شاکلهٔ آن اشاره می‌شود. روی‌هم‌رفته، 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 دورهٔ تاریخی طبقه‌بندی و تحلیل می‌شوند. محدودهٔ 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 محدودهٔ 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

رسالت اجتماعی تعریف می‌کند هنر متعهد[۲] 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[۳] یا هنر ناب یا هنر غیرسودمند لقب می‌گیرد. این مباحث از گذشته تا به امروز برای اندیشمندان و منتقدان عرصهٔ 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 گئورکی والنتونوویچ پلخانوف[۴] سرمشق رهبران شوروی برای تدوین سبکی هنری برای جامعهٔ 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 مقایسهٔ جریان‌های هنری فرانسه و روسیه پرداخت. این مقایسه از این نظر حائز اهمیت و به‌جا بود که روشنفکران روسی از جریان‌های روز جامعهٔ هنری فرانسه تاثیر بسیار می‌پذیرفتند و آشنایی با زبان فرانسوی نیز در میان جامعهٔ 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 جامعهٔ آرمانی آیندهٔ روسیه، راه را برای انقلابیون هموارتر می‌ساخت.

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

لئون تولستوی[۵] نویسندهٔ پرآوازهٔ 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 مژده‌ای برای نوع بشر، این‌چنین 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 بربنیاد عالی‌ترین ادراک حصول زمان، قرار داشت و همهٔ 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 آن‌زمان، 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 عالیه، هرگز هنر همهٔ مردم نتواند شد؛ از این جهت اگر هنر یک موضوع مهم و یک سعادت معنوی نظیر دین، برای همهٔ انسان‌ها ضروری و چشم‌ناپوشیدنی است، بایستی که در دسترس همگان باشد و اگر هنر نمی‌تواند هنر همهٔ 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 بدین‌سبب 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 رومانتیسیست‌ها تنها ارواح زیبا و از نظر پیروان نیچه[۶] تنها ابرانسان‌ها[۷] می‌توانند از عالی‌ترین لذات هنر بهره‌مند باشند و عامهٔ مردم شایستگی این ادراک را ندارند. به عبارتی دیگر، ایشان هنر را فقط متعلق به طبقات ممتاز جامعه می‌دانند. تولستوی معتقد است در روسیهٔ سال‌های پایانی قرن نوزدهم، آنانی که خود را به هنر سرگرم ساخته‌اند نیز نظرگاهی غیراجتماعی دربارهٔ 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 عالیه 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 مالیخولیایی را وصف می‌کند. اما در این میان، تولستوی قوی‌ترین وجه تشکیل‌دهندهٔ هنر طبقهٔ حاکم را، حس جنسی می‌داند که در نظرش پست‌ترین تمایلات انسانی است. تمامی آثار به جز مواردی استثنایی در شرح برهنگی و وصف دقایق و احساسات جنسی است. خصوصاً داستان‌های فرانسوی گویا محصول کار مردمی است که از جنون عشق[۸] در رنجند. و شگفت آن که، تمامی اروپا و آمریکا (و به‌تبع روس‌ها) از این جنون‌زدگان پیروی می‌کنند.

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

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 جامعهٔ انسانی که موضوعی ضروری و لازم است، زیرا افراد بشر را با احساساتی یک‌سان به یکدیگر پیوند می‌دهد »[۹].

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 جامعهٔ بشری به سمت تحول بزرگ‌تری پیش می‌رفت که البته در جهت ساده‌تر شدن زندگی و خوش‌بختی همهٔ 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 نظریهٔ تقسیم کار آدام اسمیت[۱۰] (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 چهرهٔ زمین را دگرگون ساخت، اما به استثمار بی‌رحمانهٔ انسان‌های بسیاری منجر شد.

«اسمیت معتقد است مهم‌ترین جنبهٔ زندگی اقتصادی تقسیم کار است؛ بنابراین کتاب خود را با این موضوع آغاز می‌کند. از نظر اسمیت، تقسیم کار سرآغاز رشد اقتصادی، توسعهٔ ثروت یا فراوانی در جامعه یا در مقیاس وسیع‌تر تجارت بین‌المللی است[۱۱]» (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 سادهٔ یک کارخانه یا در اثر تمرکز بر یک عمل تکراری ابداع شده‌اند. ایشان به‌تبع 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 دربارهٔ 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 همهٔ اعمال را یک نفر به تنهایی برعهده بگیرد و از هیچ دستگاهی، که خود نتیجهٔ 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 کارگر عادی را مثل می‌آورد که کتش، فرآوردهٔ پیچیدهٔ کار چوپان، پشم‌چین، 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 شیوهٔ زندگی را که ما به اشتباه آسان و ساده می‌پنداریم پیش ببرد. 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 نظریهٔ 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 اندیشهٔ 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 جامعهٔ بدون طبقه می‌بینند. 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 چالش‌کشیدن برخی گزاره‌های ایشان، فلسفهٔ نوینی را بنیان نهادند. شاید سنگ‌نوشتهٔ مقبرهٔ مارکس بهترین تعریف از فلسفهٔ مارکسیسم، به مثابه یک امر فرافلسفی، فراتر از گفت‌وگوهای سفسطه‌آمیز روشنفکرانه و تفاسیری رویاپردازانه از جهان است: «فلاسفه تنها به شیوه‌های گوناگون جهان را تفسیر کرده‌اند، اما مساله، هم‌اینک، تغییر آن است».

یکی از نظریات مطرح شده در فلسفهٔ مارکسیسم، ماتریالیسم تاریخی[۱۶] است، بدین‌معنا که فلسفهٔ مارکسیسم که خوانشی از فلسفهٔ ماتریالیستی فوئرباخ دارد، با توجه به تغییرپذیری ماده و تبدیل و تغییر همیشگی‌اش ماهیت جامعهٔ بشری را نیز در تغییر و تحول می‌بینند. دوران تکامل بشری مطابق نظریهٔ مارکس به ترتیب عبارتند از: کمون اولیه (دوران غارنشینی)، برده‌داری (تمدن‌های

تصویر ۱. **ال لیسیتسکی**، با گوهٔ سرخ، سفیدها را بزن!، 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[۱۷] یا سرمایه‌داری (از آغاز انقلاب صنعتی). مارکس و انگلس با توجه به این‌روند 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 نتیجهٔ توزیع ناعادلانهٔ ثروت، شکاف طبقاتی غیرقابل تحمل می‌شود و میزان نارضایتی بالا می‌رود. این‌ها همه زمینهٔ ظهور انقلابی جهانی را فراهم می‌آورد که با پیروزی آن جامعهٔ 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[۱۸] را منتشر کردند تا با آگاه ساختن کارگران، این امر تاریخی را تسریع بخشند. «مانیفست برنامهٔ اتحادیهٔ کمونیستی بود و چون اتحادیه شماری نماینده از پیشرفته‌ترین کشورهای اروپایی را دربرگرفته بود، جنبهٔ بین‌المللی داشت. از این‌رو نه شرایط کشور، بلکه اوضاع جهان سرمایه‌داری آن‌روز- در اساس کشورهای اروپای غربی و آمریکای شمالی- را می‌بایست مدنظر قرار داد» (محیط،۱۳۸۴: ۴۵۷و۴۵۸).

نظریهٔ ماتریالیسم تاریخی مارکس، خوانشی متفاوت از نظریهٔ تکامل برحسب دارایی است، چرا که مارکس عصر تجارت را پایان راه تکامل جامعهٔ 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 نقطهٔ عطفی در تاریخ نظریات اخلاقی است. در این کتاب او احساس هم‌دردی[۱۹] را مایهٔ پیوند افراد جامعه با هم می‌داند.

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

مارکسیست‌ها با بازبینی هنر از دریچهٔ 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 نشات می‌گیرد اما منشاء ایدئولوژی هنرمند نیز در لایه‌های روانی وی و خاستگاه اجتماعی اوست. در دیدگاه مارکسیستی طبقهٔ اجتماعی هنرمند نیز می‌تواند در این امر تاثیرگذار باشد. و البته بی‌شمار هنرمندان در طول تاریخ در خدمت اربابان ثروت‌مندشان به خلق آثاری مطابق با ذائقهٔ ایشان پرداخته‌اند. «این وضع تا زمانی معمول بود که هنرمندان، چون یک طبقهٔ 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 طبقهٔ کارگر صنعتی قرن نوزدهم را به ضابطه درآورده، و به شکل منظمی توسعه داده، و مشتاق‌ترین هواخواه آن بودند، همه از طبقهٔ بورژوا[۲۰] بودند» (هاوزر، ۱۳۵۹ : ۱۲۰و۱۲۱).

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 استتیکی مارکس: گفتارهایی دربارهٔ استتیک مارکسیستی(۱۹۶۵) که برگردان انگلیسی آن با نام هنر و جامعه (۱۹۷۳) به چاپ رسید، به بازبینی 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 (استحالهٔ 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 می شوند. هنر، که نمایندهٔ انسانیت انکارشده است، با جامعه‌ای که انسانی نیست به ضدیّت برمی‌خیزد؛ و جامعه نیز با هنرمندی که از کالا شدن تن می‌زند و مادام که سعی می‌کند که انسانیتش را آشکار سازد، ضدیّت می‌ورزد» (سانشز واسکز، ۱۹۶۵: ۹۹).

هنرمند طی یک تجربهٔ 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 تجربهٔ منحصر به فردش نیز حلقهٔ اتصالی است میان او و جامعه‌اش و سوم، اثر هنری در دیگران مؤثر می‌افتد. این نکتهٔ پایانی از این جهت برای معتقدان به هنر متعهد اهمیت دارد که: « با آن‌که هنر ارزش ذاتی دارد، اما این را نباید به‌معنای بی‌دلیل بودن آن گرفت، اما این فردیت، فردیتی واقعی و ملموس است، نه چیزی مجرد که در حاشیهٔ 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: ۹۳و۹۴).

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

تصویر۳. **کاشائف**، همه با هم به برف‌زدایی از ریل‌های راه‌آهن می‌پردازیم. سپس یاری‌رسانی به مردمان گرسنه سرعت می‌گیرد، ۱۹۲۲.
توضیح: کودکان گرسنه‌اند. نان تمام شده، اما کمک‌ها در راه هستند.

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

که: «هیچ هنری نیست که از تاثیرات اجتماعی برکنار مانده باشد و در عوض، هیچ هنری هم نیست که در جامعه مؤثر نبوده باشد. هیچ جامعه‌ای از حق تملک هنر خاص خود، و در نتیجه، از حق خود به تاثیر 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

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 جزئیت‌های 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، ناهمانندترین 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: به‌این‌معنا که هنرمند، انسان زمان خویش، جامعهٔ خویش، فرهنگ جزئی و طبقهٔ اجتماعی خویش است. هر هنر بزرگ در خاستگاه‌هایش جزئی است، اما از نظر نتایجش کلی است» (همان: ۹۶و۹۷).

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 برهم‌می‌زند؛ 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 پدیدهٔ تهی‌شدن از انسانیت[۲۲] بایستد. برای مثال در یونان باستان هنر در خدمت دولت‌شهر بود و به‌کل سیاسی شد. در قرون وسطی در خدمت دین بود و بنابراین هنر متاثر از ایدئولوژی مذهبی، مردم و اشیاء را در پرتوی از واقعیتی فراجهانی (خداوند) می‌دید. پس هنر به امری برای بیان ارزش‌های اجتماعی بدل شد و هنرمند خود را جزئی از اجتماع احساس کرد.

ما به‌تدریج 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 دربارهٔ 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 زمانهٔ 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 مسلطِ اندیشه‌های طبقهٔ حاکم است. موارد افراطی نیز که به‌موجب آن طبقهٔ حاکم چندان پوسیده و تباه شده است که نیازی نابه‌هنجار دارد که با اندیشه‌های طبقه‌ای به جنب و جوش درآید که خود را آمادهٔ نابودی او می‌کند، و از این‌رو به لحاظ مادی به فرارسیدن این طبقهٔ دشمن یاری می‌رساند، باری، این حالت نیز مسائل صرفاً جامعه‌شناسی را به ذهن متبادر می‌کند. اما سطحی که طبقهٔ حاکم بر پایهٔ آن منافع ایدئولوژیکی خود را برمی‌آورد، مقدار هنر دروغینی که به عنوان هنر حقیقی برای ارضای توده‌ها به جریان درمی‌آید» (رافائل، ۱۹۸۱: ۱۶۰و۱۶۱).

«سرمایه‌گذاری عظیم و هزینه‌های مالی فراوان برای پیش‌بُرد 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 می کند» (خاوری نژاد،۱۳۹۴: ۱۶ و ۱۷).

از نگاه برخی متفکران مارکسیست مانند روژه گارودی[۲۳]، 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 اُلیگارشی 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 می سازند 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. اندیشهٔ 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 سازندهٔ 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. [...]

فاجعهٔ 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: ۳۱و۳۷).

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 اندیشهٔ مارکسیستی، نظام استثمارگر از توسعهٔ علوم و فنون بهره می‌جوید حال‌آن‌که دربارهٔ هنر این نفع مستقیم وجود ندارد. اما از سوی دیگر حتی شکل نظام حاکم بر بازار هنر تاثیر می گذارد و از آن‌جا که هنرمند نیز باید جایگاه خود را در میان سایر پیشه‌ها بیابد و جذب سرمایهٔ بیشتر برای وی نیز (همانند هر انسان دیگری) موفقیت محسوب می‌شود، هنر زمانه را متاثر می‌سازد.

«در سراسر دوره‌های بحرانی، روابط میان هنر و توده‌ها و هنر طبقهٔ 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 همهٔ 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 :۱۶۳و۱۶۴).

مارکس در کتاب نظریهٔ ارزش افزوده، هنر را نیز در جامعهٔ سرمایه‌داری نوعی کسب‌وکار می‌داند که از هدف والای خود دور افتاده و اثر هنری نیز به مثابه یک کالا اسیر چرخهٔ بازتولید می‌شود: «برای بررسی رابطهٔ 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 شیوهٔ تولید سرمایه‌داری و شیوهٔ تولید در سده‌های میانه هم‌خوانی می‌یابد. اگر خود تولید مادّی 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 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 بورژوایی قلمداد می‌شد.

تبلیغات سیاسی در شوروی

ورود اندیشهٔ 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 اَبَرقدرت، خطرناک و قدرت‌مند شده بود، بلکه برای امنیت داخلی‌شان نیز خطری جدی تلقی می‌شد، چرا که اینک شبح 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، پروپاگاندای سیاسی و بروز آن در جامه 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 دهۀ ۵۰ تا اواسط دهۀ 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»

تصویر۵. **بروفکوف**، فقط دور بریزشان!، مابین سال‌های ۱۹۲۲ تا ۱۹۳۰.

(خاوری‌نژاد ،۱۳۹۴: ۱۴).

توتالیتاریسم[۲۶] یا تمامیت خواهی، به حکومت‌های تک‌حزبی با یک ایدئولوژی واحد و یک رهبر اطلاق می‌شود. مطابق آراء برخی اندیشمندان چون هانا آرنت[۲۷] حکومت شوروی یکی از نمونه‌های توتالیتاریسم به شمار می‌رود. «اما برخی نیز بر این باورند که انقلاب اکتبر[۲۸] ۱۹۱۷م و سال‌های پس از آن نقطهٔ آغاز تبلیغات سیاسی جدید است. با پایان یافتن جنگ جهانی اول و حاکم شدن دوران جهان‌بینی‌های توده‌ای و توسعهٔ عقاید مکتبی، از تبلیغات به عنوان ابزاری بسیار مؤثر برای پیش‌بُرد اهداف استفاده شد و آلمان هیتلری و شوروی به عنوان دو حوزهٔ بسیار قدرت‌مند در زمینهٔ 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 گفتهٔ 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 همهٔ اعصار طبقه حاکم کوشیده 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[۳۰] 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[۳۱])، شرکت در جنگ، خنثی‌کردن تبلیغات مخالفین و... یاری رساند. روی‌هم‌رفته 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: «مقولهٔ 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[۳۲] (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 پدیدهٔ 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 عقیدهٔ جدید و ششم عمل براساس عقیدهٔ جدید. می توان 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 نگه‌دارد، 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: «شیوهٔ 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 فاصلهٔ میان دو جنگ جهانی آبستن 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: ۳۱و۳۲).

این حیلهٔ روان‌شناسانه در تبلیغات سیاسی همواره به کار می‌آید و وسیلهٔ اجرایی شدن آن نیز رسانه‌ها هستند. «از این منظر می توان تبلیغات سیاسی را مجاب‌سازی هدف‌مندی دانست که به منظور اهداف جهان‌بینانه، سیاسی یا تجاری، به واسطهٔ انتقال کنترل شده پیام‌های یک‌طرفه (که ممکن است برپایهٔ حقیقت باشند یا نباشند) از مجاری رسانه‌های گروهی دانست که مستقیم تلاش می‌کند بر احساسات، رفتارها، نظرات و اعمال مخاطبِ 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 پدیدهٔ 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 مبلّغ استفاده می‌شود، می‌توان به سه شیوهٔ عمده برای مجاب کردن و ترغیب در عرصهٔ سیاست اشاره کرد: شیوهٔ 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 فاصلهٔ میان دو جنگ جهانی، آبستن 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 ۶. **ویکتور کورتسکی**، کارگران سراسر جهان و زحمت‌کشان مستعمرات تحت ستم: پرچم لنین را بالا ببرید، ۱۹۳۲.

بدین‌وسیله تبلیغات سیاسی با تکرار گستردهٔ 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 جملهٔ مایاکوفسکی[۳۵] باشد: «امروز باید با مشت آهنین بر جمجمهٔ جهان کوبید!» (محمدی، ۱۳۹۱:۱۷۴).

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

یعنی جنبهٔ 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 پوسترهای 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 شیاد 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 می کرد. 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 می کردند. چیزی که در این میان به‌خوبی به‌چشم 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 پیش‌بُرد 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، توسعهٔ 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 شیوهٔ رسمی خود با هرگونه رهیافت دگراندیشانه مقابله کند. در این فضا، شاهد عدم توسعه‌یافتگی سیاسی و تکثرگرایی فرهنگی،کنترل

تصویر۷. **کورابلوا ورا سرگئیونا**، 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 ارعاب، دو روی یک سکه را بازمی‌نمایند؛ در صورتی که تنها بخشی از این نظر درست است. هر جا توتالیتاریسم سلطهٔ مطلق پیدا کند، تلقین را جایگزین تبلیغات می‌کند و خشونت را کمتر برای به وحشت‌انداختن 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، به‌کار می‌بندد» (آرنت، ۱۳۸۸: ۱۰۱و۱۰۲).

آرنت با مطالعهٔ 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 ارعاب و عوام‌فریبی کاسب‌کارانه نیز اشاره می‌نماید: «تمایز قائل

شدن میان آیین عقیدتی خاص کسانی که مشرّف به کیش جنبش شده‌اند و تبلیغ ویژهٔ نوآموزان خارجی جنبش، در زمان پیش از به قدرت رسیدن جنبش صورت می‌گیرد. رابطهٔ میان تبلیغات و تلقین، از یک‌سو به حجم جنبش بستگی دارد و از سوی دیگر، به فشار خارجی. هر چه جنبش کوچک‌تر باشد، انرژی بیشتری صرف تبلیغات خواهد شد، و هراندازه از جهان خارج فشار بیشتری بر رژیم‌های توتالیتر وارد شود-فشاری که حتی در پشت پردهٔ آهنین نیز نمی‌توان نادیده‌اش گرفت- دیکتاتورهای توتالیتر فعالانه‌تر تبلیغ خواهند کرد. نکتهٔ 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 ارعاب همراه است، به موازات تواناتر 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؟ آرنت توضیح می‌دهد که در این حالت تبلیغات حذف می‌شود اما ارعاب همواره پابرجاست: «باید گفت که تبلیغات بخشی از جنگ روانی به شمار می‌آید، اما ارعاب چیز دیگری است. ارعاب، حتی پس از آن‌که رژیم توتالیتر به اهداف روان‌شناختی‌اش دست می‌یابد، هم‌چنان به کار گرفته می‌شود: کارکرد واقعی ارعاب در این است که بر مردمی یک‌سره مطیع حاکم می‌شود. در جایی‌که فرمانروایی ارعاب به کمال خویش می‌رسد (مانند اردوگاه‌های کار اجباری) تبلیغات یک‌سره ناپدید می‌شود. به سخن دیگر، تبلیغات یکی از مهم‌ترین ابزارهای توتالیتاریسم در معامله با جهان غیرتوتالیتر است، حال آن‌که ارعاب، ویژگی اصلی حکومت به شمار می‌آید. هم‌چنان‌که در کشورهای دارای حکومت قانونی، وجود قوانین، به شمار کسانی که این قوانین را زیرپا می‌گذارند بستگی ندارد، وجود ارعاب در حکومت‌های توتالیتر نیز به عوامل روان‌شناختی یا ذهنی، بستگی اندکی دارد» (همان: ۱۰۵و 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 واپس‌ماندن از زندگی یا سهمی نداشتن در دستاوردهای کشور و مفاهیمی از این دست باشد و البته ارعاب، 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، مردم را با واپس‌ماندن از خط سیر تاریخ و زمان و بیهوده ضایع کردن زندگی تهدید می‌کنند، درست هم‌چنان‌که نازی‌ها نیز مردم را از زندگی برخلاف قوانین جاودانهٔ 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 اندیشمندانِ همراه و هم‌نشین حکومت تثبیت می‌شود. به بیان دیگر ماهیت علمی همان القای ایدئولوژی حاکم به عنوان حقیقت محض است.

مروری بر تاریخچهٔ سیاسی اتحاد جماهیر شوروی

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

«ولادیمیر ایلیچ اولیانوف در ۱۸۷۰م درشهر سیمبیرسک (که سال‌ها بعد نامش را به اولینوفسک تغییر دادند) در خانوادهٔ 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 نقشهٔ 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 دههٔ ۱۸۹۰ اولیانوف به پطرزبورگ آمد تا به وکالت دادگستری بپردازد و مطالعات مارکسیستی خود را تکمیل کند» (کار، ۱۳۷۱ :۲۱و۲۲).

اولیانوف در دوران دانشجویی به فعالیت‌های انقلابی پرداخت و به دلیل پخش اعلامیه‌های انقلابی در میان کارگران کارخانه، به زندان افتاد و سپس به سیبری تبعید شد. در سیبری او مقدمات تشکیل یک حزب انقلابی را در ذهن ترسیم کرد. برای این‌کار 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 می رسید تا این‌که برای نخستین بار در سال ۱۹۰۱ امضای لنین بر پای مطالبش دیده شد. لنین 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

تصویر۸. **دراژکوف** و **گرانوویسکی**، ارتش سرخ توسط حزب بزرگ لنین-استالین سازمان‌یافته، پرورش داده شده و شکست‌ناپذیر است، ۱۹۳۹.

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 نامنسجم را موجب شد. شورش‌های پراکنده و اعتصاب‌ها تا سال ۱۹۰۶ ادامه داشت، اما با سرکوبی رژیم قدرت‌مند تزار به شکست انجامید. لنین 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 سوسیالیستی‌بود[۳۶].

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 رُزا لوکزامبورگ[۳۷]، برتراند راسل[۳۸]، اما گلدمن[۳۹] و کارل کائوتسکی[۴۰] مردود بود. تحقق سوسیالیسم در کشوری فئودالی چون روسیه بنا به‌نظریهٔ ماتریالیسم تاریخی ناممکن می‌نمود، بنابراین خوانش دیگری از مکتب مارکسیسم با نام مارکسیسم-لنینیسم[۴۱] توسط لنین 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 [فرهنگ‌نامهٔ اندیشهٔ مارکسیستی؛ مدخل "مارکسیسم-لنینیسم"]،۱۳۸۸:۵۹۷).

روی‌هم‌رفته مارکسیست-لنینیست‌ها با پشتوانهٔ 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 تاثیر منفی آن بر سوسیالیسم حقیقی بودند. ایشان در مقالات متعدد علاوه بر زیر سوال‌بردن مبانی انقلاب، سیاست‌های پیگیری شده در شوروی را نیز به چالش می‌کشیدند[۴۳].

لنین به تربیت دوبارهٔ این دسته از روشنفکران و پالایش 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 بهانهٔ ظرف زمانی و انتظار برای سپری شدن یک روند تاریخی، از کنش انقلابی دست برداشت.

تصویر۹. **دولگروکوف**، دشمن را در هم خواهیم شکست!، ۱۹۴۵.

تصویر ۱۰. **ای. ام. توئیدز**، برای سرزمین مادری‌مان، ۱۹۴۳.

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 کنگرهٔ 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 شوروی 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 ۳۱ساله 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 به‌وجود 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 پنج‌سالهٔ اول و دوم برای توسعهٔ صنعتی کشور در زمانی کوتاه، در زمان استالین مطرح

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 دامنهٔ انتقادات به او را افزایش داد، بحث توسل به سرکوب و ایجاد خفقان سیاسی و تصفیهٔ بسیاری از مقامات ارشد و میانی حزب کمونیست و نهادهای نظامی و امنیتی شوروی بود[...] البته بزرگ‌ترین قربانیان این تصفیه‌ها، نویسندگان و هنرمندان بودند. تصفیهٔ بزرگ[۴۶] 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: ۱۲۶و۱۲۷).

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 شاهد عینی‌ای نیز از وی نام نمی‌برد. اما امروزه استالین محوریتی یافته که درکتاب‌ها و زندگی‌نامه‌ها یا حتی کتاب‌های درسی از وی به عنوان یکی از ستون‌های اصلی انقلاب اکتبر یاد می‌شود.

یکی از نقاط سیاه پروندهٔ سیاسی استالین، وجود اردوگاه‌های کار اجباری یا گولاگ[۴۷]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 بدین‌ترتیب 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 موازنهٔ وحشت[۵۱] که در سال ۱۹۵۵م. توسط لستر پیرسون[۵۲] سیاست‌مدار کانادایی مطرح شد به جای موازنهٔ قدرت[۵۳] به‌کار 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 ... اصطلاح جنگ سرد کم کم وارد ادبیات سیاسی شد و جنگ تبلیغاتی دائم میان این دو به نقطهٔ 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 کارآمدن گورباچف[۵۴] ادامه داشت. در حوزهٔ هنرهای تجسمی و خصوصاً در هنر پوستر، گاه وعدهٔ 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 همکاریش 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. روسیهٔ 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[۵۵]، سیاست‌های استالین‌زدایی[۵۶] آغاز شد و گشایش بیشتری در فضای ادبی و هنری اتفاق افتاد. «سخنرانی تاریخی خروشچف و گزارش در باب کیش شخصیت و عواقب آن[۵۷] در بیستمین کنگرهٔ حزب کمونیست در تاریخ ۲۵ فوریه سال ۱۹۵۶م. و اعتراض صریح به سال‌ها تصفیه و کشتار بزرگان شوروی توسط استالین و اعادهٔ حیثیت از بسیاری از آن‌ها و هم‌چنین انتقاد از "کیش شخصیت" استالین به نقطهٔ 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 پایان‌دادن به اردوگاه‌های کار اجباری (گولاگ) بود. [...] همچنین شرایط زندان‌ها در شوروی بهبود پیدا کرد. کالبد استالین از کنار مقبرهٔ 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: ۱۳۷و۱۳۸).

اتحاد شوروی سرمایه‌گذاری در فن‌آوری‌های پیشرفته را آغاز کرد

و در ۴ اکتبر ۱۹۵۷م سفینهٔ فضایی اسپوتنیک ۱[یک][۵۸] را به فضا فرستاد. شوروی موفق شد در سال ۱۹۶۱ نخستین انسان (یک مرد به‌نام یوری گاگارین[۵۹]) را به فضا بفرستد. شوروی هم‌چنین در سال ۱۹۶۳ افتخار فرستادن نخستین زن فضانورد والنتینا 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 یکه‌تازی در عرصهٔ علم نیز بود. از دیگر حوادث این دوره تشکیل بلوک شرق در اروپا بود. «شوروی در شرق اروپا، میان خود و غرب، کشورهایی حائل ایجاد کرد که به دولت‌های اقماری معروف بودند و در حکم ضربه‌گیری در زمان بحران‌های سیاسی و نظامی عمل می‌کردند» (خاوری‌نژاد،۱۴۰:۱۳۹۴).

خروشچف در پی یک کودتای درون حزبی به رهبری لئونید برژنف[۶۳] برکنار شد. برخی دوران زمامداری برژنف را دوران فساد و رکود می‌نامند. « البته برخی بر این باور بودند که به علت ارتقای استانداردهای زندگی، افزایش امنیت اجتماعی و کاهش نابرابری اجتماعی می‌توان دوران برژنف را از موفق‌ترین اعصار در شوروی دانست، اما روی‌هم‌رفته دوران زمامداری وی در شوروی به محل بحث و مجادله تبدیل شد. بسیاری بر این باورند که هزینه‌های نظامی و سرمایه‌گذاری‌های کلان بر روی پروژه‌های فضایی که در مقابل، موجب کاهش هزینه برای ارائهٔ خدمات دولتی به مردم می‌شد، موجب کاهش رفاه و هم‌چنین 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 اسلام‌گرای مجاهدین از سوی غرب و آمریکا حمایت می‌شدند و سرمنشاء گروه‌های تروریستی چون القاعده شدند. در آن دوران حکومت افغانستان سوسیالیستی بود و بنابراین از حمایت اتحاد جماهیر شوروی بهره‌مند بود. آندروپوف[۶۴] پس از مرگ برژنف به رهبری برگزیده شد و برای اصلاحات سیستم دیوان‌سالاری شوروی تلاش کرد، اما تلاش‌هایش به نتیجهٔ چشم‌گیری منجر نشد. در ادامه، دورهٔ چرننکو[۶۵] نیز ادامهٔ رکود اقتصادی و نارضایتی در جامعه بود.

در این دوران تبلیغات غرب و رسانه‌های جمعی سرمایه‌داری نیز شدت گرفت. برای مثال تبلیغات گستردهٔ 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، بازی‌های دورهٔ بعد در سال ۱۹۸۴ آمریکا تحریم شد. آوازهٔ 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 سوسیالیستی بود و شخصیتی متفاوت از سایر رهبران این کشور نشان داد. در سال ۱۹۸۵ جانشین چرننکو شد و به عنوان فردی اصلاح‌طلب تحولاتی عمیق را در جامعه، دولت و نظام حکومتی شوروی ایجاد کرد. [...] او رهبری برژنف را پایین‌ترین سطح سوسیالیسم توصیف کرد [...] وی در کنگرهٔ بیست و هفتم حزب کمونیست در فوریهٔ ۱۹۸۶ برنامهٔ اصلاحی خود را تحت چهار عنوان گلاسنوست[۶۶]، پرسترویکا[۶۷]، دموکراتیزاتسیا[۶۸] و در انتها اوسکورنیه[۶۹] مطرح کرد» (خاوری‌نژاد،۱۳۹۴: ۱۵۱). در دورهٔ گورباچف روابط با غرب افزایش یافت و مفهوم آزادی‌های مدنی تغییر کرد. نیروهای شوروی سرانجام در سال ۱۹۸۹ خاک افغانستان و هم‌چنین مغولستان را ترک کردند. از اتفاقات مهم دورهٔ او فروپاشی بلوک شرق در سال ۱۹۸۹بود. فروریختن دیوار برلین به مدد تبلیغات غرب، به یکی از نقاط عطف تاریخ و نمادی از پیروزی آزادی‌خواهی در کشورهای سوسیالیستی بدل شد و مسلماً تمامیت ارضی شوروی را نیز تحت تاثیر قرار داد. «منظور او از دموکراتیزاتسیا ایجاد شرایطی برای حضور چند نامزد و نه چند حزب در انتخابات محلی حزب کمونیست و شوراها بود تا در نتیجهٔ آن احتمال ورود افراد جوان‌تر اصلاح‌طلب به درون ساختار حزب بیشتر شود» (خاوری‌نژاد،۱۳۹۴: ۱۵۵).

اما با اجرای سیاست‌های اقتصادی گورباچف، بهبودی در وضعیت اقتصادی شوروی حاصل نشد. تندروهای شوروی در اعتراض به سیاست‌های اصلاحی او در آگوست ۱۹۹۱ به کودتایی نافرجام دست زدند. این کودتا سه روز گورباچف را در حبس خانگی نگاه داشت اما با حمایت‌های مردمی کودتا پایان یافت. گورباچف پس از کودتا به تصفیهٔ 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 صورت‌های بروز توتالیتاریسم در هنر، به فراخور زمانه تغییر می‌کند. در هنگامهٔ انقلاب و در سال‌های نخست حکومت سوسیالیستی، درون‌مایهٔ پوسترها معطوف به جهان‌بینی بلشویکی، شور و خشم انقلابی، بیان نفرت از درباریان، زمین‌داران و کشیشان بود. از سوی دیگر بحران قحطی که از سال ۱۹۰۵ و آغاز جنگ روسیهٔ تزاری با ژاپن، در برخی نقاط روسیه مردم را به ستوه آورده بود و بر آتش مخالفت‌ها دامن می‌زد، تا سال‌های پیش از انقلاب هم‌چنان دامن‌گیر مردم بود[۷۰]. لنین و یارانش دلیل این قحطی را در احتکار محصولات توسط کولاک[۷۱]ها و سودجویی آن‌ها می‌دانستند و به تبع پوسترهای بسیاری با مضمون گرسنگی فراگیر منتشر می‌شد.

مفهوم مخالفت با طبقهٔ اشراف، درباریان و کشیش‌ها پس از قدرت گرفتن بلشویک‌ها و محکم‌ترشدن پایه‌های حکومت سوسیالیستی، صورتی کلی‌تر نیز به خود رفت و نوک پیکان انتقاد اکنون به سوی

کاپیتالیسم و نماینده‌اش ایالات متحدهٔ 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 توسعهٔ عمرانی 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 نقطهٔ عطفی در تبلیغات سیاسی تبدیل شد. در دوران استالین، اتحاد جماهیر شوروی با چندین برنامه، چالش و رویداد روبه‌رو شد: تشکیل مزارع اشتراکی (کالخوز) برای توسعه و نوسازی کشاورزی، طرح‌های پنج سالهٔ 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 دربارهٔ 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 سالهٔ اول و دوم[۷۲] برای تبدیل اتحاد شوروی به یک ابرقدرت اقتصادی ضروری بود. در پوسترهایی که مردم را به

تصویر ۱۱. **سیوینسکی**، پیروزی برنامهٔ پنج ساله ضربه به سرمایه‌داری است، ۱۹۳۱.

پیوستن به این طرح‌ها تشویق می‌کنند، رویکردی مشابه پوسترهای کالخوز اتخاذ شده است و گاه توسعهٔ صنعتی وکشاورزی در قالب اعداد و ارقام بر روی پوسترها منعکس شده است. نکتهٔ 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 جامه‌ای سرخ رنگ در پوسترها جلوه‌گر شد. روس‌ها که میهن خود را سرزمین مادری[۷۳] می‌خواندند و بر این نبرد جنگ مقدس[۷۴] یا جنگ میهن‌پرستانهٔ 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، دست‌مایهٔ خلق آثار بسیاری از جمله پوستر شد. از آن‌جایی‌که، شوروی در جنگ جهانی دوم در جبههٔ 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 شیادان 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 متحدهٔ 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 متحدهٔ آمریکا را دروغ‌گو و شیاد 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 جنبهٔ 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 اصلاح‌طلبانهٔ گورباچف (پرسترویکا[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 مسابقهٔ فضایی اشاره داشتند. با آغاز پرسترویکا فرصت تغییراتی نسبی در شوروی فراهم شد و در حکم یک نقطهٔ پایان برای جنگ سرد بودکه دهه‌ها نیروی سیاست، اقتصاد، هنر و بسیاری از حوزه‌های دیگر را به‌شدت صرف خود کرده بود» (خاوری‌نژاد، ۱۳۸۸: ۲۸۶).

تصویر ۱۲. **ویکتور کورسکی**، "دموکراسی" آن‌ها (اشاره به سرکوب جنبش‌های کارگری و دانشجویی چپ‌گرا در غرب)، ۱۹۷۱.

اصلاحات گورباچف البته رویکرد پوسترها را تغییر داد و البته دیری نپایید که زمینهٔ 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 مبلّغ اهداف سیاسی تبدیل می‌شود، گونهٔ جدیدی از هنر رخ می‌نماید. «واژهٔ آژیت‌پراپ[۷۷] از ترکیب دو واژهٔ پروپاگاندا و آژیتاتسیا[۷۸] در سال ۱۹۲۰ به‌وجود آمده است. از آن زمان به بعد در اتحاد شوروی همواره و همه‌جا به چشم می‌آمد. از پوسترهای 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 پوسترهای 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 اَجیت پراپ (آژیت پراپ) می‌گویند نیز معمول بود که از نظریه‌پردازان و مبدعان این شگرد در شوروی می‌توان دو نظریه‌پرداز مارکسیست، گئورکی 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[۷۹] ابداع شد که بخشی از کمیته‌های مرکزی و منطقه‌ای حزب کمونیست اتحاد جماهیر شوروی[۸۰] بود و بعدها به دفتر جهان‌بینی[۸۱] تغییر نام پیدا کرد» (همان : ۳۶ و۳۷).

یکی از شخصیت‌های فعال در آژیت‌پراپ، ولادیمیر مایاکوفسکی بود. او هم در برخی سروده‌هایش 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 گزینهٔ 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، رئالیسم‌سوسیالیستی[۸۲] بود. «رئالیسم‌سوسیالیستی نوعی واقع‌گرایی نوین بود که در شوروی دوران به قدرت رسیدن استالین در ۱۹۲۴ به‌وجود آمد. مشخصهٔ این سبک، خلق تصاویر خوش‌بینانه از زندگی در شوروی بود که با سبکی رئالیستی ترسیم می‌شد. دکترین این سبک توسط ماکسیم گورکی[۸۳] در کنگرهٔ نویسندگان شوروی در سال ۱۹۳۴ مطرح شد. در نقاشی نمود رئالیسم سوسیالیستی، ارائهٔ 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[۸۴] 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 تایید حکومت تا سال‌ها رویهٔ غالب بسیاری از هنرمندان موافق شوروی بود.

«واقع‌گرایی سوسیالیستی دوران استالین که نمود اولیهٔ آن در طرح پنج سالهٔ اول او پدیدار شد، به مدل‌های قدیمی‌تر هنر روآورد و ضمن ستیز با فرمالیسم هنری که نمایندهٔ هنر منحط 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 این‌رو، 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)

پرتره‌هایی 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 دلاوری‌های 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 این‌صورت 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 جنبهٔ انقلابی و تکاملی هستی بودند» (همان: ۷۶۳).

از ویژگی‌های بارز و مشترک در تمامی این آثار می‌توان به

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 می آمد. روی‌هم‌رفته، روح شادی، امید و نیروبخشی در این آثار موج می زد، 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 متاثر 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[۸۵] منتقد هنری مشهور آمریکایی در مقالهٔ تاثیرگذاری به نام "آوانگارد و بنجل" [۸۶] 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 تاثیرات 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 تاثیر بر مخاطب بود» (همان: ۷۶۱).

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

تروتسکی که از دوستان دیه‌گو ریورا[۸۹] و فریدا کالو[۹۰] نیز بود، هنر دیه‌گو ریورا را ستود و آن را هنر انقلابی راستین خواند: «در زمینهٔ نقاشی، انقلاب اکتبر، بزرگ‌ترین مفسران‌اش را نه در شوروی بلکه در مکزیک دوردست 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 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 نمایندهٔ هنر شوروی می‌دانند، حال‌آن‌که روسیهٔ شوروی بهره‌مند از میراث ارزش‌مند هنرمندان پیش‌رو، حتی پیش از انقلاب نیز آبستن 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 بیافزایند. برخی آثار به جای مانده از هنرمندان پیش‌روی روس در زمرهٔ بهترین کارهای نمایندهٔ مکاتب مدرن و پست‌مدرن قرار دارند.

هنرمندان روس در سال‌های واپسین پیش از انقلاب، به نوآوری‌ها و تجاربی دست زدند که از جملهٔ آن‌ها می‌توان به سبک‌های ریونیسم[۹۱]، سوپره‌ماتیسم[۹۲]، کانستراکتیویسم[۹۳] و فوتوریسم[۹۴] اشاره کرد. در این میان، سبک فوتوریسم تاثیر به‌سزایی در طراحی پوسترها برجای نهاد و البته دیدگاه کانستراکتیویستی جز تاثیرات شگرف در معماری و مجسمه‌سازی، الهام‌بخش طراحی پوستر هم بود.

سوپره‌ماتیسم یا والاگرایی یک جنبش هنری مدرن بود که از فرم‌های سادهٔ 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 ریشهٔ جنبش‌های پیشتازی چون ریونیسم و سوپره‌ماتیسم 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 اطمینان جزمی‌اش را از دست می‌داد. مسیحیت بی‌هیچ درنگی راه زوال می‌پیمود، و فلسفه‌هایی که به گونه‌ای توانستند جانشین آن شوند با تاکیدی 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 جاافتاده‌اش همیشه پیش‌تاز بود. در ۱۹۱۵ او مکتب هنری خودش را شکل داد و نام آن را سوپره‌ماتیسم نهاد» (کریگان، ۱۳۸۷: ۱۲۸) مالویچ، پایه‌گذار سوپره‌ماتیسم، این جنبش را این‌گونه تعریف می‌کرد: «آن‌چه را که من سوپره‌ماتیسم می‌نامم برتری احساس ناب در هنر خلاق است. پدیده‌های بصری دنیای عینی در نظر هنرمند سوپره‌ماتیست به خودی خود بی‌معنی‌اند و آن‌چه معنی دارد احساس است، آن هم احساسی کاملاً مجزا از محیطی که آن را موجب شده باشد»

تصویر ۱۳. **برزوفسکی**، به افتخار ک.پ.اس.اس.ا؛ مأموریت‌های فضایی وودستاک ۱ وودستاک ۲ وودستاک ۳، ۱۹۶۲.

(پاکباز، ۱۳۶۹ :۵۲۴).

علاوه بر تغییر در اعتقادات و اندیشه‌های مردم، نمی‌شود تاثیر 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 خاصِ دوران ماقبل صنعتی به‌شمار می‌رفت، متجلی گردید. وسیلهٔ 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 گفتهٔ مشهور لوکوربوزیه[۹۸] خانه، ماشینی برای زندگی کردن در آن می‌بود[۹۹]، کار هنری سوپره‌ماتیستی را می‌توان ماشینی برای زندگی کردن به همراهش نامید. [...] سال‌های پیش از انقلاب (۱۹۱۷-۱۹۱۳) سال‌های اقدام مشترک علیه آکادمیسم استقرار یافتهٔ نظام کهن بود؛ سال‌های پس از انقلاب، دوران گسترش، پیروزی، تبلور و جدایی بود. این مرحلهٔ 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 د استیل[۱۰۰] 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 صفحهٔ نقاشی حذف شده باشند» (کریگان، ۱۳۸۷: ۱۲۸).

در آن زمانهٔ پرآشوب، گفتمان رایج میان روشنفکران، رابطهٔ 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 شبیه مدرسهٔ 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 جریانات 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 پطرزبورگ 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 شیفتهٔ سرعت بودند و سیمای شهرها را برای زندگی ماشینی امروز نامناسب قلمداد می‌کردند[۱۰۱]. جوانان فوتوریست ایتالیایی یا قربانی جنگ جهانی اول شدند یا در مسابقات اتوموبیل‌رانی جان سپردند. اما جنبش فوتوریسم در روسیه که تحت‌تاثیر بیانیه‌های آنان آغاز شد، مسیری درخشان و تاریخ‌ساز را پیمود. دیری نگذشت که فوتوریسم روسی خصوصیاتی منحصر به فرد یافت و در گیرودار جو ملتهب جامعهٔ 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 بودندکه 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، به بوتهٔ فراموشی یا به عبارتی به زباله‌دان تاریخ بسپرد. [...] بنیان‌گذار این سبک، نویسنده و نقاش ایتالیایی، فیلیپو توماسو مارینتی[۱۰۲] بود. وی در سال ۱۹۰۹ در روزنامهٔ 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: ۴۴و۴۵).

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

شکل گرفت. محورهای اصلی این مکتب ادبی عبارت بودند از: عصیان‌گری، روحیهٔ انقلابی و تحول‌خواهی، جهان‌بینی آنارشیستی، 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، تاثیری شگرف بر هنر زمانهٔ 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 خاطرهٔ جمعی مردم کشورشان جاودانه شد. در آن دوران که جامعهٔ روسیه در تب و تاب انقلاب و جنگ داخلی بود، گروهی از جوانان فوتوریست نیز در اندیشهٔ درهم‌شکستن سنت‌های پیشین و برانداختن طرحی نو بودند.

شاعران فوتوریست روس قواعد شعر کهن روسی را درهم شکستند 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[۱۰۳].

از چهره‌های مطرح فوتوریسم که هنرش را در خدمت آژیت‌پراپ به کار بسته بود، می‌توان به مایاکوفسکی اشاره کرد. او که هم در زمینهٔ شعر و هم در زمینهٔ طراحی پوستر آثار باارزشی از خود به جای گذاشته بود، تاثیری شگرف بر سایر نویسندگان و هنرمندان چپ‌گرای جهان برجاین‌هاد.

غلیان‌های درونی مایاکوفسکی در همراهی با روح آشوب‌گرانهٔ انقلاب، قرار یافت و دست‌مایهٔ 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 اخلاق‌محور بودن دین ناامید شد. انسان معاصر به دین و اخلاقیات تازه‌ای نیازمند بود که در گرو دعوت به نفی عشق بورژوایی، شعر بورژوایی و هنر بورژوایی بود» (محمدی، ۱۳۹۱: ۱۷۵).

در ادامهٔ راه جنبش‌های آوانگارد، اختلاف آراء بین هنرمندان سبب شدکه تعدادی از هنرمندان راه متفاوتی را در پیش بگیرند و شاخه‌ای جدید را به‌وجود 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 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 استپانووا 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 بورژوایی سدهٔ نوزدهم بود» (رید، ۱۳۷۱: ۳۷۷)

کانستراکتیویسم شاید در نگاه نخست جنبشی مدرن و مشابه سبک‌های انتزاعی دیگر چون پوریسم[۱۰۴] یا کوبیسم[۱۰۵] 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 مردهٔ 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 پایهٔ بینش مثبتی از زندگی، به هنری متناسب عظمت خودش نیاز خواهد داشت و آن را به عرصهٔ زندگی فراخواهد خواند» (همان: ۳۸۹).

کانستراکتیویسم رابطهٔ 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 ارادهٔ فردی باشد، پس چگونه می‌توان مشابهت عجیب آثار هنری را در دوره‌های مختلف تاریخ توضیح داد؟» (همان: ۲۲۳). برای مثال پوستری از ال لیسیتسکی[۱۰۶] به نام سفیدها را با گوهٔ سرخ بزن! در سال ۱۹۱۹ منتشر شد که برخی آن را در ردهٔ کانستراکتیویسم روسی جای می‌دهند. این پوستر با پیام بصری صریح، با گوهٔ سرخ و نوک‌تیز که به جان دایرهٔ 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

تماشاگر باقی نمی‌گذارد.

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

پوسترهای شوروی

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

لنین که از تبلیغات سیاسی برای پیش‌بُرد اهداف انقلاب بهره می‌برد، از پوستر 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 پوسترها را می‌توان در دوره‌های تاریخی گوناگون مورد بررسی قرار داد اما از آن‌جایی‌که برخی مضامین در دوره‌های زمانی گوناگون تکرار شده‌اند، می‌توان پوسترها را به تفکیک موضوع نیز واکاوی کرد[۱۰۷].

موضوعات محوری در پوسترهای شوروی

انقلاب اکتبر و دستاوردهای آن

پس از انقلاب اکتبر و تشکیل اتحاد جماهیر شوروی و به‌تبع، تغییر در وضعیت زندگی مردم، لزوم تطابق با شیوهٔ جدید زندگی در کشوری سوسیالیستی و توجیه این تحولات و رویدادها احساس می‌شد. در برخی پوسترها انقلاب اکتبر به مثابه قیامی آزادی‌بخش ترسیم می‌شد و لنین به عنوان شخصیت هدایت‌کنندهٔ توده‌های مردم حضور فعالی داشت. پررنگ شدن نقش رهبری در اتحاد شوروی در دورهٔ استالین به کیش شخصیت[۱۰۸] منتهی شد.

دستاوردهای انقلاب اکتبر گاه عینی و ملموس بودند و در قالب نمایش بهبود زندگی مردم تصویر می‌شدند و گاه دستاوردها آرمانی بودند و انقلاب اکتبر به مثابه تحقق رویایی ایدئولوژیک و امیدی به آیندهٔ بهتر (نه تنها برای اتحاد شوروی، بلکه برای تمام کارگران جهان) بود. ارج نهادن به انقلاب اکتبر 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 پوسترهای این رده را دربرمی‌گیرند.

پوسترهای بسیاری نیز دربارهٔ پیشرفت‌های عمرانی و توسعهٔ کشاورزی وجود داشت که آینده‌ای با رفاه بیشتر را نوید می‌داد و گاه در کنار تصویر و شعار اصلی، دربارهٔ 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 پوسترهای اقتصاد سوسیالیستی بودند.

مذهب‌ستیزی

مذهب‌ستیزی در پوسترهای 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 فلسفهٔ 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 تودهٔ مردم دانست.

قحطی

در سال ۱۹۰۵، ورود روسیهٔ 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. لنین و یارانش در این زمینه به دهقانان و کارگران آگاهی‌رسانی می‌کردند و ریشهٔ این معضل را در سودجویی کولاک‌ها می‌جستند. آن‌ها مردم را به انقلابی سراسری فرامی‌خواندند. شورش‌های پراکنده سرانجام به انقلاب اکتبر منجر شد. پوسترها در این دوران نقشی کلیدی در آگاهی‌رسانی بازی کردند. این پوسترها نخستین اعلان‌های انقلابی بودند که پیش از وقوع انقلاب اکتبر و در دوران شورش‌ها نقشی کلیدی در جهت‌دادن به اعتراض‌ها و شعله‌ور ساختن آتش خشم مردم داشتند. در این زمان، پوسترهایی با مضمون یاری‌رسانی به نقاط دیگر کشور، خطر فراگیر قحطی عمومی، شیادی زمین‌داران و درخواست کمک از مناطق حاصل‌خیزتر منتشر می‌شد.

تصویر۱۴. **کرشنین** و **نادژدین**، به افتخار نخستین زن فضانورد!، ۱۹۶۳.

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 محتضر و استخوان‌های پراکنده در بیابانی تفته از یک‌سو، و ثروت‌مندان شکم‌برآمده 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 توطئهٔ دشمنان تصویر می‌شود.

فریب‌کاری دشمنان

[فریب‌کاری ارتش سفید و کولاک‌ها/ فریب‌کاری دشمنان شوروی/ فریب‌کاری سردمداران جهان سرمایه‌داری]

پیش از وقوع انقلاب اکتبر و در سال‌های نخستین تشکیل اتحاد جماهیر شوروی، موضوع دشمن فریب‌کار معطوف به فریب‌کاری 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 برعلیه 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 منعکس‌کنندهٔ نظرات و موضع‌گیری‌های حزب کمونیست دربارهٔ 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.

فریب‌کاری سرمایه‌داری از وجه ایدئولوژیک آن نیز موضوعی مهم در تبلیغات سیاسی شوروی است. مقایسهٔ 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 حالی‌که 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 بحبوحهٔ 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، دربارهٔ 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 پوسترهای 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 پوسترها کمرنگ شد.

پیام‌های اخلاقی

انسان پروردهٔ شوروی می‌بایست جوانی نمونه و سالم می‌بود و از عادت‌های زشت دوری می‌گزید. در پوسترهایی 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 پوسترها این عادات 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 پوسترها بدل شد.

تجلیل از قهرمانان و نامداران شوروی

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

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 پوسترهای شوروی از چند جهت حائز اهمیت بود، نخست آن‌که به طبقهٔ 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 پوسترهای 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 زمینهٔ 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 پوسترهای دوران استالین بود. فراخوان مردم گاه در کنار کیش شخصیت استالین و گاه تنها در سیمای پرشور و شادمان دختران و پسران جوان در پوسترها خودنمایی می‌کرد.

شرکت در جنگ

[ترس از زمانی که دشمن به خانه‌های ما حمله کند/ مام میهن/ قهرمانی‌های سربازان ارتش سرخ]

پوسترهای جنگ از نظر موضوع به چند دسته تقسیم می‌شدند: **اگر دشمن پیروز شود...**: پوسترهایی با مضمون مادری روس با فرزندی در آغوش که اکنون آماج حملهٔ دشمنان نازی شده‌اند یا ویرانی‌هایی که فاشیست‌ها به بار خواهند آورد. این پوسترها 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: پوستر 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 پوسترهای زمان جنگ جهانی دوم به کار رفته است؛ گاه این مادر سرخ‌پوش نکته‌ای را خاطر نشان می‌کند (دربارهٔ خطر فاشیسم، فریبکاری 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 خاطرهٔ آن‌ها در ذهن سرزمین مادری‌شان باقی خواهد ماند. تجلیل از این قهرمانان گمنام موضوع بسیاری از پوسترها، نقاشی‌ها و تندیس‌ها بود.

تصویر۱۵. **نیکلای لیتوینوف**، بگذارید صلح باشد، ۱۹۵۹.

صدور انقلاب

برخی پوسترهای شوروی به تبلیغات برون‌مرزی دربارهٔ انقلاب جهانی کارگری اشاره دارند. در این پوسترها شوروی به‌عنوان کانون امید کارگران و آزادی‌خواهان جهان و لنین (و به‌تبع 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 تاکید بر صلح و دوستی بین ملت‌های گوناگون درون‌مرزی احساس می‌شد. پوسترهایی نیز به این مهم اختصاص داده شده‌اند.

از سایر موضوعات پوسترهای 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 عام‌النفعه و انتخابات اشاره کرد.

تکنیک‌های اجرا در پوسترهای شوروی

لوبوک: این نوع چاپ، سبکی در تصویرسازی روسی بود که در آن 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 رنگ‌آمیزی 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 ویترین مغازه‌ها یا مکان‌های عمومی نصب می‌شدند. این شیوهٔ 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 پوسترهای 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 آتی‌اش) دههٔ بیست و سی میلادی دانست. [...] تمام تلاش سیاسی هنر چپ و تمام آرمان آن را می توان در این حکم خلاصه کرد: بیننده نباید هیپنوتیزم شود و تنها از زیبایی هنر لذت ببرد. لذت البته هم‌چنان آرمان هنر چپ نیز هست» (رضایی‌راد،۱۳۹۱: ۷۱و۷۳). در بسیاری از پوسترهای 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 شیوهٔ رئالیسم سوسیالیستی به هنرمند برای بیانی آرمانی کمک شایانی می‌کردند. در برخی موارد نیز هنرمندان کار را با رنگ‌وروغن 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، عمدهٔ 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 گزندهٔ 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. فئودال‌ها و درباریان با شکم‌های برآمده، ظاهر تن‌پرور و لباس‌های سیاه و مرتب به نمایش گذاشته می‌شدند. سرمایه‌داری نیز گاه به شکل مردی موذی با کلاه استوانه‌ای منقوش به پرچم آمریکا تصویر می‌شد. تصویر سرمایه‌داری که البته خوارشمردن شخصیت عمو سام آمریکایی نیز بود، به عنوان شمایلی محبوب در آمریکا به موجودی شرور و حیله‌گر در شوروی قلب شده بود. در جنگ جهانی دوم چهرهٔ

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 میانهٔ 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، توسعهٔ آموزه‌های 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 متحدهٔ آمریکا در دوران جنگ سرد، موجب اهمیت تبلیغات سیاسی به عنوان ابزاری برای پیش‌بُرد منافع رهبران شوروی شد. شدت و وسعت این تبلیغات بسته به دورهٔ تاریخی تغییر می‌کرد.

در دورهٔ رهبری لنین و آغاز شکل‌گیری حکومت، موضوع اصلی مقابله با دشمنان داخلی و ترغیب طبقهٔ کارگر به مشارکت بود. سپس با روی کار آمدن استالین موضوع طرح‌های پنج ساله، کامسامول و پیوستن به جبههٔ نبرد در جنگ جهانی دوم بود، در زمان رهبری خروشچف تاکید بر دستاوردهای فن‌آوری بود و بالاخره در دورهٔ گورباچف و آغاز اصلاحات از شر و شور اولیهٔ 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 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 گستردهٔ 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 این‌حال، درک محتوای پیام آن‌ها در اغلب موارد، حتی بدون خواندن نوشته‌ها برای تمام بینندگان آسان و دست‌کم ممکن می‌نماید.

تجربهٔ 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 تاریخ مصرف‌دار 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 این‌صورت 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 ارائهٔ هنر توسط هنرمندان تجسمی بوده است.

نکتهٔ 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 متحدهٔ آمریکاست یا در پوستری دیگر از زنان شوروی تجلیل و در عین حال به پیشرفت‌های نظام سوسیالیستی اشاره می‌شود و در لایه‌ای 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 (The Soviet Union) (USSR) به کشوری پهناور

متشکل از روسیه و جمهوری‌های همسایهٔ 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. گئورکی والنتونوویچ پلخانوف (Georgi Valentinovich Plekhanov) (۱۸۵۶-۱۹۱۸)، نظریه‌پرداز و نویسندهٔ انقلابی و مارکسیست روسیه و شوروی.

۵. لِف نیکلایویچ تولستوی (تالستوی) یا لئو[ن] تولستوی (Leo Tolstoy) (۱۸۲۸-۱۹۱۰)، فعال سیاسی-اجتماعی و نویسندهٔ روسیه.

۶. فریدریش ویلهِلم نیچه (۱۹۰۰-۱۸۴۴) (Friedrich Wilhelm Nietzsche)، فیلسوف، شاعر، منتقد فرهنگی، آهنگ‌ساز و فیلولوژیست کلاسیک بزرگ آلمانی و استاد لاتین و یونانی و از چهره‌های تاثیرگذار بر فلسفهٔ 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. مقدمهٔ ناشر بر کتاب هنر چیست، لئون تولستوی، ترجمه: کاوه دهقان، انتشارات امیرکبیر،چاپ شانزدهم،۱۳۹۴.

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

۱۱. برای مطالعهٔ بیشتر: اسمیت، آدام، (۱۳۵۷) ثروت ملل، ترجمه: سیروس ابراهیم زاده، چ۱، تهران: انتشارات پیام.

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

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

۱۴. گئورگ ویلهلم فریدریش هگل (Georg Wilhelm Friedrich Hegel) (۱۸۳۱-۱۷۷۰)، 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 جامعهٔ انسانی و راه‌های دگرگونی آن را بیان می‌کند؛ مطابق این نظریه مادی‌گرایانه، جوامع انسانی مسیری تاریخی را طی می‌کنند و در نهایت رسیدن به جامعهٔ 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، ثروت‌مندان جامعه هستند. یک شیوهٔ تولید است که با انقلاب صنعتی و با انهدام شیوهٔ تولید فئودالی 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 سرمایه‌داری فرامی‌خواند. نقل‌قول‌های این کتاب تا به امروز بخشی از ادبیات سیاسی جنبش‌های چپ‌گرا و نقل‌قول‌های جهان سیاست هستند. برای مطالعهٔ 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 فلسفهٔ مارکسیسم به طبقهٔ سرمایه‌داران و صاحبان ابزارهای تولید و صنایع اطلاق می‌شود. حال آن‌که در لغت به معنای طبقهٔ متوسط مرفه با تمایلات مادی و اشرافی است. (در این پژوهش، تعریف مارکسیستی این واژه مدنظر است).

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

۲۲. dehumanization

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

۲۴. مارکس نظریه ارزش اضافی، بخش۱، مسکو ۱۹۶۳،ص۲۸۵ : نقل شده در سه پژوهش در جامعه‌شناسی هنر- نظریهٔ 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

۲۷. هانا آرنت (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 ایلیچ لنین به پیروزی رسید و به سقوط حکومت تزارها در روسیه و تشکیل اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی انجامید. مبنای نظری این انقلاب سوسیالیستی،مارکسیسم-لنینیسم‌بود.

۲۹. Propaganda

۳۰. persuasion

۳۱. کامسامول (Komsomol) اتحادیه جوانان کمونیست روسیه که در سال ۱۹۱۸ تاسیس شد و تا ۱۹۹۱ به فعالیت خود ادامه داد، ایدهٔ تشکیل این سازمان توسط لنین، دزرینسکی 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 (۲۰۰۷-۱۹۲۵) (William James McGuire) ، فیلسوف جامعه شناس آمریکایی.

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

۳۴. Nazi

۳۵. ولادیمیر ولادیمیرووویچ مایاکوفسکی (Vladimir mayakovski) (۱۸۹۳-۱۹۳۰) شاعر، نمایش‌نامه نویس و تصویرساز فوتوریست و انقلابیِ روسی بود.

او که از چهره‌های مطرح هنر شوروی بود در ۳۷ سالگی دست به خودکشی زد.
۳۶. برای مطالعه بیشتر : تاریخ روسیهٔ شوروی- کار-ج۲.
۳۷. رزا لوکزامبورگ (۱۹۱۹-۱۸۷۱) (Rosa Luxemburg) نظریه‌پرداز مارکسیست، فیلسوف، اقتصاددان، فعال ضدجنگ و سوسیالیست انقلابی لهستانی-آلمانی.
۳۸. برتراند راسل (۱۹۷۰-۱۸۷۲) (Bertrand Russell) فیلسوف، منطق‌گرا، ریاضی‌دان، تاریخ‌نگار، نویسنده، منتقد اجتماعی، فعال سیاسی انگلیسی.
۳۹. اما گلدمن (۱۹۴۰-۱۸۶۹) (Emma Goldman)، فعال سیاسی آنارشیست و نویسنده لیتوانیایی.
۴۰. کارل کائوتسکی (۱۹۳۸-۱۸۵۴)(Karl Kautsky) فیلسوف، روزنامه‌نگار و نظریه پرداز 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 فئودالیسم 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 فلسفهٔ مارکسیسم به طبقهٔ 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: یوسب بساریونیس دزه جوغاشویلی مشهور به ژوزف اِستالین (Joseph Stalin) (۱۹۵۳-۱۸۷۸) و ملقب به مرد پولادین، رهبر و سیاست‌مدار کمونیست شوروی بود که از اواسط دههٔ 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، نویسندهٔ 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 (۱۹۷۲-۱۸۹۷) (Lester Pearson) یک محقق، دولت‌مرد، سرباز، نخست وزیر و دیپلمات کانادایی بود که در سال ۱۹۵۷ برندهٔ 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. میخاییل گورباچف (Mikhail,Gorbachev) (...-۱۹۳۱) آخرین رهبر اتحاد جماهیر شوروی که سیاست‌های متفاوتش در مواجهه با جهان غرب، زمینه‌های فروپاشی را فراهم آورد.
۵۵. نیکیتا سرگئیویچ خروشچُف (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. والنتینا ولادیمیرونا تروشکووا (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
۶۲. Satellite states
۶۳. لئونید ایلیچ برژنف (Leonid Ilyich Brezhnev) (۱۹۸۲-۱۹۰۶) سیاست‌مدار و دبیر کل کمیته مرکزی حزب کمونیست اتحاد شوروی از سال ۱۹۶۴ تا ۱۹۸۲.
۶۴. یوری ولادیمیرویچ 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 چِرننکو (Konstantin Ustinovich Chernenko) (۱۹۸۵-۱۹۱۱) سیاست‌مدار و رهبر اهل اتحاد شوروی از تاریخ ۱۳ فوریه ۱۹۸۴ تا زمان مرگش.
۶۶. گشایش (Glasnost)
۶۷. بازسازی (Perestroika)
۶۸. دموکراتیک کردن (Demokratizatsiya)
۶۹. شتاب (در توسعهٔ اقتصادی) (Uskoreniye)
۷۰. برای مطالعه بیشتر: تاریخ روسیهٔ 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 دههٔ ۲۰ کولاک‌ها فعالانه به مقابله با آن پرداختند و با گسیل داردوسته‌های جنایت‌کار به نابودی و غارت مزارع اشتراکی اقدام نمودند. (به نقل از کتاب مایاکوفسکی دیگر، گزیدهٔ 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 سال۱۹۹۲ 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. آلکسی ماکسیموویچ پِشکوف که با نام ماکسیم گورکی (Maxim Gorky) (۱۹۳۶-۱۸۶۸) شناخته می‌شود نویسندهٔ اهل روسیه و شوروی، از بنیان‌گذاران سبک ادبی رئالیسم سوسیالیستی، فعال سیاسی و پنج بار نامزد جایزهٔ نوبل ادبیات بود.
۸۴. social realism
۸۵. کلمنت گرینبرگ (Clement Greenberg) (۱۹۹۴-۱۹۰۹) منتقد هنری آمریکایی که نوشته‌هایش اثر ژرفی بر هنر نیمهٔ قرن بیستم آمریکا گذاشت و به تاثیر 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، لئون تروتسکی، ترجمه: رضا مرادی اسپیلی، تهران: دیگر.
۸۹. دیه‌گو ماریا دِلا کونسپسیون خوان نِپوموسِنو استانیسلائو دِلا ریورا ی باریِنتوس 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.

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) (۱۸۷۹-۱۹۳۵) 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 ژانِره-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 مطالعهٔ 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 پروژهٔ ویلا ساوا این شعار را درون‌مایهٔ اثرش قرار داد. برای مطالعهٔ بیشتر، نگاه کنید به: مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب، وحید قبادیان (۱۳۸۴).
۱۰۰. De Stijl
۱۰۱. برای مطالعهٔ 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 مطالعهٔ 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) (۱۹۰۰-۱۹۴۱) 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 مطالعهٔ بیشتر: هنر و القای ایدئولوژی، سعید خاوری‌نژاد، ۱۳۸۸، صص۲۸۳ تا ۳۸۶.
۱۰۸. cult of personality
۱۰۹. Lubki

فهرست منابع

الف/ کتاب‌های فارسی:

اسمیت، آدام، (۱۳۵۷)، **ثروت ملل**، ترجمه: سیروس ابراهیم‌زاده، چ۱ ،تهران: انتشارات پیام.
آتش‌برآب، حمیدرضا، (۱۳۸۸)، **عصر طلایی و عصر نقره‌ای شعر روس**، چ۱، تهران: نشر نی.
آرنت، هانا، (۱۳۸۸)، **توتالیتاریسم**، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: نشر ثالث.
باتامور و همکاران، (۱۳۸۸)، **فرهنگ‌نامهٔ اندیشهٔ مارکسیستی**، ترجمه: اکبر معصوم بیگی، تهران: انتشارات بازتاب نگار.
پاملیه، ژان میشل، (۱۳۵۸)، **لنین پیرامون هنر و ادبیات**، ترجمه: روبین، تهران: انتشارات باران.
پلخانوف، والنتینویچ گئورکی، (۱۳۵۷)، **هنر و زندگی اجتماعی**، ترجمه: منوچهر هزارخانی، تهران: انتشارات آگاه.
پلخانوف، والنتینویچ گئورکی، (۱۳۵۸)، **دربارهٔ هنر برای هنر**، ترجمه: فرشته مولوی، تهران: انتشارات شباهنگ.
تروتسکی، لئون، (۱۳۸۵)، **هنر و انقلاب**، نوشته‌هایی در ادبیات، سیاست و فرهنگ، ترجمه: رضا مرادی اسپیلی، چ۱، تهران: نشر دیگر.
تولستوی، لئو، (۱۳۹۴)، **هنرچیست؟**، ترجمه: کاوه دهگان، چ۱۶، تهران: انتشارات امیرکبیر.
خاوری‌نژاد، سعید، (۱۳۹۴) ، **هنر و القای ایدئولوژی (واکاوی تبلیغات سیاسی در آثار هنری شوروی)** ،چ۱، تهران: انتشارات دنیای اقتصاد.
رافائل، د.د، (۱۳۷۵)، **آدَم اسمیت**، ترجمه: عبدالله کوثری، چ۱، تهران: نشر طرح نو.
رافائل، ماکس، (۱۳۷۹)، **سه پژوهش در جامعه‌شناسی در هنر: پرودون،مارکس،پیکاسو؛ نظریهٔ مارکسیستی هنر**، ترجمه: اکبر معصوم‌بیگی، چ۱، تهران: نشر آگه.
رید، هربرت، (۱۳۵۳)، **هنر امروز**، ترجمه: سروش حبیبی، چ۱، تهران: انتشارات امیرکبیر.
رید، هربرت، (۱۳۶۲) **فلسفهٔ هنر معاصر**، ترجمه: محمدتقی فرامرزی، چ۱، تهران: انتشارات نگاه.
قبادیان، وحید، (۱۳۸۴)، **مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب**، چ۱۲، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
کار، ادوارد. هالت، (۱۳۷۱)، **تاریخ روسیهٔ شوروی، انقلاب بولشویکی**، ترجمه: نجف دریابندری، ج۱و۲، چ۱ تهران: نشر زنده‌رود.
گارودی، روژه، (۱۳۴۲)، **نگاهی بر تاریخ در هنر**، مقالهٔ «فاجعهٔ هنر امروز، اندر احوالات هنرمند و روشنفکر»، ترجمه: جمشید نوائی، تهران: انتشارات سپیده.
محیط، مرتضی، (۱۳۸۲)، **کارل مارکس: زندگی و دیدگاه او**، ج۱، چ۱، تهران: نشر اختران.
ولادیسلاو، زی‌من‌کو، (۱۳۵۷)، **انسان دوستی و هنر**، ترجمه: جلال علوی‌نیا، چ۱، تهران: انتشارات حقیقت.

ب/ مقاله‌های فارسی:

رضایی‌راد، محمد، (۱۳۹۱)، «ایده انقلابی مونتاژ»، نشریهٔ 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 نمونهٔ شعر فوتوریستی روسیه، نشریهٔ پژوهش ادبیات معاصر ایران، دورهٔ ۱۷، شمارهٔ ۲، صص ۱۷۷-۱۶۷.
هاوزر، آرنولد، (۱۳۵۸)، «تبلیغ، ایدئولوژی و هنر»، نشریهٔ 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: قطعنامه‌های حزب کمونیست روسیه (بلشویک) ۱۹۲۴-۱۹۱۷، انتشارات شورا، فروردین ۱۳۶۶،بریتانیا دربارهٔ اتحادیهٔ جوانان کمونیست روسیه (کامسامول) ،بازنویس: روبرت هاکوپیان، 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

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