

58. srečanje mladih raziskovalcev Slovenije 2024



**PROPAGANDA V DIKTATURI, TOTALITARIZMU IN
DEMOKRACIJI: PRIMERJAVA MED NACISTIČNO
NEMČIJO, SOCIALISTIČNO SOVJETSKO ZVEZO,
ZDA V HLADNI VOJNI IN PUTINOVO RUSIJO**

Raziskovalno področje: **ZGODOVINA**

Raziskovalna naloga

Avtorica: Maria Zhdanova

Mentor: Toni Klis, prof.

Maribor, februar 2024

POVZETEK

Ta raziskovalna naloga se osredotoča na propagando v dvajsetem in enaindvajsetem stoletju, saj je bil cilj raziskovati, kako se različni načini propagande uporabljajo in so se uporabljali v različnih političnih sistemih. Raziskovalna naloga opisuje propagando v diktatorski nacistični Nemčiji, komunistični Zvezi sovjetskih socialističnih republik, demokratičnih Združenih držav Amerike v času hladne vojne in sodobni Rusiji. Analizira propagandne sisteme vseh omenjenih držav skupaj s tem, kaj so sporočale širši javnosti. Opisana so sporočila propagande, način, kako so vlade sporočale svoja sporočila, in mediji, ki so jih pri tem uporabljale. Obravnava vidne primere iz vsakega od prej omenjenih obdobj propagande. Raziskovalna naloga nato primerja vse te propagandne tehnike – plakate, novice, izobrazbo, glasbo, filme in drugo – in poskuša razumeti, katere od njih so bile najbolj učinkovite in uspešne, pa tudi, ali ima režim same države vpliv na učinkovitost propagande

KLJUČNE BESEDE

- Propaganda
- Primerjava
- Nacistična Nemčija
- Sovjetska zveza
- Združene države Amerike
- Hladna vojna
- Sodobna Rusija

ZAHVALA

Rada bi se zahvalila svoji babici, katere kontroverzna mnenja o trenutnih političnih razmerah v Rusiji so navdihnili to raziskovalno nalogo. Zahvaljujem se tudi svoji teti, ki mi je pomagala pri oblikovanju zamisli za to raziskovalno nalogo. Zahvaljujem se mlajši sestri, ki mi je včasih pomagala oblikovati misli in se spomniti najosnovnejših besed, ki sem jih ves čas pozabljala.

Rada bi se zahvalila svoji terapevtki, ki mi je veliko časa pomagala snovati ideje, kaj točno želim vključiti v to raziskovalno nalogo, in mi pomagala premagati jezo, ki sem jo čutila v določenih delih procesa pisanja. Zahvaljujem se ji tudi za to, da mi je pošiljala veliko koristnih, avtentičnih virov.

Rada bi se zahvalila svoji najboljši prijateljici, ki je veliko časa in energije porabila za popravljanje mojih slovničnih napak in poskrbela, da je moje pisanje zvenelo bolj povezano in pravilno. Rada bi se ji zahvalila, ker je bila eden glavnih razlogov, da med pisanjem te raziskovalne naloge nisem obupala.

Predvsem bi se rada zahvalila svojemu mentorju, ki je porabil veliko časa za branje tega, kar sem napisala, pa tudi za to, da me je nenehno opominjal, naj citiram svoje delo, česar seveda do zadnjega trenutka nisem storila. Rada bi se mu zahvalila za njegovo potrpežljivost, trdo delo in podporo med celotnim procesom. Brez njegove pomoči te raziskovalne naloge ne bi bilo.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD.....	1
2 METODOLOGIJA.....	2
2.1 Cilji.....	2
2.2 Hipoteze.....	2
2.3 Metode dela.....	2
3 KAJ JE PROPAGANDA?.....	3
4 NACISTIČNA NEMČIJA.....	4
4.1 Filmi.....	5
4.1.1 Žid Süß.....	5
4.1.2 Obtožujem.....	6
4.1.3 Triumf volje.....	7
4.2 Časopisi.....	8
5 SOVJETSKA ZVEZA.....	10
5.1 Plakati.....	10
5.1.1 Rojstvo komunistične države.....	11
5.1.2 Nova ekonomska politika.....	12
5.1.3 Petletni načrti.....	13
5.1.4 Velika patriotska vojna.....	14
5.1.5 Hladna vojna.....	16
5.1.6 Smrt komunistične države.....	18
6 ZDA V HLADNI VOJNI.....	19
6.1 Propaganda v demokraciji.....	19
6.1 Filmi.....	20
6.2 Umetnost in šport.....	21
6.3 Izobrazba.....	22
7 SODOBNA RUSIJA.....	25
7.1 Glasba.....	26
7.2 Televizija.....	27
7.3 Izobrazba.....	28
8 PRIMERJAVA.....	29
9 ZAKLJUČEK.....	31
10 DRUŽBENA ODGOVORNOST.....	32
11 VIRI IN LITERATURA.....	33

KAZALO SLIK

Slika 1: Paul Joseph Goebbels.....	4
Slika 2: Hitler in Goebbels gledata posnetke novega zvočnega filma “Barcarole”.....	5
Slika 3: Plakat filma Žid Süß.....	6
Slika 4: Plakat filma Obtožujem.....	7
Slika 5: Plakat filma Triumf volje.....	8
Slika 6: Plakat, na katerem piše, “Ti, si se prijavil kot prostovoljec?”.....	12
Slika 7: Konstruktivistični plakat, ki spodbuja branje knjig in izobraževanje.....	13
Slika 8: Plakat, na katerem piše, “Udarjamo po psevdo udarcih”.....	14
Slika 9: Plakat, na katerem piše, “Napoleon je bil poražen. Enako se bo zgodilo arogantnemu.....	15
Slika 10: Plakat, na katerem piše, “Domovina-mati te kliče!”.....	16
Slika 11: Plakat, na katerem piše, “Smo miroljubni ljudje, a naš oklepni vlak je pripravljen”.....	17
Slika 12: Plakat, na katerem piše, “Na “bolniškem”, dvomim, da za zaužitje vodke “Stoličnaja” potrebuješ bolniškega”.....	18
Slika 13: Plakat filma o James Bondu “Iz Rusije z ljubeznijo”.....	21
Slika 14: Rudolf Nurejev v predstavi Le Corsaire Nurejeva.....	22
Slika 15: Prizor iz filma “Kako prepoznati komunista”.....	24
Slika 16: Uradni simbol ruske posebne vojaške operacije s podnapisom “#SvojihNeZapuščamo”.....	25
Slika 17: Nastop pevc Šamana.....	26
Slika 18: Komik Jevgenij Petrosjan se šali o ruskem plinu.....	27
Slika 19: Nov učbenik zgodovine za 11. razred.....	28

1 UVOD

Ko pomislimo na propagando, najprej pomislimo na plakat strica Sama "Hočem, da si v ameriški vojski" ali na pretežno rdeče plakate Sovjetske zveze. Čeprav vsi vemo, da propaganda obstaja, nas večina ne razume, kaj to sploh je, in ne opazimo, kdaj smo ji izpostavljeni. Da bi bolje razumeli, kako se propaganda uporablja in se še vedno uporablja, bom v tej raziskovalni nalogi analizirala glavne zgodovinske dogodke 20. in 21. stoletja ter kako so ti dogodki vplivali na propagando v državah, ki so jih prizadeli. Poleg tega bom analizirala propagando, ki se je uporabljala v tistih časih, ter preučila tehnike in metode, uporabljene za spodbujanje ideologije posameznih vlad.

2 METODOLOGIJA

2.1 Cilji

Cilji te raziskovalne naloge so razumeti, kako različni režimi uporabljajo propagando, da bi prepričali širšo javnost, naj verjame v to, kar vlada širi, primerjati propagando v totalitarni diktaturi, komunizmu, demokraciji in samooklicani demokraciji, razumeti, kako delujejo različne oblike propagande.

2.2 Hipoteze

Hipoteza 1: Demokratična družbenopolitična ureditev ne uporablja propagande.

Hipoteza 2: Propaganda se uporablja za vplivanje na čustva, misli in svetovni nazor prebivalstva.

Hipoteza 3: Propaganda se prilagodi družbenim vrednotam.

2.3 Metode dela

Za doseg svojih ciljev bom analizirala zgodovinske dogodke, propagando v teh režimih in različno literaturo. Udeležila bom tudi predavanje ruske zgodovinarke Tamare Eidelman na sorodno temo.

3 KAJ JE PROPAGANDA?

Propaganda, namerno širjenje informacij za vplivanje na mnenja, vedenje in prepričanja, ima zgodovinsko podlago, ki sega v “Congregatio de Propaganda Fide”, ki ga je leta 1622 ustanovila Katoliška cerkev (Smith, 2024). Izraz je povezan z nujno potrebo po prepričevanju velikega občinstva, da podpre določene cilje (Smith, 2024).

Propagandisti, tisti, ki ustvarjajo in širijo propagando, uporabljajo različne medije, vključno s televizijo, knjigami, revijami, plakati in družbenimi mediji, pri čemer se namerno osredotočajo na različne skupine občinstva na podlagi demografskih razlik. Ključni taktični ukrepi so čustvena privlačnost, vzpostavljanje stika z občinstvom in poenostavljanje zapletenih vprašanj. Tehnike, kot so ponavljanje, izkoriščanje negativnih stereotipov, selektivna predstavitev podatkov, ki podpirajo ideologijo, cenzura, simbolika in druge, zagotavljajo, da informacije pustijo trajen vtis (Smith, 2024).

V političnem in zgodovinskem kontekstu ima propaganda različne namene, vključno s cenzuro, pristranskim poročanjem in manipulacijo z informacijami. Ti elementi skupaj tvorijo pripoved, ki podpira vplivne ideologije in pomaga ohranjati nadzor nad posamezniki z vplivanjem na javno mnenje v skladu s prevladujočo ideologijo.

Propaganda je tako komunikacijsko kot taktično orodje za nadzor, vpliv in oblikovanje pripovedi, ki ohranja trenutne položaje vladajočih. Razumevanje zgodovinskega ozadja propagande pomaga ceniti njene trajne učinke na skupnosti in nenehni boj za preglednost in resnico sredi zavajajočih informacij. Prav tako omogoča vpogled v to, kako so posamezniki oblikovali svoje poglede na lastno državo (Eidelman, 2022).

Ključni vidik moči propagande je njena sposobnost oblikovanja odnosov, prepričanj in vedenja ljudi, da se uskladijo s prevladujočo družbeno podobo. Ta manipulacija se pogosto uporablja za spodbujanje določenih vrednot, ideologij in norm, da bi se okrepila moč vladajočega razreda in družbena kohezija.

Propaganda spodbuja občutek skupinske identitete, je spodbujanje miselnosti “mi proti njim”. To nasprotovanje krepi skupinsko kohezijo in omogoča razvoj skupne zgodovine s poudarjanjem dosežkov, preteklosti in skupnih sovražnikov skupine. Zgodovinska poročila se lahko revidirajo ali reinterpretirajo, da se bolje uskladijo z nastajajočo zgodbo. Te manipulacije lahko vključujejo poudarjanje dosežkov, omalovaževanje pomanjkljivosti ali predstavljanje dejstev na način, ki ugodno prikazuje vlado.

4 NACISTIČNA NEMČIJA

Za pozitivno javno podobo nacističnega režima v Nemčiji je bil odgovoren dr. Paul Joseph Goebbels, nemški filolog, politik, minister za propagando in glavni propagandist Tretjega Rajha. Goebbels je izdelal tako močno propagandno strategijo, ki je še danes ni uspelo preseči. Odgovoren je bil za množično sovraštvo do Judov, hitro širjenje nemških idealov in množično sežiganje knjig, ki niso podpirale nacističnega režima. Uničevali so knjige izseljencev in izdajalcev, ki niso podpirali nove Nemčije, pa tudi marksistična, komunistična in boljševistična dela ter mnoge druge (Heiber, 2024).

Nacistična propaganda je Nemce nenehno opozarjala na boj proti sovražnikom in tako spodbujala mentaliteto "mi proti njim", ki deluje tako, da skupine ljudi postavlja drugo proti drugi in največkrat poudarja razlike med omenjenimi skupinami in eno prikazuje kot nadrejeno drugi. Klasičen primer teh razlik je poudarjanje telesnih kontrastov, večkrat domnevne nečistosti drugih. *"'Oni', v tem primeru Judje, ... so umazani, smrdljivi, deformirani, ... medtem ko smo 'mi', v tem primeru Ariji, neoporečni, čisti, urejeni."* (Eidelman, 2022, str. 17, prevod avtorice). Propaganda, ki je ustvarjala to mentaliteto, je bila pogosto uporabljena za ustvarjanje prostora, ki ni le dopuščalo nasilja nad sovražniki, temveč je Nemce tudi spodbujalo k ukrepanju proti Judom (Eidelman, 2022).



Slika 1: Paul Joseph Goebbels (PBS American Experience)

4.1 Filmi

Nacistična propaganda je poleg cenzure medijev skušala medije nadomestiti z novimi vsebinami, ki so ustrezale ideologiji njihove stranke. Tako Hitler kot Goebbels sta bila velika ljubitelja filma, zato sta razumela njegovo moč. Zavedala sta se, da so filmi eden od najlažjih in najmočnejših načinov za širjenje ideologije, saj ljudem omogočajo vizualizacijo idej. Filmi so bili glavni razširjevalci antisemitizma, nemške superioriosti in zla sovražnikov, kot so jih opredelili nacisti (Kürten, 2020).

Največji filmski studio v Nemčiji je bil Universum-Film Aktiengesellschaft. Ko je Goebbels dobil visok položaj v stranki, je bil eden njegovih prvih ukazov, da nacisti prevzamejo studio, tako da bo postal del vlade. Nemška filmska industrija je poskušala predelati priljubljene ameriške filme, pri čemer je določene ideje, ki niso podpirale njihove ideologije, cenzurirala ali pa jim dodala prepričanja, ki jih je želela, da bi jih imeli gledalci. Ustvarjali so tudi filme, katerih edini cilj je bil pranje možganov, da bi javnost verjela v nacistične ideale. Judje so bili vedno prikazani kot nečloveški, infiltrirani uničevalci arijske družbe. Po porazu Nemčije v prvi svetovni vojni so bili za neuspeh krivi Judje. Prikazani so bili tudi kot manipulativni zapeljivci, ki skušajo zapeljati čiste arijske ženske (Quinn, 2019).



Slika 2: Hitler in Goebbels gledata posnetke novega zvočnega filma "Barcarole" (Alamy)

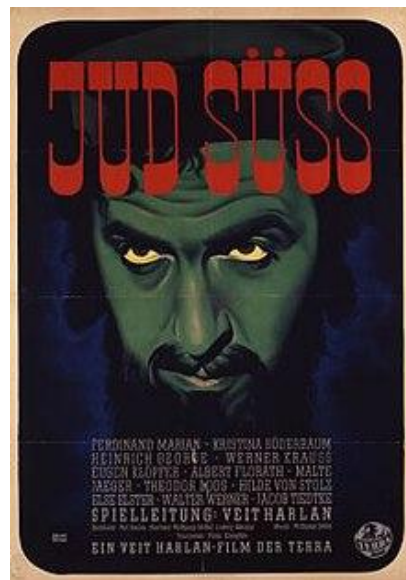
4.1.1 Žid Süß

Film Jud Süß (Žid Süß) je izšel leta 1940, film prikazuje zgodbo Josepha Süssa Oppenheimerja, judovskega finančnega svetovalca v Nemčiji v 18. stoletju. Goebbels je naročil film, ki ga je posnel Veit Harlan. Film rahlo temelji na življenju resničnega Süssa, ki je bil finančni svetovalec Karla Aleksandra, naslednika württemberskega vojvode. Süß je bil njegov svetovalec v vseh možnih vidikih in je dejansko nadzoroval državo namesto vojvode.

Država je bila v finančnem propadu, zato je v boju proti temu zviševal davke, ustanavljal proizvajalce tobaka in svile ter drugo. Ko je vojvoda nenadoma umrl, so Süssa obsodili. Ta pa je priznal vse, kar je sodišče zahtevalo. Sodišče ga ni moglo usmrtiti zaradi sprememb, ki jih je uvedel, zato je potrebovalo drugi razlog za kazen. To je bilo v njegovem primeru dejstvo, da je bil Jud in je imel spolne odnose z arijskimi ženskami. To se je izkazalo za resnično, saj je bilo ugotovljeno, da je imelo veliko žensk razmerja z njim; ena od njih je imela z njim celo otroka (Eidelman, 2022).

V filmu je Süss prikazan kot očarljiv človek, ki si hitro pridobi vojvodovo zaupanje. Dobi položaj njegovega svetovalca in takoj začne manipulirati s finančnimi razmerami v državi, da bi obogatel on in judovska skupnost. Prikazano je, kako izkorišča Nemce in ima spolne odnose z arijskimi ženskami, s čimer še dodatno spodbuja antisemitsko razpoloženje, da so Judje grožnja arijski rasi. Ko v filmu umre vojvoda, Süssa aretirajo in po sojenju usmrtijo. Film se konča s sporočilom, da je njegova usoda upravičena kazen za njegova dejanja, pa tudi za dejanja Judov zaradi njihovih zločinov nad Nemci.

Film velja za najbolj znan in uspešen propagandni film nacistične Nemčije. Bil je tudi finančno uspešen, saj si ga je ogledalo več kot 20 milijonov ljudi. Heinrich Himmler, vodja SS, je člane SS in policije celo spodbujal, naj si ga ogledajo (Link, 2023).



Slika 3: Plakat filma Žid Süß (Wikipedia)

4.1.2 Obtožujem

Film Ich klage an (Obtožujem), ki je izšel leta 1941 je film, ki je skušal javnost prepričati, da se strinja z evtanazijo invalidnih in neozdravljivo bolnih ljudi, znano tudi kot program Akcija T4. Film je o doktorju Thomasu Heytu, ki je na vrhuncu svoje kariere. Zaljubi se v lepo Hanno Heyt, s katero se poroči. Pozneje ugotovita, da ima bolezen, ki je ni

mogoče ozdraviti. To pomeni, da bo njegova žena umirala dolgo in boleče. Hanna je prosila Thomasa, naj ji da smrtonosno injekcijo, saj ni želela več trpeti. V filmu se Thomas težko odloči, vendar ji na koncu pomaga pri samomoru. Večji del filma se odvija na sodišču, kjer poskušajo odločiti, ali je kriv za smrt svoje žene ali pa je upravičeno pomagal pri njeni smrti. Na koncu Thomas sodišče obtoži krutosti, ker poskuša preprečiti takšne smrti.

Film velja za enega najnevarnejših propagandnih filmov, saj je izjemno lepo napisan in še danes postavlja pod vprašaj našo moralnost. Film je javnost prepričal, da bo pomoč pri samomoru dejansko pomagala ljudem, saj ne bo podaljševala njihovega trpljenja, in s tem je bil sprejet program Akcija T4. Številne ljudi, ki so bili invalidi ali so trpeli zaradi neozdravljivih bolezni, so nato odpeljali z njihovih domov in jih ubili. Vsi ti umori pravzaprav niso bili namenjeni pomoči tistim, ki so želeli umreti, ampak so predvsem želeli ustvariti superiorno raso, kakršno so želeli oblikovati nacisti (Quinn, 2019).



Slika 4: Plakat filma Obtožujem (Kinopoisk)

4.1.3 Triumf volje

Triumph des Willens (Triumf volje), dokumentarni film Leni Riefenstahl, ki je izšel leta 1935, je nastal po naročilu nacistične vlade. Film povečuje nacistično gibanje in Hitlerja ter prikazuje kongres nacistične stranke leta 1934 v Nürnbergu. Film se začne s posnetkom prihoda Hitlerja v Nürnberg, s čimer želi poudariti njegovo navdušujočo prisotnost. Prvi posnetki prikazujejo cerkve in stavbe v mestu, ki so prekrite z nacistično ikonografijo, kar povezuje stabilnost in bogastvo preteklosti z novim režimom. Hitler se spusti iz zraka, kot da

bi se spuščal z nebes. Ko se vozi skozi mesto, je njegova prisotnost tako očarljiva, da ga otroci gledajo s spoštovanjem, mačke pa se obračajo, da bi ga pogledale. Film prikazuje vse dogodke in govore na kongresu ter prikazuje nacistične voditelje in Nemčijo kot združeno pod Hitlerjevo vladavino. Dokumentarni film je bil posnet tako, da so bili vsi posnetki vizualno navdušujoči. Film poudarja moč vojske, saj prikazuje sinhronizirano gibanje tisočih vojakov in posnetke vojaške opreme. V filmu je veliko prizorov, v katerih vojaki hodijo, s čimer poskušajo prikazati njihovo navidezno neskončno število.

Film ne pripoveduje zgodbe, posreduje le sporočilo. Osredotoča se na izjemnost Hitlerja, vojske in nemškega naroda. Čeprav je bilo vse to zaradi številnih težav, s katerimi se je režim soočal, laž, je bil cilj filma prikazati uspeh vlade. Poleg tega vojska, ki je bila prikazana v filmu, v resnici ni bila vojska, ampak SS in SA. Dokumentarec pa je poskušal prikazati podobo srečne, združene Nemčije, da bi demoraliziral opozicijo.



Slika 5: Plakat filma Triumf volje (Wikipedia)

4.2 Časopisi

Leta 1933, ko so nacisti prevzeli oblast, so nadzorovali le 141 od 4700 časopisov v Nemčiji. Z vzponom enopartijskega sistema so uničili časopise, ki niso bili v skladu s prepričanju nacistične stranke, zato je javnost lahko brala le tiste, ki so propagirali nacistične ideale. V nekaj mesecih so prevzeli nadzor nad več neodvisnimi novinarskimi organizacijami ter organizacijami, ki so pripadale komunistični in socialdemokratski stranki. Vlada je časopise pogosto uporabljala za vzbujanje strahu pri bralcih; na primer na začetku leta 1933 je nacistični režim poskušal prestrašiti javnost s komunistično vstajo, nato pa je odpravil državljanske svoboščine. SA in SS sta nato aretirali tiste, ki so veljali za sovražnike režima,

predvsem politične nasprotnike, in jih nato zaprli v zaporne centre ali koncentracijska taborišča. Nekateri pripadniki nacistične stranke so vdirali tudi v pisarne nasprotnih političnih strank ter uničevali njihove tiskarske stroje in časopise. Izvršni direktor založniškega podjetja v lasti nacistične stranke Franz Eher je občasno uporabljal holdinge, da bi prikril novo lastništvo. To jim je omogočilo, da so zgradili ogromen imperij, ki je odpravil konkurenco in kupoval časopise po cenah, nižjih od tržnih. Nekatere neodvisne publikacije, zlasti konservativne publikacije in nepolitični ilustrirani tedniki, so se prilagodile diktaturi tako, da so omejile svojo vsebino ali prevzele pobudo, da bi pokrivalo le dovoljene teme (Holocaust Encyclopedia, n.d.).

Časopisi so bili ključni del širjenja propagande in oblikovanja javnega mnenja, ki je ustrezalo nacistični ideologiji, vsebovali so cenzuro, manipulacijo z informacijami in antisemitizem. Kot že omenjeno, je vlada strogo nadzorovala, kaj časopisi objavljajo; objavljati je bilo dovoljeno le članke, ki so jih odobrila oblast. Publikacije, ki teh omejitev niso upoštevale, so bile zaprte. Časopisi so se uporabljali za širjenje številnih vladnih idej, predvsem antisemitizma in arijske rasne nadrejenosti. Uredniki in avtorji naj bi povečevali Hitlerja in režim ter jima bili zvesti. Od njih se je pričakovalo, da bodo slavili vojsko, povečevali narod in njegove zmage ter demonizirali tiste, ki so veljali za sovražnike nemškega naroda. Večina publikacij je tudi manipulirala z informacijami, ki so jih širile, na primer tako, da so govorile samo o zmagah naroda in podcenjevale izgube ali jih sploh niso omenjale. Uporabljale so tudi vznemirljive naslove, čustvene izraze in skrbno izbrane fotografije. Časopisi so bili eden glavnih razširjevalcev antisemitskih idej, saj so pogosto tiskali karikature, ki so Jude prikazovale na negativen način. Prikazovale so jih kot nečiste, manipulativne, materialistične in spolno odvisne (Britannica, 2024).

5 SOVJETSKA ZVEZA

V 69-letni zgodovini ZSSR se je zvrstilo osem vladarjev, zato se je slog propagande razvijal in spreminjal, vendar so osnovna sporočila ostala enaka. Propaganda sovjetske države je bila usmerjena predvsem v spodbujanje razrednega konflikta, internacionalizma, ciljev sovjetske komunistične partije in širjenja komunistične ideologije.

Propaganda v Sovjetski zvezi je želela svoje sporočilo širiti na različne načine in pri tem čim bolj učinkovito uporabljati vse vrste medijev. V Sovjetski zvezi so za širjenje sporočila med nepismenimi uporabljali različne oblike medijev; radijske sprejemnike so namestili v dvorane, tovarne in večino skupnih prostorov, da bi tisti, ki niso znali brati, lahko razumeli, kaj od njih želi država. K širjenju sovjetske propagande so pripomogli tudi filmi; Agitki so bili na primer kratki izobraževalni filmi, ustvarjeni za pridobivanje javne podpore za rusko revolucijo. Vlada je filme tudi strogo nadzorovala, vsebine, ki niso bile odobrene s strani države, so bile izločene, zmontirane ali ponovno posnete (Comrade Kyiv, 2022).

ZSSR je bila država, v kateri je vladala cenzura. Vse medije, ki so bili namenjeni javnosti, je morala odobriti oblast. Velika večina avtorjev, ki se niso strinjali z režimom, se je preselila v Evropo v upanju, da bodo lahko svobodno razmišljali in izražali svoja mnenja. Tisti, ki tega niso storili, so bili izgnani, zaprti ali ubiti. Prepovedani so bili številni ruski in sovjetski avtorji. V Sovjetski zvezi je bila na primer prepovedana knjiga "Mi" Jevgenija Zamjatina, ki gre za distopični roman, napisan v letih 1920-1921. V romanu avtor ostro kritizira komunizem in opisuje svoje lastne izkušnje z življenjem v takšni zatiralski državi. V knjigi je omenjena ruska državljanska vojna, ki se je končala z zmago komunistov, zato je bil roman pozneje prepovedan (Ilina, 2018).

5.1 Plakati

"Ulice bodo naši čopiči, trgi naše palete," je citat, ki ga je izrekel umetnik sovjetskih propagandnih plakatov Vladimir Tverdohlebov. Takšen je bil odnos sovjetske vlade do umetnosti v tem času. Umetnost je bila odsev dogajanja v državi ter odsev nove moderne in industrijske države, ki je postajala Rusija. Med rusko revolucijo so se ljudje skušali znebiti carske vlade. Umetniki so se pridruževali različnim organizacijam, kot je Ассоциация художников революционной России (Združenje umetnikov revolucionarne Rusije), ki je začelo nastajati po revoluciji (Tretjakovskaja Galerija, 2022).

Pozneje v ZSSR so se številni umetniki poskušali pridružiti Zvezi umetnikov, vendar je bila to ekskluzivna organizacija. Umetniki so morali imeti priporočila znotraj organizacije

in portfelj del, ki so že bila javno objavljena. Vsako mesto je imelo svoje predstavnike iz Zveze umetnikov; ti so predlagali nove projekte in nadzorovali umetnike v mestu. Umetniki so osnutke del, ki so jih ustvarjali, najprej poslali oblastem, da bi dobili odobritev; šele ko je bilo delo odobreno, so lahko umetniki ustvarili barvno celostno kopijo plakata in jo dali natisniti.

Ker so bili plakati odraz političnih razmer v državi, so se razvijali in njihova sporočila so se spreminjala skupaj z državo. Plakati so se spreminjali ob vsakem dogodku, bodisi vojni bodisi krizi, kar omogoča razdelitev na šest faz sovjetskih plakatov (Comrade Kyiv, 2022).

5.1.1 Rojstvo komunistične države

Prva faza sovjetskih plakatov se je začela po oktobrski revoluciji in je trajala od leta 1917 do 1921. Rusko ljudstvo kot celota ni sprejelo boljševikov, ko so leta 1917 prišli na oblast. Bela armada, cesarska vojska, ki jo je podpiralo več močnih držav kot so Japonska, Francija in Združeno kraljestvo, se je borila proti Rdeči armadi, ki jo je vodil Lenin, v vojni, ki je bila pravzaprav državljanska vojna. Medtem ko je bela armada zastopala kapitalizem, monarhijo in demokracijo, je rdeča armada predstavljala komunizem in protiimperialistična načela (Comrade Kyiv, 2022).

V štirih letih tega obdobja je bilo izdelanih več kot 3600 različnih vzorcev plakatov. Te plakate je bilo mogoče videti v vseh mestih in na vseh ulicah. Plakati so imeli konstruktivistično estetiko, za katero je značilna uporaba preprostih geometrijskih oblik in lahko dostopnih, poceni materialov. Lazar Markovič Lissitzki je na primer svoje plakate oblikoval tako, da je besede postavljaj na nenavadna mesta ter uporabljal posebne barve in oblike, da bi poudaril sporočilo, ki ga je želel posredovati. S postavitvijo besed je manipuliral kalejdoskopsko, s čimer je besedam dodal dinamiko, ki je simbolizirala sodobno strojno dobo. Sporočila, ki so jih skušali posredovati plakati, so bila pozivanje ljudi k prostovoljnemu boju proti imperialistični vojski, spodbujanje pismenosti med prebivalstvom in spodbujanje komunizma s tem, da so poniževali kapitalizem. Plakati niso vsebovali veliko živih barv, večinoma so uporabljali odtenke rdeče, bele in črne barve (Wolfe, 2023).



Slika 6: Plakat, na katerem piše, “Ti, si se prijavil kot prostovoljec?” (PBS NewsHour)

5.1.2 Nova ekonomska politika

Ta faza je trajala od leta 1921 do leta 1927; to je bilo obdobje večje svobode in okrevanja, saj se je takrat končala oktobrska revolucija in ruska državljanska vojna. Vladimir Lenin je predlagal novo gospodarsko politiko, ki bi v Sovjetski zvezi omogočila določeno stopnjo svobodne trgovine, vendar bi morala biti še vedno pod državnim nadzorom. To je pomenilo, da je bila ustavljena nacionalizacija podjetij, kar je pomenilo, da so ljudje spet lahko imeli v lasti podjetja, vendar le majhna in srednje velika.

Obdobje nove ekonomske politike je bilo tudi obdobje, ko se je film začel obravnavati kot še en učinkovit način širjenja propagande. Takrat je veljal za najučinkovitejšega, zato mu je vlada namenila več pozornosti. To novo sprejemanje filma s strani sovjetske vlade in ljudi je tako spodbudilo novo obdobje propagandnih plakatov, ki so bili podobni propagandnim filmom tistega časa.

Sami plakati so bili bolj eksperimentalni in dinamični kot prejšnji z živahnimi barvami, kar je bil na nek način odraz stanja v državi. Umetniki so povzemali dinamični slog, ki so ga imeli takratni filmi. Sporočila, ki so jih nosili plakati, so imela podobne ideje kot v

prejšnjem obdobju, kritiko kapitalizma in spodbujanje komunizma ter moč in svobodo ljudi ter spodbujanje izobraževanja ljudstva (Comrade Kyiv, 2022).



Slika 7: Konstruktivistični plakat, ki spodbuja branje knjig in izobraževanje (Artsy)

5.1.3 Petletni načrti

Tretja faza sovjetskih propagandnih plakatov je trajala od leta 1928 do leta 1937. To je bilo obdobje intenzivne industrializacije v ZSSR, ki je bila najpomembnejša skrb Josipa Stalina. Želel je izboljšati gospodarstvo države, saj je sam priznal, da Sovjetska zveza glede napredka več kot 50 let zaostaja za preostalim svetom. Stalin si je prizadeval, da bi Sovjetska zveza v desetih letih dosegla raven drugih razvitih držav, sicer bi bila država uničena. Z industrializacijo naj bi Sovjetska zveza postala gospodarsko neodvisna od kapitalističnih držav, prav tako pa naj bi sovjetsko gospodarstvo postalo industrijsko in ne več kmetijsko odvisno (Comrade Kyiv, 2022).

Da bi omogočili hitro industrializacijo države, so bili prebivalci prisiljeni delati dolge ure in graditi številne tovarne, elektrarne, jezove, kanale, železnice, postaje podzemne železnice in drugo. Zato so plakati iz tega obdobja močno poudarjali, da morajo biti delavci predani, da se morajo vedno prikazati na delovnem mestu in da je treba na lenuhe gledati zviška. Zgodnji plakati te faze so spominjali na konstruktivistično obdobje. Ko pa je Stalinova politika postala strožja, se je oblikovanje oddaljilo od avantgarde in namesto tega je prevladal socialistični realizem. Ti novi plakati naj bi poudarjali slavo in superiornost

socialističnega režima ter prikazovali zelo optimistične slike o tem, kako je živeti v Sovjetski zvezi. Vse negativne in kritične podobe življenja v Sovjetski zvezi so bile prepovedane (Newman, 2021).



Slika 8: Plakat, na katerem piše, “Udarjamo po psevdo udarcih” (PBS NewsHour)

5.1.4 Velika patriotska vojna

Četrta faza propagandnih plakatov so bili tisti, ki so bili oblikovani in objavljeni med drugo svetovno vojno in veliko patriotsko vojno. Ta faza je trajala od leta 1939 do leta 1945 in je prikazovala vsa mnenja, ki jih je imela vlada med konfliktom. Leta 1939 sta Stalin in Hitler podpisala pakt Ribbentrop-Molotov, ki je bil pakt o nenapadanju med Sovjetsko zvezo in nacistično Nemčijo. Vendar je Hitler leta 1941 pakt prekršil in napadel Sovjetsko zvezo, s čimer se je začela velika patriotska vojna (Comrade Kyiv, 2022).

Po začetku nemške invazije na ZSSR je vlada naročila umetnikom izdelavo plakatov, ki so morali vsebovati domoljubna čustva. Plakati so ponovno poudarjali pomen komunizma ter povečevali Stalina in njegov režim. Namen plakatov je bil vzbuditi občutke domoljubja in ponosa ter sovraštva do tistih, ki so zdaj veljali za sovražnike države. Veliko plakatov je pritiskalo na javnost, naj se pridruži vojski in se prostovoljno javi, saj so poudarjali, da

domovina kliče. Nekateri plakati so Hitlerja primerjali z Napoleonom, trdili so, da je bil Napoleon nekoč poražen in da bo tudi Hitler poražen.

Plakati tega obdobja so pogosto vsebovali karikature nemških vojakov, ki so vdrali, in karikature Hitlerja. Na njih so bili sovjetski vojaki upodobljeni kot veliki junaki, kar je v sovjetskih državljanih spodbujalo občutek ponosa (Epatko, 2017).



Slika 9: Plakat, na katerem piše, “Napoleon je bil poražen. Enako se bo zgodilo arogantnemu Hitlerju!” (PBS News Hour)



Slika 10: Plakat, na katerem piše, “Domovina-mati te kliče!” (Huffington Post)

5.1.5 Hladna vojna

Ta faza je trajala od leta 1946 do leta 1984, torej v povojnem obdobju. Po drugi svetovni vojni se je Stalin osredotočil na obnovo ZSSR. Začeli so se številni novi projekti in novi načrti za oživitev gospodarstva. Številni od teh projektov so se gradili na račun zapornikov v gulagu, ki je bila Glavna direkcija popravnih delovnih taborišč. V tem času je Sovjetska zveza začela vlagati veliko truda v raziskave in tudi tekmovati z Združenimi državami Amerike. ZSSR je začela načrtovati svojo moč v satelitskih državah vzhodnega bloka, razvila atomsko bombo in začela sovjetski vesoljski program (Comrade Kyiv, 2022).

Slog plakatov v tem času je bil strogo socialistični realizem, saj je vlada želela državljanom posredovati patriotizem in kritizirati kapitalizem. Ta slog je sovjetski vladi pomagal prikazati superiornost v lastni državi, s čimer je državljanom pomagal pridobiti razlog, zakaj naj še naprej delajo in podpirajo državo. Po smrti Josipa Stalina se slog

socialističnega realizma ni več uporabljal, vendar so plakati še vedno ostali propagandno orodje vlade (Newman, 2021).

Po Stalinovi smrti je državo prevzel Nikita Hruščov. Ni bil tako zainteresiran za tekmovanje z Zahodom, ampak je želel z njim sobivati. Osredotočil se je predvsem na utrjevanje svoje moči in gospodarski razvoj znotraj Sovjetske zveze. Vendar je bil gospodarski razvoj v obdobju stagnacije še naprej neuspešen. Zaradi tega so Leonid Brežnjev, Hruščovov naslednik, in naslednji voditelji ZSSR ohranili status quo.

Vendar so se v tej dobi plakati popolnoma znebili socialističnega realizma, zato so umetnikom omogočili, da so bili pri svojem delu bolj odprti in eksperimentalni. Plakati tega časa so bili bolj živahni, vključevali so veliko več barv, čeprav sporočila niso bila tako pozitivna kot prej. Plakati so bili pogosto namenjeni zaščiti drugih komunističnih držav, zlasti v času Brežnjevega vladanja. Prav tako so širili protikapitalistična in proti-NATO razpoloženja, saj so obe strani prikazovali kot agresorja, ki skušata uničiti ZSSR (Ames, 2022).



Slika 11: Plakat, na katerem piše, “Smo miroljubni ljudje, a naš oklepni vlak je pripravljen.”
(Huffington Post)

5.1.6 Smrt komunistične države

To je bila zadnja faza sovjetskih propagandnih plakatov, saj je Sovjetska zveza razpadala. Ta faza se je začela leta 1985 in končala leta 1991, ko ZSSR ni več obstajala. Mihail Gorbačov je sprejel politiko Гласность (Glasnost), ki je privedla do najbolj svobodnega časa v ZSSR. To je bilo obdobje preglednosti; ljudje so lahko odkrito govorili o družbenih in političnih vprašanjih ter kritizirali državo, kar je nato privedlo do demokratizacije Sovjetske zveze (Campbell, 2022). Gorbačov je sprejel tudi tržno reformo, Перестройка (Perestrojka), ki je bila reforma, katere cilj je bil obnoviti sovjetsko gospodarstvo ter ustvariti decentralizirano in zasebno gospodarstvo (Augustyn, 2024).

Kljub vsem tem reformam je ZSSR propadla, kar je pomenilo, da umetniki niso več delali za državo, zato so lahko svobodneje ustvarjali. V tem obdobju so se plakati močno razlikovali od tistih iz preteklosti, zlasti, kar se tiče sporočil, ki so jih širili. Plakati niso več hvalili komunističnega režima, temveč so govorili o zlorabi drog in alkohola, gospodarski obnovi ter razorožitvi (Comrade Kyiv, 2022).



Slika 12: Plakat, na katerem piše, "Na "bolniškem", dvomim, da za zaužitje vodke "Stoličnaja" potrebuješ bolniškega." (RFERL)

6 ZDA V HLADNI VOJNI

Hladna vojna je bil konflikt med dvema svetovnima velesilama, ZDA in ZSSR. Čeprav sta bili državi med drugo svetovno vojno zaveznici, si nikoli nista bili zares prijateljski. Tudi med zavezništvom nobena država ni zaupala drugi. Josip Stalin, takratni voditelj Sovjetske zveze, Amerike ni maral, ker ta ni želela dati ZSSR vodilne vloge v mednarodni skupnosti. Ameriki je zameril, da je prepozno vstopila v drugo svetovno vojno, kar je povzročilo smrt mnogih sovjetskih državljanov, ki bi se ji lahko izognili. Vendar pa Združene države niso podpirale komunističnega režima Sovjetske zveze in niso odobravale totalitarne oblasti Stalina.

Državi nista odobravalii družbene politike svoje nasprotnice, kar je bilo razvidno iz njune propagande. ZDA so poudarjale negativne učinke komunizma na svobodo posameznika, demokracijo in neposredno grožnjo ameriškemu načinu življenja. Prikazala je zatiralsko naravo režima in kot grožnje posameznikom v ZDA navedla cenzuro, pomanjkanje politične svobode in kršitve človekovih pravic. Propaganda v Ameriki je poudarjala tudi superiornost demokracije in kapitalizma ter poudarjala privilegije in individualne svoboščine, v kateri so uživali Američani. ZDA so prikazovali kot deželo svobode in priložnosti ter poudarjali svobodo govora in veroizpovedi, ki ju Sovjetska zveza ni imela. Kapitalizem so predstavljali tudi kot sistem, ki spodbuja tehnološko rast in napredek, pri čemer so poudarjali dosežke Združenih držav (History, 2009).

6.1 Propaganda v demokraciji

Ker je izraz propaganda povezan z lažmi in manipulacijo, se ponavadi uporablja v negativnem pomenu. Čeprav je v režimih, kot so avtoritarni in totalitarni režimi, dejansko orodje, s katerim se manipulira ljudi, da podprejo sistem, ki zatira svoboščine, to ne pomeni nujno, da je propaganda že sama po sebi slaba. V zahodni kulturi je razširjeno mnenje, da demokracija ne potrebuje propagande, saj temelji na občutku odprtosti. Kljub temu se propaganda še vedno uporablja v demokratičnih družbenopolitičnih sistemih. Eden od načinov, kako se uporablja, je kot plemenita laž, pri kateri se promovira sistem in način razmišljanja, ki je koristen za družbo. Spodbuja sistem, ki ceni svoboščine, kot je svoboda govora, in druge napredne ideje, ki koristijo zahodni družbi in so ji v pomoč. Če torej o propagandi v demokraciji razmišljamo na ta način, lahko uporabo propagande nekoliko upravičimo, saj spodbuja dober namen.

Drugi način uporabe propagande ni neposredno spodbujanje demokratičnega sistema, temveč kritika drugih sistemov, ki ne spoštujejo temeljnih načel demokracije. Ta načela nasprotujejo stvarjem, kot so koncentracija moči v rokah enega vladarja, diskriminacija, korupcija, cenzura in tako naprej, zato je smiselno reči, da uporabljajo propagando za prepričevanje ljudi proti tem idejam, čeprav se zdi, da so ideje, ki jim nasprotujejo, intuitivno napačne za večino sodobne družbe. Sodoben primer bi bil ameriško nasprotovanje Putinu in njegovemu režimu, ker ta ni demokracija v ameriškem smislu, zlasti glede na ponarejene volitve in pregon ljudi v Rusiji, ki nasprotujejo Putinu in njegovi politiki. Čeprav Putin svoj režim prikazuje kot demokratičen, je v nasprotju s temeljnimi načeli demokracije, zaradi česar ga kritizirajo ZDA in druge zahodne demokracije.

6.2 Filmi

Filmi so odražali politične razmere v ZDA v času hladne vojne in protikomunistična stališča vlade. Filmi tega časa so si prizadevali biti tudi čim bolj patriotski, saj so režiserji in celoten Hollywood želeli biti čim bolj zvesti vladi. Širši javnosti so približali boj med dvema svetovnima silama in tako okrepili sovraštvo do komunizma in Sovjetske zveze. Filmi tega obdobja so poudarjali grožnjo, ki jo je Sovjetska zveza predstavljala za ZDA. Takrat so bili priljubljeni filmi o vohunjenju, ki so pogosto prikazovali boj med ZDA in ZSSR, pri čemer so bili sovjetski vohuni pogosto prikazani kot zlobneži. Filmski priredbi knjig o Jamesu Bondu "Dr. No" in "Iz Rusije z ljubeznijo" sta prikazovali napetosti med državama med hladno vojno (Eidelman, 2024).

Hladna vojna je bila čas paranoje in strahu v ljudeh. Javnost je živela v strahu pred novo vojno, saj se je pravkar končala druga svetovna vojna. Ti strahovi so se odražali v distopičnih znanstvenofantastičnih filmih, kot so Rdeči planet Mars, Invazija lovcev na telesa in Blob. Ti filmi so vključevali vesoljce, ki so simbolizirali komuniste. Nezemljani so bili prikazani kot strašljiva bitja, ki so želela zavzeti svet. V filmih je bil vzbujen tudi strah pred nuklearnim napadom, saj so mnogi od njih prikazovali katastrofalne posledice morebitne jedrske vojne.

Poleg igranih filmov so se za seznanjanje otrok s težavami, s katerimi so se soočale ZDA, uporabljali tudi animirani filmi. Animirani filmi so bili namenjeni tako odraslim kot otrokom, na primer film *Make Mine Freedom* (Naredi mojo svobodo) leta 1948, ki je govoril o prednostih življenja v kapitalistični družbi. Govori o tem, kako se je Amerika okrepila z osebnimi svoboščinami, ki so bile ljudem omogočene, kot so prej omenjena svoboda govora

in vere ter volilna pravica. Ustvarjena je bila tudi animirana različica Animal Farm (Živalske farme) Georgea Orwella. Živalska farma je alegorična pripoved o ruski revoluciji in sovjetski vladi, ki naj bi služila kot propaganda. Prikazuje distopično družbo, ki je bila pod nadzorom zaradi propagande in strahu pred vojno (Llewellyn, 2018).



Slika 13: Plakat filma o James Bondu "Iz Rusije z ljubeznijo." (Wikipedia)

6.3 Umetnost in šport

ZDA in ZSSR sta tekmovali tudi v kulturi. Plesne skupine iz obeh držav so pogosto gostovale po svetu in nastopale v čim več mestih, da bi dokazale svojo prevlado nad drugo državo. Zaradi tega tekmovanja med državama so ZDA začele več vlagati v kulturo in umetnost. (Llewellyn, 2018) Leta 1961 pa je Rudolf Nurejev, ki se je rodil v Sovjetski zvezi in pozneje veljal za najboljšega baletnega plesalca svoje generacije, pobegnil iz ZSSR in se preselil v Francijo. Iskal je več svobode, saj je trdil, da ima balet v Sovjetski zvezi premalo vlog zanj in na splošno premalo svobode. Po njegovem pobegu je Hruščov, takratni voditelj Sovjetske zveze, podpisal smrtno obsodbo za plesalca in mu zagotovil, da bo usmrčen, če se vrne v ZSSR (Britannica, 2024). Kot je bilo že omenjeno, so ZDA zagotavljale sredstva, namenjena umetnosti in kulturi, da bi dokazale superiornost kapitalistične umetnosti. Vlada je

sponzorirala koncertne ture ameriških orkestrrov in skupin, ki so gostovale v ZSSR in s tem dokazovale svojo superiornost.



Slika 14: Rudolf Nurejev v predstavi Le Corsaire Nurejeva. (Calisphere)

Šah je bil tudi eno od področij kulture, na katerem sta državi tekmovali. Čeprav to ni bil njegov prvotni namen, je šah kasneje postal vodilni način igranja miselnih iger, v katerih sta obe državi tekmovali med seboj in ocenjevali, kdo ima boljše strategije. To tekmovanje v šahu je pozneje pripeljalo do novega obdobja šahistov v ZDA, ki so bili protikomunistično usmerjeni in so tekmovali v znak zvestobe svoji državi (Klimentov, 2023).

Tekmovanje v športu je bilo prisotno celotno trajanje hladne vojne, najbolj znan primer tega tekmovanja so olimpijske igre v Moskvi leta 1980. Te igre so potekale po sovjetski invaziji Afganistana, ki je privedla do bojkota olimpijskih iger. Takratni predsednik ZDA, Jimmy Carter, je pozval k bojkotu, kar je povzročilo neudeležitve 60 držav. Čeprav se je na olimpijskih igrah v Moskvi pojavilo približno 5000 športnikov in 81 držav, so se protesti še vedno nadaljevali. Raven tekmovanja je vidno trpela, kar je privedlo do najbolj neenakomernega končnega seštevka, saj so 80 zlatih medalj prejeli sovjetski športniki (Britannica, 2024).

6.4 Izobrazba

Izobraževanje v Ameriki je bilo namenjeno širitvi superiornosti kapitalizma ter družbenih in političnih vrednot države. V šolah naj bi učence pogosto poučevali o prednostih

tradicionalnih družinskih vrednot. Med hladno vojno sta obe vladi začeli namenjati več sredstev za izobraževalni sistem, da bi pokazali svojo prevlado, predvsem na področju matematike in naravoslovja, zato sta namenili več sredstev za oba predmeta. Predmeti, kot sta zgodovina in angleščina, pa so bili spremenjeni tako, da so bili glavni razširjevalci propagande in patriotskih idealov. Ameriški obljudi zvestobe, ki so jo šolarji pogosto peli, so na primer dodali besedo "pod Bogom", da bi spodbudili krščanske ideale.

Šole naj bi v učencih tudi vzbujale strah, da obstaja možnost jedrske vojne med ZDA in ZSSR. Otroci so se učili vaje "ujemi se in se skrij", ki bi jih naj naučile, kaj naj storijo v primeru sovjetskega napada. Med temi vajami so se učenci morali skriti pod mizo in si z rokami pokriti glavo.

Takrat so učencem v šoli predvajali tudi izobraževalne filme, ki so večinoma govorili o socialni higieni in duševnem zdravju. Namen teh filmov je bil učence poučiti o telesni higieni, vedenju, spoštovanju, primernem obnašanju in spolnem vedenju. Mnogi od teh kratkih filmov so vsebovali tudi odkrito politična sporočila, v katerih so poudarjali prevlado ameriškega načina življenja in pomanjkanje svobode v komunističnem režimu Sovjetske zveze. Eden izmed teh odkrito političnih filmov se je imenoval *How to Spot a Communist* (Kako prepoznati komunista). Ta film je bil prvotno članek, objavljen v ameriški reviji LOOK, ki je bil vodnik, kako prepoznati pripadnike in simpatizerje komunizma. Uvod članka je naslednji: *"Pravi komunist ni liberalec ali naprednjak. Najprej verjame v Rusijo in v sovjetsko Ameriko. Sprejema doktrino diktature, kot se izvaja v Rusiji. In za uresničitev svojih ambicij je pripravljen uporabiti diktatorsko taktiko laži in nasilja..."* (Cherne, 1947, prevod avtorice)

Članek se nadaljuje s številnimi nasveti, kako prepoznati komuniste, med katere spada navajanje, da so komunisti tisti, ki na primer kritizirajo samo Ameriko in njeno politiko (Llewellyn, 2018).



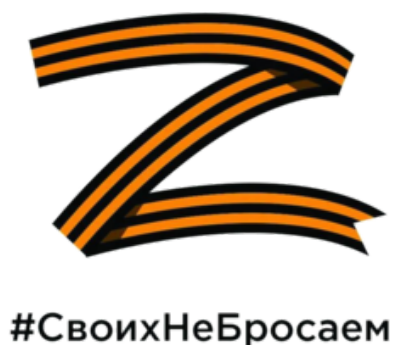
Slika 15: Prizor iz filma “Kako prepoznati komunista.” (TeleSUR)

7 SODOBNA RUSIJA

Rusija je 24. februarja 2022 začela invazijo na Ukrajino, katero predsednik Vladimir Putin označuje kot “posebno vojaško operacijo”, namenjeno osvoboditvi Ukrajincev izpod, po njegovih besedah, “nacistične vladavine” pod predsednikom Volodimirjem Zelenskim. Čeprav preostali svet dogodek označuje kot vojno, ruska vlada kriminalizira alternativne pripovedi, državni mediji pa se strogo držijo terminologije, ki jo je odobrila vlada (Human Rights Watch, 2022).

Propaganda v današnji Rusiji je osredotočena na prikazovanje Zahoda kot agresorjev, ki skušajo uničiti rusko narodnost. Številne tehnike, ki jih uporablja Putinova vlada, so enake ali podobne tistim, ki so jih uporabljali v Sovjetski zvezi. Mediji, ki so v zasebni lasti ali se ne strinjajo z ukrepi vlade, so bili prisiljeni zapustiti državo, se zapreti ali pa jim grozijo dolgotrajne zaporne kazni. Uporabljajo se taktike, kot so cenzura, agresivna propaganda in teror. O neuspehih se ne govori, o uspehih se pretirava, manipulira se z dejstvi, pojavljajo se lažne razlage dogodkov in domnevne izmišljotine (Holodomor Museum, 2022).

Ruska propaganda danes poskuša sedanji konflikt primerjati z drugo svetovno vojno, saj je zmaga zavezniških sil eden od najslavnejših zgodovinskih dosežkov sodobne Rusije. Številne pesmi, filmi, simboli in govori ljudi vsak dan spominjajo na boje med drugo svetovno vojno ter primerjajo ukrajinsko vlado z nacisti, kar spodbuja sovraštvo ruskega prebivalstva do Ukrajine. Simbol vojne je na primer trak svetega Jurija, ki tvori črko “Z”, trak pa je simbol vojaškega poguma in slave iz druge svetovne vojne. Čeprav obstaja veliko teorij o tem, zakaj se ta črka uporablja, je najverjetnejši razlog za uporabo črke “Z” ta, da je staroslovanska črka, ki predstavlja zaščito slovanskega ljudstva pred temnimi silami (Dzen, 2022).



Slika 16: Uradni simbol ruske posebne vojaške operacije s podnapisom
“#SvojihNeZapuščamo.” (Wikipedia)

7.1 Glasba

Zaradi tehnološkega napredka v prejšnjem stoletju je glasba postala širši javnosti bolj dostopna. To sta izkoristila Putin in njegova propaganda. Putinova vlada naroča številnim ruskim glasbenikom, naj pišejo glasbo, ki poslušalcem vzbuja občutke patriotizma. Številni umetniki, ki so v Rusiji dobro znani, kot so Oleg Gazmanov, Polina Gagarina in SHAMAN, odkrito podpirajo Rusijo v vojni in nastopajo na dogodkih, kot so parade Z in parade ob dnevu zmage, ki so patriotski dogodki. Številni od teh umetnikov so prepevali tudi znane vojne pesmi, kot je Katjuša, in objavili svoje različice himne. Pesmi, ki so prvotno protivojne, se spreminjajo v pesmi, ki dejansko spodbujajo vojno, na primer pesem Kukuška Viktorja Coja.

Z glasbo si prizadevajo tudi za vključevanje mlajših generacij v rusko politiko, saj je ruski pevec SHAMAN postal obraz rokavske industrije. Pevec je prevzel podobo pankarja in se oblači v usnjene jakne in hlače, da bi bil privlačnejši za mlajše poslušalce, njegovi značilni svetli dredi pa so simbol pšenice. Zaslovel je s pesmimi, ki vključujejo patriotska čustva, pesmi, kot sta Я русский (Jaz sem Rus) in Встанем (Vstanim), pa so obrazi trenutne ruske glasbene scene. Jaz sem Rus je njegova najbolj znana in izrazito patriotska pesem, v kateri v vsakem refrenu ponovi naslov pesmi, za njim pa doda poved, ki označuje njegov ponos in domoljublje. Refren se glasi tako:

“Jaz sem Rus, grem do konca, jaz sem Rus, moja kri izvira iz mojega očeta, jaz sem Rus in imam srečo, jaz sem Rus, kljub vsemu svetu.”

Pevec je ustvaril tudi svojo različico ruske himne, ki jo izvaja na vseh televizijskih prireditvah in paradah. SHAMAN je svojo različico izvajal tudi s številnimi provojnimi glasbeniki in samim Putinom (Shihman, 2023).



Slika 17: Nastop pevca Shamana. (OKA.FM)

7.2 Televizija

Uradni ruski informativni kanali so glavni razširjevalci propagande v Putinovem režimu. Novice izpuščajo in cenzurirajo določene informacije za javnost ter širijo to, kar vlada želi. Televizijski kanali, kot sta “Rusija danes” in “Prvi program”, so glavni viri komuniciranja vlade z javnostjo, kjer si vlada prizadeva ustvariti ugodnejšo podobo o sebi. “Prvi kanal” je imel na primer poročevalce na zasedenih ukrajinskih ozemljih, kjer so prikazovali ruske vojake, ki so ljudem v Ukrajini delili hrano, inzulin in druge potrebščine. Na prvi Dan zmage po začetku vojne je kanal prikazal intervjuje z mladimi ruskimi vojaki v katerih so govorili o tem, kako slabo je bilo življenje, preden je ruska vojska napadla Ukrajino. Videoposnetki napadov na Ukrajino, na primer izstrelitev raket, so redni del ruskih državnih medijev.

Rusko propagando širijo tudi znane oddaje, ki jih javnost redno spremlja. Novoletni program Голубой огонёк (Modri ogenjček) je program, ki se predvaja že od časov Sovjetske zveze in se še vedno redno predvaja vsako novo leto. Včasih program ni bil političen, od začetka vojne pa lahko nastopajo le znamenitosti, ki podpirajo vojno. V oddaji so nastopili vsi prej omenjeni pevci, pa tudi sovjetski komiki, kot je Jevgenij Petrosjan. Ta komik je nastopil v prvem novoletnem programu po začetku vojne, kjer se je norčeval iz tega, kako skuša Zahod uničiti Rusijo; *“...v zadnjem letu je Zahod skušal uničiti Rusijo, ne da bi sploh pomislil, da je Rusija nosilna struktura sveta ... ali veste, brez česa ni mogoče pripraviti ukrajinskega boršča, francoske čebulne juhe in nemških klobas? Brez ruskega plina!”* (Prvi program, 2022, prevod avtorice)



Slika 18: Komik Jevgenij Petrosjan se šali o ruskem plinu. (Dzen)

7.3 Izobrazba

Putinova propaganda poskuša doseči tudi učence in otroke, zato ustvarja predmete, s katerimi cilja informirati mlajšo generacijo. Vsaka šola ima predmet z imenom “Разговоры о Важном” (Pogovori o pomembnem), ki naj bi v otrocih vzbudil občutke domoljubja ter jih naučil tradicionalnih ruskih duhovnih in moralnih vrednot ter jim pomagal oblikovati ljubezen do domovine. “Юнармия” (Mlada vojska) je še en predmet, ki je nastal po začetku vojne. Gre za obšolsko dejavnost, ki jo mora imeti vsaka šola. Otroke, ki se vpišejo v to dejavnost, uči streljati s pištolami, uporabljati različno orožje in korakati, na splošno pa jim pomaga osvojiti veščine, ki so potrebne v vojski.

Tudi učbeniki, predvsem zgodovinski, so bili preoblikovani tako, da podpirajo Putinovo politiko. Sedanji učbenik zgodovine je neresničen in poskuša med šolarji širiti sovraštvo in laži. Vsebuje tudi številne Putinove citate, na primer; *“razpad ZSSR velja za najbolj tragičen geopolitični dogodek 20. stoletja.”* Učbenik pravi, da je bila Sovjetska zveza praktično popolna država, v kateri je imelo prebivalstvo vse, kar je potrebovalo, preden so zlobni ljudje prišli na oblast in uničili to državo. Poleg tega je na koncu učbenika odstavek z naslovom “Rusija v 21. stoletju”, ki podpira vojno (Eidelman, 2023).

Novi učbenik zgodovine tudi minimalizira prispevek Zahoda k porazu Hitlerja in nacistične Nemčije. Hvali Josipa Stalina in Rdečo armado ter ju imenuje rešitelja ruskega naroda. Prikazuje tudi slike ruskih vojakov, ki se vračajo domov in jih pozdravljajo njihove družine, vendar ne upošteva tistih vojakov, katerih družine jih po vojni niso želele nazaj zaradi vojnih poškodb ali invalidnosti, ki jo je povzročila vojna. Učbenik prav tako ne omenja ukaza iz leta 1948, ki je določal, da je treba vse vojake, ki jih družine niso sprejele, izgnati, ker so uničevali podobo srečnega, zdravega vojaka, ki jo je želela ustvariti takratna vlada (Eidelman, 2023).



Slika 19: Nov učbenik zgodovine za 11. razred. (Meduza)

8 PRIMERJAVA

Po analizi in spoznavanju propagande v nacistični Nemčiji, ZSSR, ZDA med hladno vojno in sodobni Rusiji sem ugotovila, da so si vse propagandne strategije precej podobne. Opazila sem, da propaganda v različnih režimih deluje po istih načelih. Njen namen je enak, ne glede na režim ali na to, kdo jo nadzoruje. Na splošno je cilj propagande manipulirati z mnenji tistih, za katere je propaganda namenjena. Čeprav so bile vse usmerjene različnim skupinam ljudi z različnimi kulturnimi ozadji in različnimi ideologijami v ozadju propagande, je bila ta v vseh primerih večinoma učinkovita. Vse uporabljajo množico različnih medijev, da bi svojo ideologijo razširili med večje in bolj raznoliko občinstvo. Skupna je tudi uporaba miselnosti "mi proti njim", s čimer spodbujajo sovraštvo med različnimi skupinami ljudi, kar nato podžiga prihodnje konflikte.

Po mojem mnenju sta si najbolj podobni propagandni strategiji ZSSR in sodobne Rusije. Obe trdita, da ju napadajo tuje in zahodne sile, kot so Združene države Amerike in NATO, ter ju prikazujeta kot sile, ki skušajo uničiti narod in njegovo prebivalstvo. Kot je bilo že omenjeno, sedanja ruska vlada uporablja veliko enakih taktik, kot jih je uporabljala sovjetska propaganda, kot sta agresivna vladna propaganda in vzbujanje strahu. Obe državi uporabljata tudi plakate, čeprav jih je bilo v Sovjetski zvezi več in so pokrivali več tem kot plakati v sodobni Rusiji. Sodobni ruski plakati so v obliki reklamnih panojev in se bolj ukvarjajo s podporo vojne kot s širjenjem tradicionalnih ruskih vrednot.

Vendar pa ruska propaganda danes ni več tako učinkovita kot propaganda v preteklosti, zlasti med mlajšimi generacijami. To je mogoče povezati z večjo razširjenostjo različnih medijev, predvsem družbenih omrežij. Putinova propaganda je v Rusiji učinkovita predvsem med starejšim prebivalstvom, saj v glavnem spremljajo državne medije, ki so edini mediji, ki so dovoljeni na ruski televiziji. Mlajša generacija pa ima na voljo več virov, na katere se lahko opre, zato ima možnost, da pogleda mimo Putinove ideologije.

Propaganda, ki se je po mojem mnenju najbolj razlikovala od drugih, je bila propaganda v ZDA med hladno vojno. Ni bila tako osredotočena na cenzuro kot vse druge, ampak je bila bolj osredotočena na promocijo lastnih vrednot in superiornosti v primerjavi s Sovjetsko zvezo. Sicer je uporabljala cenzuro in zatiranje informacij, ki so bile naklonjene komunizmu, vendar po mojem mnenju to ni bil eden izmed glavnih ciljev propagande v ZDA. Vendar pa je bila podobna propagandi drugih držav, zlasti ko je šlo za vzbujanje strahu. Propaganda v ZDA se je močno osredotočala na opominjanje prebivalstva na morebitno

vojno s Sovjetsko zvezo, zaradi česar so bili posneti številni filmi, ki so odražali te strahove, in na učenje mladine, kako prepoznati komuniste in kaj storiti v primeru sovjetskega napada.

Ugotovila sem tudi, da je bila nacistična propaganda zelo osredotočena na ločevanje ljudi znotraj države, v primerjavi z združevanjem teh proti nasprotniku. Velik poudarek je dala na ustvarjanje superiorne rase, ki bi nekega dne vladala vsej Evropi; zato je večina propagande temeljila na odobravanju slabega ravnanja in uničevanja Judov, Slovanov in drugih etničnih skupin, ki so veljale za manjvredne v primerjavi z arijsko raso. Čeprav je njihova propaganda kritizirala tudi druge politične ideologije, na primer komunizem, je bila bolj osredotočena na ustvarjanje te superiorne rase.

9 ZAKLJUČEK

Ob zaključku te raziskovalne naloge sem uspešno dosegla vse cilje, ki sem si jih zastavila na začetku tega dela. Spoznala sem, kako so različni režimi uporabljali propagando, da bi razširili željeno sporočilo med raznolikim prebivalstvom. Spoznala sem tudi različne tehnike propagande ter različne vrste medijev in njihove namene. Naučila sem se veliko več o zgodovinskih dogodkih in o tem, kako so vplivali na mnenja številnih ljudi, pa tudi o delovanju nekaterih režimov. Prav tako sem uspešno analizirala in primerjala propagando od diktatorskih do totalitarnih in demokratičnih režimov.

Med raziskovanjem sem ugotovila glavne značilnosti propagande v vseh režimih, ki sem jih preučevala. Nacistična propaganda je bila večinoma osredotočena na ustvarjanje negativne podobe etničnih skupin, kot so Judje in Slovani. Sovjetska propaganda je imela veliko različnih sporočil, vendar je bilo najbolj prisotno sporočilo o superiornosti komunizma. Ameriška propaganda med hladno vojno se je osredotočala predvsem na prikazovanje komunizma kot režima, ki odvzema osebne svoboščine. Nazadnje se sodobna ruska propaganda osredotoča predvsem na prikazovanje zahodnih držav kot sovražnikov, ki skušajo uničiti Rusijo.

Po zaključku raziskave sem potrdila dve od svojih treh hipotez. Po podrobnejšem pregledu hladne vojne se je izkazalo, da je bila moja prvotna hipoteza, da demokratični politični sistemi ne uporabljajo propagande za širjenje svojih ideologij, napačna. Številni protikomunistični mediji, ki so bili podprti med hladno vojno, so dokaz, da demokracije uporabljajo propagando. Propaganda ni bila prisotna le v medijih, ampak tudi v šolskem sistemu. Moja druga hipoteza je bila, da se propaganda uporablja za vplivanje na čustva, misli in svetovni nazor prebivalstva. To potrjujejo dogodki, kot so sprejetje programa Akcija-T4 v nacistični Nemčiji in številne uspešne propagandne kampanje v vseh režimih, zajetih v tej raziskovalni nalogi. Posledice propagande med hladno vojno je mogoče opaziti tudi v sodobni ruski propagandi, natančneje v nenehnem opominjanju na morebitni zahodni napad. Moja tretja hipoteza je bila, da se propaganda prilagaja družbenim vrednotam. To se je pokazalo v propagandi totalitarnih režimov, ki so spodbujali kolektivistično kulturo in sistem ene stranke, demokracij, ki so spodbujale individualne svoboščine, kot sta volilna pravica in svoboda govora, ter diktatur, ki so poudarjale avtoritarni nadzor in slavo vladarja.

10 DRUŽBENA ODGOVORNOST

Moja raziskovalna naloga je močno prepletena z načeli družbene odgovornosti. Opisuje, kako so vlade manipulirale in še vedno manipulirajo z ljudmi. Tema je pomembna, zlasti danes, ko smo zaradi interneta obkroženi z množico informacij, ki lahko vsebujejo propagandistične ideje. Veliko ljudi ne razume, da je propaganda prisotna povsod, ne le nekaj, kar je bilo prisotno pred leti. Ker sem ugotovila, da je propaganda prisotna tudi v demokratičnih državah, menim, da je ta raziskovalna naloga koristna, saj je pogosto zmotno prepričanje, da je propaganda le nekaj, kar je uporabljeno v diktaturah. Upam, da bo bralec z njeno pomočjo lažje prepoznal manipulacije oblasti in oblastno propagando.

11 VIRI IN LITERATURA

Ames, E. (8 junij, 2022). *Propaganda in Color: Examining Soviet-Era Posters with HIST 4379 – The Cold War – Keston Collection Exhibits*.

<https://sites.baylor.edu/keston-collections/2022/06/08/propaganda-in-color-examining-soviet-era-posters-with-hist-4379-the-cold-war/>

Cold War: Summary, Combatants, Start & End | HISTORY. (27 oktober, 2009). *HISTORY*.

<https://www.history.com/topics/cold-war/cold-war-history>

Eidelman, T. (17 avgust, 2023). *Ложь и ненависть в учебнике* [Video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=QBoqvYRI260&ab_channel=TamaraEidelman

Eidelman, T. (2022). *Как работает пропаганда*.

Eidelman, T. (1 oktober, 2023). *Разговоры о важном: День учителя* [Video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=Xl8Zi2U_scs

Eidelman, T. (3 februar, 2024). *Холодная война* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=8I3Tu9x9YA8>

Heans, S. (27 julij, 2021). *Propaganda and Nazi Germany*. Pressbooks.

<https://uw.pressbooks.pub/cat2/chapter/propaganda-and-nazi-germany/>

Heiber, H. (7 janura, 2024). *Joseph Goebbels | Biography, Propaganda, Images, Death, & Facts*. Encyclopedia Britannica.

<https://www.britannica.com/biography/Joseph-Goebbels>

Ilin, A. (5 januar, 2018). *10 books that were banned in the Soviet Union*. Culture Trip.

<https://theculturetrip.com/europe/russia/articles/10-books-that-were-banned-in-the-soviet-union>

In Conversation with a Soviet Propaganda Poster Artist: Vladimir Tverdokhlebov. (8 maj, 2021). Comrade Kyiv.

<https://comradekiev.com/blog/an-interview-with-a-soviet-artist-vladimir-sergeyevich-tverdokhlebov/>

KazanFirst. (24 februar, 2022). *Обращение Путина о начале военной спецоперации на Донбассе* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=-NSgoaPr_2I

Klimentov, V. (25 julij, 2023). *Cold War on the chessboard*. Wilson Center. <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/cold-war-chessboard>

Llewellyn, J. (26 marec, 2018). *Cold War propaganda*. The Cold War. <https://alphahistory.com/coldwar/cold-war-propaganda/>

Nazi propaganda. (n.d.). <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/nazi-propaganda>

Newman, J. (12 oktober, 2023). *Socialist realism: Stalin's control of art in the Soviet Union*. TheCollector. <https://www.thecollector.com/soviet-realism-stalin-control/>

Russia criminalizes independent war reporting, Anti-War protests. (26 julij, 2023). *Human Rights Watch*. <https://www.hrw.org/news/2022/03/07/russia-criminalizes-independent-war-reporting-anti-war-protests>

Quinn, S. (11 februar, 2019). *Joseph Goebbels: The Propaganda Maestro* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=tbak304MA6g>

Smith, B. L. (21 januar, 2024). *Propaganda | Definition, History, Techniques, Examples, & Facts*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/propaganda>

Soviet and Russian propaganda: parallels. (n.d.). National Museum of the Holodomor Genocide. <https://holodomormuseum.org.ua/en/news-museji/soviet-and-russian-propaganda-parallels/>

The Definitive history of the Soviet propaganda poster. (13 avgust, 2022). Comrade Kyiv. <https://comradekiev.com/blog/the-definitive-history-soviet-propaganda-poster/>

Uredniki Encyclopaedia Britannica. (5 januar, 2024). *Moscow 1980 Olympic Games | Boycott, Cold War, USSR.* Encyclopedia Britannica.
<https://www.britannica.com/event/Moscow-1980-Olympic-Games>

Uredniki Encyclopaedia Britannica. (19 januar, 2024). *Rudolf Nureyev | Biography, Ballets, & Facts.* Encyclopedia Britannica.
<https://www.britannica.com/biography/Rudolf-Nureyev-Russian-dancer>

The Press in the Third Reich. (n.d.).
<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/the-press-in-the-third-reich>

The Weapons of Dictatorship: Media control - State of Deception: The power of Nazi propaganda - United States Holocaust Memorial Museum. (n.d.).
<https://exhibitions.ushmm.org/propaganda/1933-1939-dictatorship/the-weapons-of-dictatorship-media-control>

These Soviet propaganda posters once evoked heroism, pride and anxiety. (11 julij, 2017). PBS NewsHour.
<https://www.pbs.org/newshour/world/these-soviet-propaganda-posters-meant-to-evok-e-heroism-pride>

Warfare History Network. (2 februar, 2023). *Jud Suss: The film that fueled the Holocaust - Warfare History Network.*
<https://warfarehistorynetwork.com/article/jud-suss-the-film-that-fueled-the-holocaust/>

Wolfe, S. (23 november, 2023). *Art movement: constructivism.* Artland Magazine.
<https://magazine.artland.com/art-movement-constructivism/>

А поговорить? (13 avgust, 2023). *Как музыка манипулирует нашим сознанием? Шаман, Гагарина, Цой, Noize MC, Земфира // А поговорить?. . .* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=Csy79xy3AFk>

Буква Z – древний славянский символ. (27 март, 2022). Царьград ТВ.

<https://dzen.ru/a/YkBTUtkN4gqaWUEo>

Почепцов, Г. (19 юли, 2015). Феномен советской пропаганды. *ms.detector.media*.

<https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/13750/2015-07-19-fenomen-sovetskoy-propagandy/>