

3

на правах рукописи

Кашарина

КАШАРИНА Светлана Арамовна

**АГИТБРИГАДА КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ АРХЕТИП
СОВЕТСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук**



Краснодар 2009

Работа выполнена на кафедре теории и истории культуры
ФГОУ ВПО «Краснодарский государственный университет культу-
ры и искусств»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Лях Валентина Ивановна

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Волкова Полина Станиславовна
кандидат философских наук, доцент
Грищенко Алла Анатольевна

Ведущая организация ФГОУ ВПО «Южный федеральный
университет»

Защита состоится « 7 » октября 2009 г. в « 15 » часов на
заседании Диссертационного совета Д. 210.007.02 по специальнос-
ти 24.00.01 – теория и история культуры (философские науки и
культурология) при ФГОУ ВПО «Краснодарский государственный
университет культуры и искусств» по адресу:
350072, Краснодар, ул. 40-лет Победы 33, корп. 1, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГОУ
ВПО «Краснодарский государственный университет культуры и
искусств».

Автореферат разослан « 6 » сентября 2009 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета
доктор философских наук,
профессор



В.И.Лях

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность проблемы

Современное состояние исследования советской культуры свидетельствует о том, что сегодня достаточно трудно осуществить ее объективный анализ. За два десятка лет, прошедших со времени официальной гибели советской системы, исследований, посвященных феномену советской культуры, появились считанные единицы. (См. Постсоветский советологический дискурс // Вопросы культурологии. – 2008. – № 11. – С. 74-46). Отсюда неоднозначность и поллярность научных оценок сущности этого концепта: негативная – это примитивная культура тоталитаризма, позитивная – это культура единения и развития советского народа и государства.

Сейчас можно с уверенностью сказать, что реальная политика России в постсоветский период не привела к тем результатам, которые возлагало общество на избавление от тоталитаризма. Переход к эффективной демократии осуществляется гораздо сложнее, чем это предполагалось. Россия переживает сложный этап своей истории. Пытаясь дистанцироваться от недавнего прошлого, она стремится выстраивать новый образ жизни, создавая новые праздники, обряды и ритуалы.

Исследование истоков и особенностей советской культуры, влияние которой до сих пор ощущается в современном российском обществе, заставляет отчетливо осознавать сущность и своеобразие всех ее составляющих.

Как художественный архетип советской культуры, агитбригада выполняла важную идеологическую функцию культурно-просветительской работы, являясь важнейшей составляющей агитационно-пропагандистской деятельности государства.

Нужно отметить, что исследование избранной проблемы пока осуществляется фрагментарно или односторонне. Имеющиеся источники и литература позволяют проследить генезис и формирование этой формы культурно-просветительской работы, но практически не дают ответа на вопрос: каково было их влияние на умы и сердца советских людей.

В наши дни происходит переоценка роли политической пропаганды и агитации в жизни советского общества с позиций современного научного знания. Мы вынуждены констатировать, что, несмотря на большое количество новых технологических решений, с помощью которых осуществляется современная культурная политика, многие формы и методы активно использовались советской пропагандой еще в 1920-е годы.

Выбор проблемы исследования обусловлен недостаточностью философско-культурологического осмысления агитбригады как художественного архетипа советской культуры, детерминированностью ее реальными социокультурными процессами.

Таким образом, изучение агитбригады с заявленных позиций имеет определенное значение не только с научной, но и с практической точки зрения. Кроме того, осмысление деятельности агитбригады в контексте советской культуры актуализируется незавершенностью изучения этого периода в истории России. Вышеизложенное определило актуальность темы исследования.

Степень изученности проблемы. В целом, можно утверждать, что, несмотря на обилие литературы, посвященной агитационно-пропагандистской деятельности коммунистической партии и советского государства, в центре внимания, как правило, находятся ее отдельные аспекты, а исследование агитбригады как художественного архетипа советской культуры, определение ее места и роли в становлении сознания советского человека остается открытым. Пока недостаточно изучен генезис этой формы в агитационно-пропагандистской работе клубов.

Практически отсутствуют работы, в которых синтезируются философский, исторический, культурологический и другие аспекты в осмыслении сущности агитбригады.

Основные направления развития культуры как важнейшей составляющей идеологической деятельности государства разрабатывались в документах партийных съездов, постановлениях ЦК КПСС и отражали политику государства на протяжении всего периода существования советской власти.

Характеризуя литературу историко-партийного направления, следует отметить, что первые попытки изучения данной проблемы начались еще в годы гражданской войны. Особое место здесь занимают работы В. Ленина, Н. Крупской, А. Луначарского, М. Калинина и др., в которых, наряду с теоретическими размышлениями, имелись практические советы, связанные с вопросами формирования советской культуры, политической агитации и пропаганды.

В периодической печати до сих пор появляются воспоминания непосредственных участников событий тех лет, содержащие фактический материал и отражающие официальные партийные установки советской власти в области культуры.

Из работ постсоветского времени, на наш взгляд, особого внимания заслуживают книга П. Вайля и А. Гениса (60-е. Мир советского человека». – М., 1996) и исследование В. Паперного (Культура Два. – М., 1996).

Большой фактический материал об эволюции официальной культурной политики в период «позднего социализма» содержит переводная работа немецкого исследователя Д. Кречмара (Политика и культура при Брежневе, Андропове, Черненко. 1970-1985 гг. – М., 1997).

Советскую культуру изучали И. Абсалямова, Б. Джегутанов, С. Иконникова, А. Какурин, И. Кефели, Г. Никишов, А. Мозелов, А. Мыльников, В. Пуляев, Ю. Солонин, А. Тимошевский и др.

Особо следует отметить материалы международной научной конференции «Советская культура: проблемы теоретического осмысления», организованной Академией проблем безопасности, обороны и правопорядка, Санкт-Петербургскими культурологическим и философским обществами в июне 2008 года, в которой приняли участие и выступили с докладами известные отечественные ученые (См. Постсоветский советологический дискурс // Вопросы культурологии. – 2008. – № 11. – С. 74-76).

Возвращаясь к анализу литературы, следует отметить, что основные теоретические положения, которые легли в основу культурно-просветительной работы в советский период, были разработаны в трудах А. Богданова, А. Макаренко, Е. Медынского, В. Плетнева, С. Шацкого и др.

Разные аспекты политической пропаганды получили освещение в работах общетеоретического и методологического характера отечественных и зарубежных авторов. Среди исследований по истории пропаганды и ее роли в политической, деловой и социальной жизни общества следует отметить труды В. Березина, Е. Доценко, В. Игнатовой, М. Назарова, Д. Ольшанского, Р. Почекаева, А. Соловьева, В. Терина, и т. д.

В работах К. Гаджиева, И. Панарина, Г. Почепцова, В. Прокофьева, А. Соловьева пропаганда представлена как информационно-психологическая война, используемая в сфере прикладных коммуникаций. Ряд исследователей (Г. Кара-Мурза, Г. Грачев, И. Мельник, А. Андреев) рассматривали пропаганду как механизм манипуляции и внушения на межличностном уровне и на уровне массового воздействия.

Агитационно-пропагандистская деятельность советской власти описана В. Байковым, Л. Максаковой, Т. Ремизовой, В. Суртаевым, В. Толстым, и др.

Об агитбригаде как форме культурно-просветительной работы писали М. Абросимов, Б. Березин, В. Кукаретин, В. Козлов, К. Лихачев, А. Лютер, А. Манаенков, В. Рябков, В. Саруханов и др.

Изучая агитбригаду как «живой» текст, мы обратились к работам по семиотике и теории коммуникации (Ю. Борев, Г. Гадамер, Н. Гартман, М. Каган, Ю. Лотман, А. Пелипенко, П. Рикёр, Ю. Хабермас, М. Хайдеггер, И. Чередниченко и др.).

Герменевтическая интерпретация текста рассматривалась в контексте исследований Б. Барта, Х. Гадамера, М. Бахтина, Д. Эльконица, М. Хайдегера и др.

Важную роль в изучении агитбригады как художественного архетипа советской культуры сыграли работы советских ученых о партийности искусства (В. Разумный, Ю. Лукин, А. Павлюченко и др.).

Обозначенное состояние научной разработанности исследуемой проблемы свидетельствует о существенном документальном и информационном потоке, освещающем ее различные грани. Это, в свою очередь, способствовало получению целостного представления об агитбригаде как информационной системе и художественном архетипе советской культуры.

Итак, актуальность темы исследования и степень её научной разработанности обусловили выбор объекта и предмета изучения, а также цели и задач.

Объект исследования – советская культура.

Предмет исследования – агитбригада в системе агитационно-пропагандистской деятельности советской культуры.

Цель исследования – комплексный анализ развития агитбригады как художественного архетипа советской культуры, определения ее роли в формировании сознания советских людей с позиций философско-культурологического знания.

Задачи исследования:

1. Изучить советскую культуру как иерархическую пирамиду знаковых систем в истории советской России.

2. Выделить основные направления развития агитационно-пропагандистского движения в России и исследовать историко-культурологические основания формирования агитбригады в структуре советской культуры.

3. Обосновать тезис о том, что агитбригада есть художественный архетип советской культуры.

4. Описать архетипические образы и функции идеологической работы партии и советского государства, играющие важную роль в сущностной характеристике агитбригады.

5. Изучить агитбригаду как «живой» текст и исследовать проблему его восприятия в контексте философско-культурологического знания.

Теоретико-методологической основой исследования проблемы являются труды по философии культуры, теоретической культурологии, теории и истории культуры, истории российской культуры, социальной культурологии и т. д. (П. Гуревич, Б. Ерасов, А. Запесоцкий, С. Иконникова, Л. Коган, И. Кондаков, М. Туровский и др.).

Изучение предмета исследования опиралось на методологические идеи А. Гуревича, М. Кагана, Э. Маркаряна, Э. Соколова о сущности культуры и ее роли в общественной жизни людей. Определяющей представляется концепция Э. Маркаряна о культуре как специфическом способе человеческой деятельности, включающем надбиологически выработанные средства решения людьми встающих перед ними жизненных проблем.

Исходная методологическая установка – философско-культурологический синтез и принцип историзма – рассматривает агитбригаду как художественный архетип, сформировавшийся в советской культуре.

Теоретической основой исследования послужили фундаментальные положения культурологической и философской мысли, касающиеся специфики массового сознания, формирующегося в советском обществе, изложенные в трудах Б. Грушина, Г. Дилигенского, А. Уледова и др.

Исходным концептуальным методом исследования выступает принцип единства исторического и логического, суть которого состоит в раскрытии соотношения между исторически развивающимся объектом и его отражением в теоретическом познании.

В анализе социокультурной ситуации, в которой формировалась агитбригада как художественный архетип советской культуры, сыграли определенную роль книги Н. Бердяева (Истоки и смысл русского коммунизма. – М., 1990; Философия творчества, культуры и искусства. В 2-х т. – М., 1994 и др.). В связи с этим продуктивным стало применение в диссертационной работе социокультурного подхода, который помог рассмотреть процесс формирования агитбригады как художественного архетипа советской культуры.

В объяснении агитбригады как художественного архетипа советской культуры мы опирались на философско-культурологическое наследие К. Юнга.

Концептуальными установками для исследования стали труды И. Голомштока, Б. Гройса, Х. Гюнтера, Е. Добренко о сущности тоталитарной культуры, которые помогли проследить ее воздействие на формирование сознания советских людей.

Комплексный характер работы детерминировал обращение к целому спектру научных направлений и подходов. Агитбригада

изучена с семиотических позиций (Ю. Лотман, Б. Успенский и др.), что позволило рассмотреть ее как целостную языковую систему, являющую собой удивительный мир знаков (идей), смыслов, текстов (информации).

Фундирование на идеологических позициях советского государства способствовало исследованию специфики (интерпретация, исполнение, восприятие) агитбригады как «живого» текста агитационно-пропагандистской работы, как некоей «конструкции» советской культуры.

Междисциплинарность исследования определила применение деятельностно-информационного, документографического, культурно-исторического, социологического, функционального, аксиологического, философского, сравнительно-культурного подходов, а также диалектического, системно-структурного методов, метода критики и морфологического анализа.

Выбор перечисленных подходов и методов исследования детерминируется объективной необходимостью целостного подхода к рассмотрению агитбригады как художественного архетипа советской культуры.

Источниковая база исследования включает:

- разнообразные виды опубликованных и неопубликованных источников, рукописные материалы, законы, постановления, положения, распоряжения, инструкции, отчеты и постановления, переписки, периодическую печать, в том числе журналы «Культурно-просветительная работа», «Клуб» и др.;

- документы Государственного архива Краснодарского края, отражающие деятельность клубных учреждений по агитационно-пропагандистской работе (ФР 365 Отдел народного образования Кубано-Черноморского исполкома; ФР 1561 Отдел народного образования Краснодарского крайисполкома (1942-1976); ФР 889 Отдел народного образования Краснодарского Горисполкома (1939-1940, 1943-1977); ФР 1380 Отдел культуры Краснодарского горисполкома (1945-1975); ФР 1731 Краснодарский красевой дом народного творчества; ФР 837 Отделы народного образования отделеских исполкомов (1920-1924); ФР 890 Отдел народного образования Кубанского окрисполкома; Р 1459 Отдел культурно-просветительной работы Краснодарского крайисполкома (1945-1953);

- официальные документы партийных и государственных органов по вопросам агитационно-пропагандистской деятельности советского государства;

- справочно-энциклопедические издания, связанные с темой диссертационного исследования.

Научная повизна исследования связана с философско-культурологическим анализом тенденций формирования агитбригады как художественного архетипа советской культуры; изучением механизма ее функционирования, стимулирующего формирование массового сознания советского человека; обоснованием того, что эффективность деятельности агитбригады как формы агитационно-пропагандистской работы предопределена ее местом в системе идеологической деятельности КПСС и советского государства; исследованием историко-культурологических оснований формирования агитбригады; описанием архетипических образов и функций идеологической работы партии и советского государства, играющих важную роль в сущностной характеристике агитбригады, доказательством тезиса о том, что агитбригада есть «живой» текст, что позволило обосновать систему аргументации, способствующую ее эффективному использованию как инструмента идеологического воздействия на сознание советских людей.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Агитбригада – эффективный способ коммунистического воспитания советских людей, социально-культурный феномен, средство формирования социалистического сознания, элемент советской культуры.

2. Философско-культурологический анализ агитбригады сформировал авторскую концепцию, согласно которой эта форма агитационно-пропагандистской работы представляет собой художественный архетип советской культуры.

3. Комплексное исследование агитбригады как художественного архетипа советской культуры позволило доказать, что это – целостная информационно-агитационно-пропагандистская система, кумулирующая социально-политическое и эмоциональное отношение к советской реальности.

4. Как семиотический и информационный концепт «агитбригада» представляет собой «живой» текст, в котором важную роль выполняет руководитель агитбригады, генератор агитационно-пропагандистских идей, чьи мировоззренческие установки и художественная инноватика помогают защищать «советский образ жизни». «Живой» текст, его социальное функционирование детерминруется способностью реципиента/потребителя информации креативно взаимодействовать с ним.

5. Изучение агитбригады как коммуникативной системы «автор-текст-потребитель» позволило заключить, что ее важным компонентом является художественная пропаганда, помогающая создавать «новый» текст.

6. Исследование проблемы восприятия (рецепции) «живого» текста и сотворчества автора текста и реципиента привело к выводу о том, что их диалогичность не изменяет структуры текста произведения, а креатирует целый спектр смысловых интерпретаций, его информационную и художественную компоненты.

7. Современное состояние российской культуры требует нового взгляда на агитбригаду, ее природу и специфику, что обусловлено необходимостью воспитания человека в духе преданности Родине, Отечеству, его адаптации к реалиям изменяющегося мира, высоких идеалов гуманизма. Эта форма социально-культурной деятельности как гармоничная информационная система, как «живой» текст, образующий в своей совокупности информационный текст (инфотекст), рассматривается как целостная знаковая и художественная система, генерирующая и транслирующая информацию о российском обществе.

Теоретическая значимость исследования. Междисциплинарный подход к исследованию агитбригады как художественного архетипа советской культуры, а также методологические и теоретико-мировоззренческие основания позволили создать целостное представление о ней как информационно-агитационно-пропагандистской системе. Авторская трактовка агитбригады как художественного архетипа советской культуры, как психологического, философского, культурологического, семиотического и информациологического концепта, определила его культурные основания, заключающиеся в том, что агитбригада содержит информацию, а совокупность «знаков» образует «живой» текст. Новый подход к агитбригаде как архетипу и информационной системе советской культуры, как мы полагаем, окажет существенное значение для организации воспитательного и информационного процесса в современном обществе.

Практическая значимость результатов исследования. Материалы исследования могут быть использованы в педагогическом процессе в рамках учебных курсов «Культурология», «Семиотика культуры», «Психология искусства» и др.

Апробация результатов исследования:

1. Диссертация обсуждена и рекомендована на заседании кафедры теории и истории культуры Краснодарского государственного университета культуры и искусств, прошла предварительную экспертизу и принята к защите диссертационным советом при КГУКИ.

2. Основные научные результаты нашли отражение в 19 научных публикациях (статьи, тексты научных докладов), общим объемом 4,75 печатных листа. Из них – в 3 изданиях, рекомендованных ВАК МО РФ.

3. Материалы и результаты диссертационного исследования получили апробацию в форме докладов на конференциях, в т.ч.: на международных научно – практических конференциях «Семиотика культуры и искусства» (г. Краснодар, 2006), (г. Краснодар, 2007), на V, VI научно – практических конференциях «Кайгородовские чтения» (г. Краснодар, 2005), (г. Краснодар, 2006), на вузовской научно-практической конференции «Аспирантские чтения» (Краснодар, 2006), на научной конференции «Художник и время: взаимодействие культур в современном мире» (Краснодар, 2007), (Краснодар, 2008), на второй ежегодной научной конференции гуманитарного центра КГУКИ (Горячий Ключ, 2006), на межвузовской научно-практической конференции «Проблемы взаимодействия национальных культур в региональной многоуровневой системе музыкального образования», на первом заседании регионального круглого стола «Актуальные проблемы современной политики и культуры глазами молодежи» (Славянск-на-Кубани, 2008) и др.

Структура диссертации. Диссертационное исследование состоит из Введения, двух разделов, Заключения и Списка использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первый раздел - Теоретические основы исследования агитбригады как художественного архетипа советской культуры – содержит две части.

В первой – Советская культура как иерархическая пирамида знаковых систем – раскрываются основные черты советской культуры как особой реальности, как «моностилистической» модели, в которой исключена возможность возникновения идеологического и политического плюрализма. Как и всякая культура, советская культура развивалась, создавала новые смыслы, объясняемые категориями диалектики, а именно, взаимодействием общего, особенного, единичного в содержании этого феномена.

Так, общее в культуре советской России складывалось столетиями и заключалось в том, что она – закономерный этап развития отечественной культуры, тех ее элементов, традиций, которые были заложены или привнесены в нее предшествовавшими историко-культурными периодами.

Особенное в культуре советской России проявлялось в том, что она, с одной стороны, выступала в качестве наследницы русской культуры, а, с другой, была реформатором ее социокультурных ценностей. Так, сохраняя такие черты русской культуры как дихотомичность, гибкость, адаптивность и др., которые нашли отражение в культуре русского зарубежья, диссидентства и в народном

творчестве, советская культура через взаимодействие и взаимозависимое развитие великорусской, всероссийской и национальных культурных традиций, а также насаждение атеизма, создание новой общности «советский народ», насильственные переселения и др. создала новую духовность.

Единичное в советской культуре нашло отражение в развитии национальных культур народов СССР, в образовании системы социалистических ценностей, основу которой составляла советская культура, обогатившая мировую культуру выдающимися достижениями в области науки, техники, искусства.

Официальной идеологией советского общества стал марксизм – ленинизм. Любая философия или система идей, которая выходила за его рамки, неизбежно квалифицировалась как буржуазная и признавалась контрреволюционной, антисоветской, т. е. опасной для самого существования нового политического строя и советской власти. Новая революционная власть решила создать собственную пролетарскую культуру, с помощью которой можно воздействовать на массы.

Важной задачей советской культуры было воспитание нового человека, которому присуще чувство коллективизма. Вся его деятельность направлялась на выполнение определенной, поставленной партией, задачи.

Через культурные каналы в советское общество внедрялись ценности, способствующие формированию массового сознания, что подтверждает, что здесь шел активнейший процесс зарождения и «приручения» народных масс.

В стране осуществлялось ленинское требование вести последовательную борьбу против любой «несоциалистической идеологии», против неуправляемого развития социокультурных процессов. Это выдвигало необходимость жесткого организационного и политического руководства со стороны коммунистической партии всем общественно-историческим развитием страны, идейной нетерпимостью в отношении культурной и общественной деятельности.

Постепенно в научной литературе складывается классическая версия концепта «советская культура», впоследствии получившая название «большой стиль», в котором идеология задавала мировоззренческий вектор и ориентацию на всем пространстве советской культуры (Б. Гройс). Все, кто определял политику в области культуры или работал в ее сфере, носили в своем подсознании коллективное бессознательное – христианские архетипы (А. Белюков). Анализ советской культуры показывал, что в обществе господствовало представление об иерархическом устройстве мира. Символом иерархии является пирамида. Большинство архитектурных соору-

жений этого периода строится по пирамидальному принципу (мавзолей Ленина, «сталинские высотки», проект Дворца Советов). По пирамидальному принципу оформлялись важнейшие ритуалы тоталитарного режима, в частности, демонстрации трудящихся.

Итак, советская культура – совокупность знаковых систем, с помощью которых советский народ поддерживал свою сплоченность, оберегал свои ценности, своеобразие своей культуры и ее связи с окружающим миром.

С точки зрения семиотики, советскую культуру можно назвать механизмом для обработки и сообщения «нужной» для советского государства информации.

Рассуждая о советской культуре в контексте философского знания, можно выделить индивидуальное, особенное, связывать особенное и общее, национальное и интернациональное, охватывая все богатство материальной и духовной жизни советского народа.

Глубокие внутренние противоречия, трудности и сложности, допущенные серьезные просчеты, крайности и ошибки, неблагоприятные внешние условия и многое другое – все это, в конечном счете, привело к провалу попытки построения социалистического общества и советской культуры, что подтверждает мысль о советской культуре как иерархической пирамиде знаковых систем.

Во второй части первого раздела – Основные направления формирования агитационно-пропагандистского движения в годы советской власти – акцентируется внимание на первых мероприятиях по созданию и развитию системы политико-просветительной работы в советской России, которые связаны с распространением официальной идеологии – марксизма-ленинизма и формированием на ее основе пролетарской культуры, которая должна была стать закономерным развитием тех запасов знания, которые выработало человечество.

В статье «О кооперации» В. Ленин отмечал, что для перехода к социализму нужен целый переворот, целая полоса культурного развития всей народной массы. Повышение культурного уровня масс он связывал с их политическим воспитанием. Цель политического воспитания, политического образования воспитать истых коммунистов, способных победить ложь, предрассудки и помочь трудящимся массам победить старый порядок и вести дело строительства государства без капиталистов, без эксплуататоров, без помещиков.

По всей стране культивировались массовые формы воспитания и перевоспитания народа: митинги, политико-агитационные кампании, массовые гуляния, социалистические соревнования, субботники, воскресники и др. В эту систему органично вписалась

деятельность агитпароходов, агитпоездов, агитвагонов, агитпозов, агитбригад, «красных юрт», «красных чумов» и др.

К наиболее ярким формам агитационно-художественного движения, образовавшим основное ядро агитационно-пропагандистской работы, относится «Синяя блуза», а также разнообразные течения, возглавляемые Театром революционной сатиры (Теревсатом) и мастерской Фореггера (Мастфором). Активный поиск выразительных средств, сценических форм и приемов способствовал взаимообогащению форм и методов их работы.

Особое место в агитационно-пропагандистском движении занимала массовая работа среди населения, в которой театрализация выступала не только как особый метод художественной обработки и подачи материала, но и как особый вид организации людей, их поведения и действия.

Важную роль в массово-политической и организационной работе советско-партийных органов власти в разных регионах России, в т.ч. и на Кубани, сыграли агитационно-пропагандистские поезда.

Итак, анализ направлений агитационно-художественной работы, складывающихся в первые годы Советской власти, дает возможность проследить пути ее развития, выявить интересные тенденции и начинания.

Второй раздел диссертации – **Сущностная характеристика агитбригады как художественного архетипа советской культуры** – имеет три части.

В первой – **Историко-культурологические основания формирования агитбригады как художественного архетипа советской культуры** – подчеркивается, что форма агитационно-пропагандистской работы партии большевиков зародилась в России еще в дореволюционные годы. После октябрьской революции уже действовали организованные по инициативе ревкомов и парткомов агитационно-просветительные пункты («агитпункты»), которые широко применяли в своей работе художественно-изобразительные средства агитации (плакаты, карикатуры, агитпьесы и др.).

Нужно отметить, что формы агитационно-пропагандистской работы, рождавшиеся в первые годы советской власти, – это не только способы привлечения людей к строительству «нового» общества, но и отражение социальной, политической обстановки, в которой складывались «новый» образ жизни, «новая» культура, «новые» традиции.

Итак, агитбригада – форма агитационно-пропагандистской деятельности клуба, широко использующая в своей работе устную народную и художественную пропаганду (Генкин, Д., Соломоник, Е. Художественная пропаганда в клубе. – М., 1977. – С. 10).

Это – локальный коллектив, способный оперативно, художественными средствами реагировать на жизнедеятельность своего трудового коллектива, одновременно совмещая концертные номера с политико-воспитательной и агитационно-пропагандистской работой.

Уже само название содержит в себе ключ к пониманию смысла и названия этого вида самодеятельного творчества – агитация художественными средствами. Агитбригады формировались из участников художественной самодеятельности. В них наиболее полно воплотились суть и цель клубной работы – активная помощь партии в проведении политико – воспитательной работы, в пропаганде советского образа жизни, повышении культуры труда, быта, и формировании общественных отношений.

Агитационно-художественная бригада – своеобразный творческий коллектив, в выступлениях которого сочетаются, дополняя друг друга, агитационно – пропагандистская работа и художественная самодеятельность. Для агитбригады характерны злободневность и тематическая направленность выступлений, тесная связь с производством, широкое использование местного материала. Агитационно-художественные бригады организовывались, как правило, при районных домах культуры, профсоюзных, городских, сельских и колхозных клубах. Большое количество агитационно-художественных бригад создавалось на промышленных предприятиях, в воинских частях, учебных заведениях.

Все это говорит о том, что агитбригада – не только особый вид художественной самодеятельности, но и сложная, комплексная форма клубной работы. Она оказывала большую помощь клубам и Домам культуры в политическом и художественном воспитании трудящихся, в организации их отдыха.

Историко-культурологический экскурс в «прошлое» агитбригадного движения позволяет рассматривать эту форму культурно-просветительной работы как художественный архетип советской культуры.

В широком смысле агитбригада как художественный архетип советской культуры закладывает «кирпичики» картины мира советского человека, который строит в своей душе определенное отношение к власти, окружающим, себе самому. Благодаря воздействию содержания агитбригадного выступления на людей создается ситуация, когда каждый человек на бессознательном уровне распознает в любом эмоционально насыщенном сообщении его «разумное» содержание. И добавляет это «разумное» содержание к содержанию всего накопленного знания, полученного в результате воздействия советской идеологии, усиливая или, наоборот, ослабляя «внутреннее», формирующее мировоззрение советского человека, его моральный и духовный облик.

Можно говорить о том, что, как «образ» советской культуры, агитбригада «влиятельна» на глубинный механизм психики и проявляется на поверхности через поведение человека, его отношение к власти. Они «вырабатывают» определенный стиль поведения человека, тип эмоционального переживания, бессознательный прогноз развития его как личности. Если при восприятии содержания программы агитбригады подключается «архетипический» уровень, у воспринимающего автоматически усиливаются все соответствующие данному архетипу эмоциональные реакции и бессознательные ожидания. Важно только, чтобы они соответствовали цели проведенного мероприятия. Можно целенаправленно формировать смысловой ряд «архетипических» образов так, чтобы он вызывал нужную реакцию на то или иное событие.

Как художественный архетип советской культуры, агитбригада «одевается» в определенные одежды, формирующие конкретные сюжетные изображения. Это кажется удивительным, но архетипические установки агитбригады проявляются не только в политической, социальной роли, им соответствуют определенная стилистика поведения, выбор костюма, сценария, набор художественных средств, стиль изложения материала и т. д.

Чаще всего можно наблюдать эффект от удачного использования архетипических элементов в агитбригаде, если речь идет о чем-то более сложном, чем создание настроения, – это требует обращения к сценарию, в котором последовательно сменяются архетипические образы. В истории агитбригады сложились постоянные «архетипические образы», которые каждый советский человек знал достаточно хорошо.

Архетипическое моделирование образа советского человека позволяет достичь эмоциональной связи между ним и архетипическим символом. Оно направлено на формирование ассоциативных связей между человеком – товаром и его архетипическим символом. Задача агитбригады – сформировать эмоциональную связку между аудиторией и архетипическими символами, вокруг которых строится «образец» советского образа жизни.

Во второй части – **Архетипические образы и функции идеологической работы партии и советского государства в сущностной характеристике агитбригады** – объясняется, что архетипический образ является важнейшей составляющей культурного архетипа и предстает собой символическое выражение тех или иных архаических установок, определяющих мировоззрение, мироощущение и миропонимание народа. Он играет определяющую роль в формировании психических реакций человека в процессе социализации и идентификации в обществе. Поскольку культурный архетип

носит коллективный характер, то архетипические образы формируют систему ценностей, действующую как стабилизатор не только межличностных отношений, но и отношений между отдельными социальными формированиями.

По ходу исследования архетипических образов, заложенных в сценариях агитбригад, можно выявить систему установок и типичных реакций, которые определяли жизнь советского человека.

Это были своеобразные образцы, на которые ориентировались программы агитбригад, интуитивно отвечая на «задания» партийных комитетов. Постепенно в архетипических образах накапливался опыт отражения агитационно-пропагандистской работы, который регулировался, передавался от одного коллектива к другому. Таким образом, сформировавшаяся форма клубной работы наполнялась содержанием определенной идейно-политической направленности.

Особенность архетипических образов заключалась в том, что, если сознание не принимало во внимание опыт архетипа, если символическая передача была невозможна, то архетипические образы могли вторгаться в сознание в самых примитивных формах. Примером такого «вторжения» на индивидуальном уровне стало насаждение коммунистической идеологии, которая формировала свой советский тип личности.

Установка КПСС и советского правительства была на то, чтобы воспитывать сознательность членов общества, полнее и шире развертывать их творческую активность в создании материально-технической базы коммунизма, в развитии коммунистических форм труда и новых отношений между людьми и, следовательно, быстрее и успешнее решать задачи строительства коммунизма.

Системное исследование агитационно-художественных бригад как опорных форм политико-просветительной работы позволило выделить их полифункциональность, способность через многообразие контактов с реальностью и многосторонними связями с массовым зрителем формировать всесторонне ориентированный тип личности. Каждая из основных функций соответствовала определенным потребностям общества и личности, которые при всех условиях должны удовлетворяться.

Агитационно-художественное представление любой разновидности являет собой органический сплав специфических агитационных и художественных средств воздействия на аудиторию. Если сплав средств воздействия неограничен или недостаточно полон, однообразен, то чрезвычайно действенная, исторически сложившаяся форма самодеятельного искусства – агитационно-художественное представление – разрушается. В советское время агитационно-художественные представления завосывали все большее

признание и популярность. Особенно много статей, брошюр и книг написано об одной из разновидностей агитационно-художественных представлений – выступлениях агитбригады.

Архетипические образы в выступлениях агитбригад можно рассматривать как сформировавшийся «инструментарий» культурно-исторического процесса, смысл которого определяется следующими основными параметрами:

- они структурируют целый спектр характеристик антиномического, амбивалентного типа, являясь последовательным философским оформлением этой проблемы;

- они являются своеобразным семиотическим «кодом», стержнем проблематизации мышления, ядром дискурсивных практик парадоксально-апоретического типа.

Архетипичность дает некоторое устойчивое ощущение «правильности» всего изображения, его соответствия некоторой внутренней реальности воспринимающего. Более того – так как содержание сообщения соединяется с особым узнаваемым состоянием, присущим человеку, после просмотра программы остается «след». И позже, когда появляется это «архетипическое» состояние, сами собой вспоминаются образы или темы увиденного и услышанного. Для того чтобы выбрать нужный архетип для конкретного выступления агитбригады, ее руководитель должен решить, какое настроение, стиль, какие ассоциации он хочет «встроить» в свое творческое решение, чтобы они провоцировали нужную тему у воспринимающего. Затем эта эмоциональная тема уточняется таким образом, чтобы добиться единства и непротиворечивости сообщения (чтобы это послание совпадало со смысловым рядом одного из архетипов). А затем подобрать сюжет или образительный ряд, сравнивая его с известными «архетипическими» или проверяя собственные новые творческие идеи, сравнивая их со стандартным смысловым рядом выбранного архетипа. Этот метод требует определенной практики и художественного чутья.

Необходимость изучения культурных механизмов на уровне глубинных психических установок (архетипов), определяющих мотивацию и оформление культурного творчества, обусловлена, прежде всего, той проблематикой, которая господствовала в условиях советского времени.

В то время анализ архетипических образов вносил существенные коррективы в процесс формирования массового сознания советских людей, что, безусловно, являлось гарантом сохранения культурной политики советского государства.

Таким образом, архетипические образы, господствующие в сценариях агитбригад, были основанием для формирования куль-

турных ценностных ориентаций советских людей и обладали крайней устойчивостью к внешним воздействиям.

Последняя часть раздела – **Агитбригада как «живой» текст.** Ни для кого не секрет, что любой текст, для того чтобы «жить», должен быть написан и прочитан. Причем последнее обстоятельство является решающим для его жизни в культуре. Чем дольше текст будут читать (переводить, интерпретировать, заимствовать и т. д.), тем дольше он будет «жить».

Текст есть «корпус», телесная определенность или неопределенность которого объявляется на границе, где действуют силы, идущие как от автора и его телесной формы, так и от читателя, обладающего своей собственной формой. Текст существует в створе двух разнонаправленных телесных интенций, заимствуя их исходные формы. Иначе говоря, именно эта взаимообусловленность и потребность друг в друге создают то промежуточное образование, которое является «телом» текста. Можно сказать, что текст – это социокультурное пространство, где ни одному языку не дано укрыться и ни один говорящий субъект не остается в роли судьи, хозяина, аналитика, исповедника, дешифровщика. Теория текста сливается с практикой письма (Барт, Р. От произведения к тексту // Барт Р. Избранные работы. – Семиотика. Поэтика. – М., 1989. – С. 415, 422).

«Живой» текст существует в симбиозе с человеком: одно нуждается в другом и поддерживает другое.

В определенном смысле выступление агитбригады есть «живой» текст, представляющий собой произведение, живущее в объективной реальности только в момент восприятия его зрителем. Совершенно очевиден тот факт, что вне живого контакта со зрителем, этот коллектив перестает выполнять свою основную функцию – быть агитационно-пропагандистским ядром, защищающим и пропагандирующим интересы советской власти.

Агитбригада существует по своим законам, меняющим процессы восприятия «живого» текста. Ее выступление в какой-то степени есть виртуальная реальность, ибо существует большую часть времени в сознании руководителя и членов коллектива как некая воображаемая действительность. Литературный текст, играющий решающую роль в программе агитбригады, становится составной частью ее смысловой структуры, ее «живым» текстом.

В нашем случае под «живым» текстом агитбригады мы понимаем набор сложных знаков, передающихся аудитории посредством сценического представления, и дешифрирующийся зрителем, предполагающим, что это «послание» выражает, описывает некий мир, созданный сообществом на основе литературного текста, коллективом агитбригады, художником и др.

Использование концепта «живой» текст заставляет вспомнить о минимальной единице анализа этого текста – знаке. На этой проблеме пересекаются интересы самых разных наук, прежде всего, театральной семиологии как метода анализа «живого» текста агитбригады, вскрывающего его формальную структуру, рассматривающую динамику развития и становления процесса формирования знаков, происходящих при участии создателей текста и публики (См. Пави, П. Словарь театра. – М., 1991. – С. 301). Этот метод экстраполирует на «живой» текст агитбригады определенные знаковые модели.

Процесс восприятия и понимания «живого» текста невозможен без его анализа. Знаковые модели «живого» текста представляют собой результат семиозиса, т. е. корреляции и взаимообусловленности его выражения и содержания. Эта корреляция складывается из продуктивной работы руководителя агитбригады и рецептивного прочтения этого текста зрителем, что позволяет восстановить динамику рождения его смысла. Отсюда следует, что психологию индивидуального и массового восприятия не может не затронуть вопрос «знаковой модели» в «живом» тексте агитбригады.

Анализируя «живой» текст или сценарий выступления агитколлектива, нужно отметить, что через него осуществлялось «видение» действительности, т. е. умение выразить идею через образ. Образ – главная категория искусства, его принципиальная основа основ. Именно образное понимание идеи и есть режиссерский замысел, видение, с самого начала концептуально связанное с представлением о выражающей его сценической форме. Агитационно-пропагандистский образ выступления агитбригады вырастает из идеи, ее содержания, сквозного действия, мира ее внутренних ритмов. Такой образ является своеобразной философской и художественной формулой выступления. Образы действующих лиц сценария находятся в прямой зависимости от образов, которые появляются на сцене. В целом, сценические образы, взаимозависящие и взаимовлияющие друг на друга, создают не механическую сумму образов, а качественно новое – основную образную систему выступления.

На основе вышеизложенного, можно составить некую структурную схему создания программы агитколлектива и на этой основе определить минимальную единицу анализа, знаковую модель ее «живого» текста. Агитационно-пропагандистский образ, заложенный в содержание сценария выступления агитколлектива, является макрознаком, вбирающим смысловой (интеллектуальный) экстракт – «идею» и эмоционально-действенный стержень – «сверхзадачу». Причем и «идея-сверхзадача», и сквозное действие не могут су-

ществовать вне эмоциональной сферы, создавая в совокупности зрительного, слухового, временного ряда сложную многокомпонентную целостную систему – агитационно-пропагандистский образ, рождающийся в восприятии зрителя после прочтения «живого» текста.

Минимальной единицей анализа «живого» текста, обладающего свойствами целого, является факт действительности, положенный сценаристом агитбригады в основу фабулы и сюжета представления, ставший духовно содержательным событием вследствие эмоциональной оценки его автором и являющийся частью событийного ряда выступления, который режиссер и участники представления воплощают на сцене как последовательный ряд образов этих событий, обретающий свой окончательный смысл и образующий единую многокомпонентную многоуровневую целостную структуру – агитационно-пропагандистскую направленность выступления только в процессе восприятия, понимания и оценки его зрителем.

Обращаясь к герменевтике как искусству интерпретации, истолкования, для понимания агитбригады как «живого» текста, можно отметить, что агитбригада как форма культурно-просветительной деятельности истолковывает и разъясняет письменно зафиксированные в языке жизненные объективации.

Если рассматривать агитбригаду как «живой» текст в русле герменевтики, то можно говорить об искусстве общения между коллективом агитбригады и зрителем (аудиторией), на которую направлено агитационно-пропагандистское действие.

Герменевтическая интерпретация текста как бы расширяет границы сознательного за счет бессознательного. В этом смысле, коллектив агитбригады творит по вдохновению, руководствуется чувствами и настроениями.

Раскрывая сущность агитбригады через «живой текст», необходимо обратить особое внимание на роль театрализации как творческого, художественно-педагогического метода идеологической, политико-воспитательной работы культурно-просветительных учреждений, суть которого состоит в показе, оживлении, художественном осмыслении того или иного факта, документа, события.

Итак, агитбригада как «живой» текст должна составлять свои программы на более широкий круг людей, а не только на членов своего трудового коллектива. Это связано с тем, что агитбойцам приходилось выступать не только перед «своей» аудиторией, но и участвовать в массовых мероприятиях – при проведении праздников, гуляний, сборов в жилых микрорайонах и т. п. Поэтому сценарий агитбригады строился таким образом, чтобы в нем были фрагменты на местные темы, региональные, общегосударственные, не нарушая целостности выступления.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

В том числе рекомендованных ВАК

1. Чамчиян, С. (Кашарина) О некоторых подходах исследования региональной культуры // Социально-гуманитарные знания: Научно-образовательное издание. Выпуск 12. – Краснодар, 2007. – С. 33-35 (в соавторстве).

2. Чамчиян, С. Художественный архетип советской культуры // Социально-гуманитарные знания: Научно-образовательное издание. Выпуск 12. – Краснодар, 2007. – С. 198-201.

3. Чамчиян, С. Митинг-концерт в истории агитбригадного движения // Социально-гуманитарные знания: Научно-образовательное издание. Выпуск 4. – Краснодар, 2008. – С. 408-411.

В других изданиях:

4. Чамчиян, С. Формирование агитационно-пропагандистской работы в Советской России в первой половине XX века // Пятые кайгородовские чтения: Сб. материалов научно-практической конференции. – Краснодар, 2005. – С. 62-66.

5. Чамчиян, С. Из истории развития агитационно-пропагандистской деятельности в России // Шестые кайгородовские чтения: Сб. материалов научно – практической конференции. – Краснодар, 2006. – С. 66-70.

6. Чамчиян, С. Советская культура и культурная революция // Вестник КГУКИ. – Краснодар, 2006. – С. 72-76.

7. Чамчиян, С. Законы и категории культурологии в научном исследовании // Семиотика культуры и искусства. Сб. материалов научно-практической конференции. – Краснодар, 2006. – С. 16-26.

8. Чамчиян, С. Агитационно - пропагандистская деятельность в России: советский период // Вторая ежегодная научная конференция гуманитарного центра КГУКИ (Материалы научной конференции). – Краснодар – Горячий Ключ, Вып. 2, 2006. – С.50-53.

9. Чамчиян, С. К вопросу о законах культурологии // Художник и время: взаимодействие культур в современном мире: матер. науч. конф. Вып. 4. – Краснодар: Краснодарский гос. ун-т культуры и искусств, 2007. – С. 296-299.

10. Чамчиян, С. Структура художественно – пропагандистской деятельности на Кубани // Проблемы взаимодействия национальных культур в региональной многоуровневой системе музыкального образования. – Краснодар, 2007. – С. 154-157.

11. Чамчиян, С. Печатные и наглядные формы агитации в деятельности агитационно-пропагандистского движения на Кубани // Семиотика культуры и искусства. Сб. материалов международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2007. – С. 119-122.

12. Чамчиян, С. Искусство в структуре культурогенеза региона // Конференция грантодержателей регионального конкурса РГНФ и администрации Краснодарского края «Северный Кавказ: традиции и современность»: сб. тез. – Краснодар, 2007. – С. 30 – 32 (в соавторстве).

13. Чамчиян, С. Значение агитационно – пропагандистской работы в Советской России в первой половине XX века. Актуальные проблемы современной политики и культуры глазами молодежи: Сб. материалов регионального круглого стола. Вып.1. – Славянск-на-Кубани, 2008. – С.66-70.

14. Чамчиян, С. Из истории развития «Синей блузы» в России. Сб. мат-лов конф. Наука, Культура, Образование глазами молодых ученых. Аспирантские чтения. Вып. №3. – Краснодар, 2008. – С.103-106.

15. Чамчиян, С. Значение и задачи культурной революции советского периода // Художник и время: взаимодействие культур в современном мире: матер. науч. конф. Вып. 5. – Краснодар: Краснодарский гос. ун-т культуры и искусств, 2008. – С. 70-73.

16. Чамчиян, С. Искусство в структуре культурогенеза региона // Наука Кубани. – 2008. – 1 п.л. – 68-74. (в соавторстве).

17. Чамчиян, С. Искусство в полихудожественном пространстве региона // Поликультурные основания формирования общероссийской идентичности. Мат-лы всерос. научно-практич. конф. с международным участием 4-7 сентября 2008 года. – С.155-168 (в соавторстве).

18. Чамчиян, С. Искусство в структуре культурогенеза региона / Северный Кавказ: традиции и современность. Материалы конференции получателей грантов регионального конкурса Российского гуманитарного научного фонда и администрации Краснодарского края. – Краснодар, 2008. – С. 20-21 (в соавторстве).

19. Чамчиян, С. Агитбригада как архетип советской культуры // Поликультурные основания формирования общероссийской идентичности. Мат-лы всерос. научно-практич. конф. с международным участием. – Краснодар, 2009. – С. 32-37.

Типография Краснодарского государственного
университета культуры и искусств
Краснодар, 350072, ул. 40-летия Победы, 33
Заказ № 811, тираж 110 экз.