

ВИЗУАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ

VISUAL HISTORY

Статья/Original article

УДК 94(470)"1945/1991"

DOI: 10.18413/2312-3044-2024-11-4-374-389

«Два мира, два образа жизни»: политический плакат как инструмент формирования мировоззрения советских граждан

Г.А. Гладкова

Рязанский государственный университет им. С.А. Есенина
390000, г. Рязань, ул. Свободы, 46, Россия
E-mail: galya.gladkova21@mail.ru

Аннотация. Автор ставит задачу исследовать политический плакат как инструмент формирования мировоззрения советских граждан. Хронологические рамки исследования охватывают 1940-1970 годы. В статье выявлены главные методы формирования образа советского и западного общества, который представлял советский плакат, выявлены главные черты этих образов. Автор делает вывод о сознательном использовании максимально понятных форм изложения текста и ярких иллюстраций на советском плакате, что помогало нарисовать в общественном сознании ужас жизни капиталистического Запада и преимущество советского строя.

Ключевые слова: образ, двухполярный мир, советская пропаганда, советский плакат.

Для цитирования: Гладкова Г.А. «Два мира, два образа жизни»: политический плакат как инструмент формирования мировоззрения советских граждан. Tractus Aevorum: эволюция социокультурных и политических пространств. 11 (4): 374-389. DOI: 10.18413/2312-3044-2024-11-4-374-389.

Copyright: © 2024 Гладкова Г.А. Данная статья публикуется онлайн в сетевом научном журнале открытого доступа “Tractus Aevorum” на условиях лицензии Creative Commons Attribution License, которая позволяет другим распространять эту работу с обязательным указанием ссылок на её автора и оригинальную публикацию.

«Two Worlds, two ways of life»: political poster as a tool for shaping the worldview of Soviet citizens

Galina A. Gladkova

Ryazan State University named after S.A. Yesenin

46 Svobody st., Ryazan, 390000, Russia

E-mail: galya.gladkova21@mail.ru

Abstract. The author explores the political poster as a tool for shaping the worldview of Soviet citizens. The chronological framework of the study covers the period from 1940 to 1970. The article identifies the main methods of building the images of Soviet and Western societies as represented in the Soviet posters, and identifies the main features of these images. The author concludes that the conscious use of the most understandable forms of text presentation and vivid illustrations on the Soviet posters helped draw in the public consciousness the horrors of life in the Capitalist West and the advantage of the Soviet system.

Keywords: image, bipolar world, Soviet propaganda, Soviet poster.

For citation: Gladkova G.A. 2024. «Two Worlds, two ways of life»: political poster as a tool for shaping the worldview of Soviet citizens. Tractus aevorum: the evolution of socio-cultural and political spaces. 11(4): 374-389. DOI: 10.18413/2312-3044-2024-11-4-374-389.

Введение

Актуальность темы заключается в том, проблема формирования и изучения образа других стран в условиях информационных войн является важным направлением исследований с целью выявления и эффективных методов, способов и инструментов противодействия иностранному вмешательству и формирования у населения своей страны устойчивого неприятия к негативному информационно-психологическому воздействию противной стороны.

Советский Союз и США имели абсолютно разные, взаимоисключающие идеологии. США развивались по

капиталистическому пути, когда ставки делаются на развитие товарно-денежных отношений. СССР же шел к социализму, а в перспективе и к коммунизму, который напрочь отрицал рынок и капиталы. С точки зрения коммунистической идеологии: капиталист – это человек, который поработает рабочий класс в угоду своих классовым интересам, главный из которых – получение максимально прибыли при минимизации издержек.

«Два мира, два образа жизни» – это словосочетание, которое будто предупреждает о существовании двух параллельных реальностей. Думается, что главная мысль здесь заложена в том, что человечество проживало одновременно в двух различных мирах: советский человек проживал в светлом и теплом мире под названием «социализм», а другие граждане, например, Америки в темном и несправедливом, под названием «капитализм».

Политический плакат стал постоянным спутником советского человека на площадках первых пятилеток, на полях зарождающихся колхозов, на комсомольских стройках. Советский плакат ярко иллюстрирует всю историю советского общества, так как ярко отображал самые злободневные моменты. Ни одно крупное историческое событие в жизни советского периода не обошел стороной плакат.

Эта тема ранее рассматривалась авторами различных статей и монографий, как в контексте истории плакатного искусства¹, так и в контексте идеологического противоборства двух систем во время холодной войны². Автор данной статьи рассматривает малоисследованный аспект плакатного искусства с точки зрения инструмента воздействия на формирование мировоззрения советского человека.

Предмет и методология исследования

Предметом исследования являются особенности репрезентации политических, социальных, культурологических характеристик агитационного плаката. Методологической основой исследования стал системный подход, в соответствии с которым плакатное искусство рассматривается в контексте политических и социально-экономических событий, происходивших в стране. При написании работы использовалась совокупность специальных исторических методов: историко-генетический, историко-системный.

Источниковой базой данного исследования является подборка советских плакатов, выявленных на информационных ресурсах сети Интернет.

В сложившемся после второй мировой войны и просуществовавшем до 1991 года две сверхдержавы, соперничавшие

¹ Рябов 2027; У Чжэньюй 2024.

² Буровский 2022; Голубев 2028; Мамедова 2011; Фатеев 1999; Федосов 2013; Федосов 2016.

между собой – СССР и США, находились в постоянном идеологическом, информационно-психологическом противоборстве, используя в этой борьбе самые разные методы и инструменты, обращенные как во вне, так и на собственных граждан.

Главенствующую роль в общественно-политической жизни Советского государства на протяжении практически всего периода его существования играла Коммунистическая партия Советского Союза (КПСС), определявшая идеологию государства, формировавшая основы мировоззрения советского человека. Под надзором КПСС был сформирован эффективный механизм пропаганды и контрпропаганды, действовавший в СССР в годы «холодной войны».

Ключевым, в том, что касалось вопросов пропаганды и контрпропаганды, отделом в структуре аппарата КПСС был Отдел пропаганды и агитации при ЦК КПСС. Отдел был образован в апреле 1920 г. и в разные годы, находясь в структуре ЦК РКП(б) – ВКП(б) – КПСС, имел следующие наименования: Агитационно-пропагандистский отдел ЦК РКП(б) – ВКП(б) (1920-1928 гг.), Отдел агитации, пропаганды и печати ЦК ВКП(б) (1928-1930 гг.), Отдел агитации и массовых кампаний ЦК ВКП(б) (1930-1934 гг.), Отдел культуры и пропаганды ЦК ВКП(б) (1930-1934 гг.), Отдел культуры и пропаганды ленинизма ЦК ВКП(б) (1934-1935 гг.), Отдел партийной пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) (1935-1938 гг.), Отдел пропаганды и агитации (устной и печатной) ЦК ВКП(б) (1938-1939 гг.), Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) (1939-1948 гг.), Отдел пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) – КПСС (1948-1956 гг.), Отдел пропаганды и агитации ЦК КПСС по союзным республикам (1956-1965 гг.), Отдел пропаганды и агитации ЦК КПСС по РСФСР (1956-1962 гг.), Идеологический отдел ЦК КПСС по промышленности РСФСР (1962-1964 гг.), Идеологический отдел ЦК КПСС по сельскому хозяйству РСФСР (1962-1964 гг.), Отдел пропаганды и агитации ЦК КПСС по РСФСР (1964-1966 гг.), Идеологический отдел ЦК КПСС (1962-1965 гг.), Отдел пропаганды и агитации ЦК КПСС (1965-1988 гг.), Идеологический отдел ЦК КПСС (1988-1991 гг.)³.

Повседневная работа вышеперечисленных структур ЦК КПСС, включавшая в том числе и координацию подобных отделов в низовых партийных структурах, опиралась на основополагающие документы партии – Устав и Программа, решения съездов, программные выступления руководителей партии, в которых обосновывались принципы, методы и способы агитационной и пропагандистской работы среди различных категорий населения СССР. Неоднократно принимались Постановления ЦК КПСС, направленные на создание специализированных издательств, обеспечивавших агитационную и пропагандистскую работу необходимыми инструментами:

³ Идеология, пропаганда и агитация 2019.

Постановление ЦК КПСС «О создании фотоиздательства „Планета“» (23 октября 1968 года); Постановление ЦК КПСС «Об организации издательства „Плакат“» (2 июля 1974 года). Принимались Центральным комитетом партии и документы, которые суммировали накопленный опыт агитационной и пропагандистской работы и ставили новые задачи. Так, в Постановлениях ЦК КПСС «О состоянии и мерах повышения роли наглядной агитации в коммунистическом воспитании трудящихся», принятом в январе 1974 года, и «О дальнейшем улучшении идеологической, политико-воспитательной работы» (26 апреля 1979 года) отмечалось, что партия накопила опыт применения разнообразных средств наглядной агитации для мобилизации масс на осуществление экономических и социально-политических задач, а плакаты позиционировались как один из инструментов⁴.

Результаты и их обсуждение

Советские плакаты отличались оригинальностью и художественными приёмами. Одни были строгими, другие смешными и комичными. Разнообразие исполнения украшало, делало сильным орудием воздействия на умы людей. А народ, в свою очередь, проникался патриотизмом и чувством долга перед Родиной, перед коммунизмом. Можно утверждать, что история плаката является художественной летописью рассматриваемого исторического периода. Многие создававшие эти плакаты, были заслуженными деятелями культуры СССР. При помощи этого инструмента власть поддерживала моральный дух народ на должном уровне. И при этом прививала народу вкус к искусству, хоть это искусство и было политическим⁵.

Советский плакат своей простотой и в тоже время яркостью приковывает внимание зрителя. Благодаря определенным функциям платного искусства, здесь используются некоторые изобразительные средства, приемы работы, определяют особый изобразительный язык плаката и его размеры. Основная задача плакатного искусства: он должен восприниматься на большом расстоянии, выделяясь среди других источников информации. Чтобы привлечь внимание и интерес зрителя, активизировать его восприятие, нацелить в нужном направлении сознание и волю к действию, плакат использует ряд специфических художественных средств. Плакатное искусство всегда было доступно широким массам, его образы были понятны каждому, а короткий энергичный текст – лозунг, сопровождавший изображение, – запоминался и призывал к действию. Большую роль в плакате играл слоган. Именно он должен был донести информацию до советского гражданина. Внизу на ярком поле плаката обычно помещалась

⁴ Идеология, пропаганда и агитация 2019.

⁵ Рябов 2017, 5.

надпись: «Всякий срывающий или заклеивающий этот плакат – делает контрреволюционное дело». Плакат создавал определенную борьбу, соответственно, для советского государства это было инструментом управления сознанием людей. А.Е. Федосов утверждал, что пропаганда, проводимая в СССР, не была направлена против простого советского человека. Наоборот, советское руководство обнажало проблемы всех стран, в том числе и капиталистических⁶.

Авторы используют очень популярный у советских художников, создававших плакаты, прием: разделять поле плаката на две части. Одна демонстрирует образ советского общества, а вторая образ капиталистического мира. Например, типичным примером является советский плакат «Наш народ права завоевал!» художника Е.С. Малолеткова (Рис. 1). Плакат был опубликован в 1957 году в Москве издательством «ИЗОГИЗ». Для создания образа советского общества используются теплые краски. Они вызывают ассоциации с добром и защитой. Советский гражданин крупным планом изображен на стройке. У него в руках плакат, где написано, что он имеет право, на труд, на отдых, на образование. Мы видим счастливого советского гражданина, который рад своей судьбе. Потому что он родился в социалистическом государстве, где заботятся о нем и его правах. На заднем плане мы видим стройку, возможно завод. А это значит, что советский гражданин всегда будет обеспечен рабочим местом. Соответственно, сможет обеспечить свою семью и свою жизнь. В противовес счастливой жизни советского гражданина – другая сторона плаката – капиталистическая Америка. Художник изобразил американского буржуа, который в руках держит книгу с надписью «Закон». Простые граждане – рабочие, буквально стучатся в закрытую дверь. Этим художник постарался показать, что обычному человеку трудно найти работу.

⁶ Федосов 2013, 106-109.



Рис. 1. «Наш народ права завоевал! Прав нет там, где правит капитал». Художник Е.С. Малолетков. 1957 год. Источник: <https://vk.com/aghistoru>

Аналогичный прием использовался в плакате «Мораль капитализма – человек человеку враг!» (Рис. 2). Авторы противопоставляют отношения людей друг к другу в разных обществах. Советский гражданин уважает и помогает другим гражданам. Плакат показывает, что в капиталистической Америке человек человеку – враг. Темные тона, агрессивный сюжет плаката, когда гражданин на гражданина идет с холодным оружием, сразу дают понимание того, что в этом обществе не может быть никакой взаимопомощи и поддержки. Плакат внушает зрителю, что в капиталистическом государстве миром правят деньги, в социалистическом государстве: мир, человеколюбие, равноправие и благополучие. Советский человек должен был понимать, что живет в человеколюбивом и дружелюбном обществе. Советский гражданин понимает, что жизнь должна быть именно такой.



Рис.2. Советский плакат «Мораль капитализма — человек человеку враг!».

Художники В.Б. Корецкий, Е.В. Абезгус. Источник:

<https://kulturologia.ru/blogs/031015/26543>

Обратимся к плакату художника Е. Мерега «У них бесправие, безработица, нищета. У нас равноправие, свобода, благополучие» (Рис 3). Здесь акцент сделан на то, что бедная жительница страны сидит на фоне статуи Свободы. Но свободным он себя не чувствует, так как он лишен прав и средств к существованию. Наверняка, мать, качающая ребенка, думает о том, как ей вырастить свое дитя. Подкрепляют ее негативные мысли протестующие на заднем фоне. Их плакаты четко говорят о том, что они борются за мир, за свободу, за право иметь рабочие места. Противопоставление капиталистическому Западу – Советский Союз. Гордая, но в то же время, счастливая женщина на фоне Кремля, стоит и смотрит в счастливое будущее. Художник сделал акцент на медаль. Возможно, за доблестный труд. По мнению автора, именно так должен жить советский гражданин!



Рис.3. «У них – бесправие, безработица, нищета. У нас – равноправие, свобода, благополучие». Художник Е.Н. Мерега. 1949 год. Источник: <https://kulturologia.ru/s/blogs/221216/32729>

Плакат художника М.М. Черемных «Американский образ жизни» (Рис. 4) традиционно в стилистике советского художника оформлен в мрачных тонах. В центре плаката часы со статистическими данными о том, что каждые 21 секунду в США происходит насилие, ограбление, убийство, кража со взломом. Даже акцент сделан на короткую продолжительность жизни. Формируется образ капиталистической Америки, где человек не может чувствовать себя в безопасности, где царит уровень преступности в отличии от СССР, где нет культа насилия, высокого уровня преступности.



Рис.4. «Американский образ жизни». Художник М.М. Черемных. 1949 год.
Источник: <https://kulturologia.ru/s/blogs/221216/32729/>

Плакат «Кошелек или жизнь» (Рис. 5) творческого объединения «Боевой карандаш» затрагивает очень важный вопрос для каждого человека – это получение качественной медицинской помощи. Распространенным тезисом советской идеологии было утверждение о доступной медицинской помощи для советского человека. И нельзя утверждать, что это было неправдой. Советский Союз сделал очень мощный рывок в развитие медицины для советских людей. На плакате советский человек показан в качестве пациента рядом с заботливым врачом. Выражение лица врача не оставляет сомнения, что пациент получит качественную медицинскую помощь. Вторая часть плаката представляет изображение буржуазного доктора капиталистического Запада. Эта часть плаката начинается со строк: «В стране бездушных богачей болезни – бизнес для врачей». Эти слова подкрепляет внешний вид медицинского работника: нахальная улыбка на лице, на груди висит сумка с изображением доллара. Глядя на плакат, советский человек понимал, что если такой врач приходит лечить больного, то шанс на выздоровление у него минимален, так как на его чемодане с медикаментами изображен доллар. И придя с таким набором для лечения к больному, советский гражданин осознавал, что выздоровление пациента зависит от суммы, которую он заплатит врачу. Здесь во главу угла поставлена финансовая составляющая, а не выздоровление человека. Полная противоположность советского доктора, полного эмпатией и бескорыстия.



Рис.5. «Кошелек или жизнь», Художник М. Мазрухо; стихи Д. Толмачева; ред. И. Астапов. 1960 год. Источник: <https://kulturologia.ru/blogs/031015/26543>

Еще один интересный плакат кисти советского художника В. Геворкова, «У них лишь для богатых изобилие, а мы стремимся к изобилию для всех» (Рис. 6). Художник разъясняет советскому гражданину, что около 20 миллионов американцев не имеют средств для того, чтобы купить больше одного литра молока в месяц и потреблять более 6 килограммов мяса в год. Такая статистика отсутствует для буржуа. Его мы видим в обычном изображении советского художника: толстый, с сигарой в зубах, высокомерное выражение лица и нахальная улыбка. Скрытый смысл данного плаката в том, что у нас даже при покупке продуктов все равны. Советские граждане не разделены на богатых и бедных. Дети – наше будущее. Они не должны голодать. Советские семьи должны жить в изобилии. Что не скажешь про капиталистический Запад.



Рис.6. «У них лишь для богатых изобилие, а мы стремимся к изобилию для всех». Художник В. Говорков. 1957 год. Источник: <https://kulturologia.ru/blogs/031015/26543>

Иллюстратор В.В. Сурьянинов в 1961 году на плакате «Сто миллионов человек – почти половина населения СССР – переедут в новые дома в ближайшие семь лет» (Рис. 7) изобразил зрителю яркую и теплую обстановку. На первый план выходит счастливый ребенок. А поскольку дети – это наше будущее, соответственно, у подрастающего поколения было понимание, что его будущее будет светлым. Ребенок держит в руках игрушку в форме строительного крана. Советский Союз – строящееся государство! Каждый гражданин будет обеспечен жильем. В США же, люди не только не имеют работу, но и проживают в трущобах. Гражданин Америки буквально вынужден волочить свое жалкое существование, в отличие от советского жителя.



Рис.7. «Сто миллионов человек - почти половина населения СССР-переедут в новые дома в ближайшие семь лет». Художник В.В. Сурьянинов. 1961 год.

Источник: <https://kulturologia.ru/blogs/031015/26543>

Художники в своих трудах пытались показать советскому гражданину противопоставление: «они – мы». Данный прием очень удачно использовался для критики различных социальных проблем в капиталистическом Западе, которые по мнению художественных творцов, и не собирались решать. Плакаты убеждали человека, что в Социалистическом государстве не только можно счастливо и безбедно жить, но и раскрывать свои способности.

Заключение

Советский плакат был наполнен иронией и сатирой. Он представлял советскому читателю капиталистический мир (расизм, бесправие, безработица, социальное неравенство). Советский плакат жестко обличал и бичевал пороки Западного общества. В Советском Союзе многие жизненные блага были доступны советскому гражданину. Гражданин социалистического государства был уверен в

своём будущем, в будущем своих детей. Строго соблюдались и регламентировались права человека, труд вознаграждался по достоинству, медицина и образование было доступным. Жизнь обычного гражданина капиталистического Запада была совсем иной. Процветала коррупция, высокий уровень безработицы, процветание насилия, социального неравенства.

Распространённым приемом, который использовали советские художники стало разделение визуально плаката на две части, использование цветовой гаммы и формирования образов. Образ Советского Союза как позитивного государства рисовался теплыми, светлыми красками. Граждане на плакатах изображены счастливыми. Часто советский человек изображался так, что взгляд его устремлялся вдалёк, то есть смотрел в счастливое будущее.

Советские плакаты в максимально доступной и простой форме излагали всю информацию, дополняя это все иллюстрацией. Они призывали, убеждали, показывали все ужасы жизни капиталистического Запада и преимущество советского строя.

Библиография

- Буровский, А.М. 2022. Мир двухполярный, однополярный, многополярный и бесполярный. *Вестник Московского университета. Серия 27: Глобалистика и геополитика* 1: 36-54.
- Голубев, А.В. 2018. «Подлинный лик заграниць»: образ внешнего мира в советской политической карикатуре, 1922-1941 гг. М.: ИРИ РАН.
- Идеология, пропаганда и агитация в СССР: Справочное пособие / Авт.-сост. Д.В. Кузнецов. 2019. [Электронный ресурс]. Б.м.: Б.и., 2019. Дата обращения: 10.12.2024. URL: <https://ideologija-propaganda-i-agitacija-v-sssr.pdf>
- Мамедова, А.О. 2011. Изображение американского образа жизни в советском политическом плакате периода холодной войны. *Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация* 3: 149-154.
- Рябов, А.В. 2017. Из истории советского плаката. *Мир науки. Социология, филология, культурология* 8(1): 5.
- У, Чжэньюй. 2024. Политическая пропаганда в искусстве СССР и США в период холодной войны. *Этносоциум и межнациональная культура* 2 (188): 104-111.
- Фатеев, А.В. 1999. *Образ врага в советской пропаганде, 1945–1954*. М.
- Федосов, Е.А. 2013. Внешний мир глазами советской пропаганды 1950-х начала 1960-х гг. в плакатах и карикатурах. *Вестник Томского государственного университета. История* 1(21): 106-109.
- Федосов, Е.А. 2016. Начало холодной войны глазами советского плаката (на основе анализа материалов 1944-1953 гг.). *Вестник Томского государственного университета* 404: 147-155.

References

- Burovskij, A.M. 2022. Mir dvuhpoljarnyj, odnopoljarnyj, mnogopoljarnyj i bespoljarnyj [The world is bipolar, unipolar, multipolar and nonpolar]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 27: Globalistika i geopolitika* 1: 36-54. (In Russian).
- Golubev, A.V. 2018. «Podlinnyj lik zagranicy»: obraz vneshnego mira v sovetskoj politicheskoj karikature, 1922-1941 gg [“The True Face of Abroad”: the image of the Outside world in Soviet Political Caricature, 1922-1941.]. Moscow: IRI RAN. (In Russian).
- Ideologija, propaganda i agitacija v SSSR: Spravochnoe posobie [Ideology, propaganda and agitation in the USSR: A Reference guide]. Avt.-sost. D.V. Kuznecov. 2019. [Jelektronnyj resurs]. B.m.: B.i., 2019.: Accessed December 10, 2024. URL: <https://ideologija-propaganda-i-agitacija-v-sssr.pdf> (In Russian).
- Mamedova, A.O. 2011. Izobrazhenie amerikanskogo obraza zhizni v sovetskom politicheskom plakate perioda holodnoj vojny [The image of the American way of life in a Soviet political poster from the Cold War period]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 19. Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija*. 3: 149-154. (In Russian).
- Rjabov, A.V. 2017. Iz istorii sovetskogo plakata [From the history of the Soviet poster]. *Mir nauki. Sociologija, filologija, kul'turologija*. 8 (1): 5. (In Russian).
- U, Chzhjen'juj. 2024. Politicheskaja propaganda v iskusstve SSSR i SShA v period holodnoj vojny [Political propaganda in the art of the USSR and the USA during the Cold War]. *Jetnosocium i mezhnacional'naja kul'tura*. 2 (188): 104-111. (In Russian).
- Fateev, A.V. 1999. *Obraz vraga v sovetskoj propagande, 1945–1954 [The image of the enemy in Soviet propaganda, 1945-1954]*. Moscow. (In Russian).
- Fedosov, E.A. 2013. Vneshnij mir glazami sovetskoj propagandy 1950-h nachala 1960-h gg. v plakatah i karikaturah [The outside world through the eyes of Soviet propaganda of the 1950s and early 1960s in posters and cartoons]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istorija*. 1(21): 106-109. (In Russian).
- Fedosov, E.A. 2016. Nachalo holodnoj vojny glazami sovetskogo plakata (na osnove analiza materialov 1944-1953 gg.) [The beginning of the Cold War through the eyes of a Soviet poster (based on an analysis of 1944-1953 materials)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* 404: 147–155. (In Russian).

Об авторе

Гладкова Галина Александровна, магистрант Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина, г. Рязань, Россия. ORCID: 0009-0008-1435-4981.

About the author

Galina A. Gladkova, Graduate student of Ryazan State University named after S.A. Yesenin, Ryazan, Russia. ORCID: 0009-0008-1435-4981.

Поступила в редакцию: 11.12.2024

Submitted: December 11, 2024

Принята к публикации: 23.12.2024

Accepted: December 23, 2024