

## Содержание:

Image not found or type unknown

## ВВЕДЕНИЕ

В данной работе рассматриваются плакаты, охватывающие советскую эпоху 20-80-х годов XX века. С самых первых лет существования советского государства его пропагандистская деятельность играла заметную роль в политической и общественной жизни страны. Неотъемлемой ее частью были агитационные плакаты, которые следует отнести к изображениям сочетающим вербальные и невербальные элементы, нацеленные на комплексное воздействие на адресата. По сравнению с другими средствами пропаганды они имеют ряд преимуществ: постоянство обращения, краткость и доходчивость призыва, устойчивость и яркость визуального образа.

Становление советской наглядной агитации пришлось на период гражданской войны, ожесточенного вооруженного противостояния внутренним и внешним врагам. Уже тогда обозначилась ее огромная политическая роль: «Всякий срывающий плакат или заклеивающий его афишей совершает контрреволюционное дело», – гласил призыв тех времен.

В зависимости от избранного метода воздействия на адресата их можно разделить на несколько типов. К первому следует отнести так называемый пропагандистский плакат, особенность которого заключается в наличии иллюстративно-объясняющего или повествовательного компонента. Другой обширный пласт материалов составили собственно агитационные плакаты, призывы которых обычно выражены более обобщенной темой и лаконичным лозунгом.

Если кратко охарактеризовать художественную жизнь России 1917-1930 годов, то эксперимент по созданию нового общества, ожидание новой жизни, бедность народа и бурное развитие промышленности, отсутствие строгой государственной системы и цензуры, огромное количество идей по реконструкции общества привели к следующему. Художники отрицали каноны прошлого и чувствовали особую свободу, активно участвовали в создании нового общества, создавали новое, революционное искусство. Задачей большей части художников стало

формирование новой жизненной среды - «жизнестроение», что осуществлялось через внедрение искусства в быт. Активно развивались авангардные течения.

## **Глава 1. Советский графический дизайн и реклама**

Начало XX в. русское искусство проходило этап перестройки форм, обновления творческих задач и условий художественной жизни. Начинается новая полоса в истории русской изобразительной культуры. Новое поколение художников подвергло пересмотру устоявшиеся традиции скульптуры, живописи, прикладного искусства и графики.

Большую роль сыграла группа художников и критиков, состоящих в объединении «Мир искусства». Художники «Мира искусства» не были настроены революционно, наоборот, они отходили от современной и социальной жизни, находя вдохновение в наиболее утонченно-романтических эпохах прошлого. Композиция страницы, рисунок шрифта, заставки, концовки в виде виньеток - все тщательно продумывалось. Взгляды научного сообщества на предметное определение отечественного дизайна опираются на мощный комплекс общетеоретических (философских) и художественно-эстетических концепций, связанных с общими проблемами культуры и искусства. Богато снабженный журнал иллюстрациями, стал одним из образцов искусства книжного оформления, где мир искусства выступили подлинными новаторами. Однако графические методы художников данного объединения были современны, немногословны и сформированы на стилистике модерна. Прогресс и открытие новых методик в данных областях и обусловили предпосылки развития различных сфер дизайна как отдельного творческого направления в искусстве.

- **1. Годы Гражданской войны**

Советский политический плакат появился и достиг высокого уровня в годы Гражданской войны 1918-1920 гг. Основным объектом стало художественное оформление новых форм общественной активности масс: политических шествий и уличных празднеств. Плакаты были в то время практически везде, они висели на заборах и на стенах домов, их развозили по городам специальными агитационными трамваями. Наряду с книгами и другой типографской продукцией, плакаты были важнейшими информационными и пропагандистскими средствами нового времени.

- **1. 20-е года**

В начале 20-х годов значение плаката в социально и политическом контексте изменилось. Политическая агитация, существовавшая в годы Гражданской войны сильно сократилась и концентрировалась. Здесь же особо важными были кампании против голода 1921 году, по ликвидации неграмотности, а также по восстановлению экономики и промышленности в середине 20-х годов.

Примеры кампании по ликвидации неграмотности можно увидеть в исследовательском материале, см. приложение: плакат (45) *Женщина! Учись грамоте!* 1923-го года, (29) *Если книг читать не будешь, скоро грамоту забудешь* 1925-го года и (46) *Кто умен, а кто дурак! Один за книгу другой в кабаке* 1926-го года. Плакаты по восстановлению промышленности (8) *Дым труб-дыханье советской России* 1927-го года.

В середине 20-х годов в условиях нэпа увеличилось количество выпускавших плакаты издательств и учреждений. Переход к нэпу означал существенный рост числа рекламных плакатов и их значения в хозяйственной жизни страны. Рекламные плакаты, такие, например, как разработанные Маяковским и Родченко серии для торгового товарищества Моссельпром, вели не только прямую рекламу продукции, но и пропаганду государственного сектора в конкуренции с вновь усиливающимися частным хозяйством, определяя вид городов в середине 20-х годов. В конце 20-х годов советский политический плакат существенно потерял свое влияние, в том числе – и вследствие Новой экономической политики.

- **1. 30-е годы**

В 1928 году с началом первой пятилеткой, советский политический плакат вновь вырос в цене. Задачи плакатной пропаганды состояли, главным образом, в том чтобы сообщить и объяснить цели индустриализации, агитировать за абсолютно непопулярную в крестьянстве коллективизацию и проводить агитацию против «врагов» советской власти, которых сама агитация и изобретала. Агитация крестьянства за коллективизацию видна в плакатах рис. 78 *Крестьянка, иди в колхоз!* и *Иди, товарищ, к нам в колхоз! Год 1930-года.*

В 30-е годы количество издаваемых плакатов постепенно уменьшилось, в конце десятилетия в год появилось едва ли 50 плакатов, но в чрезвычайно большими тиражами. Это вело к визуальной унификации страны и тем самым, к единообразию в социокультурной изобразительной памяти общества. Во второй половине 30-х годов плакаты практически появлялись только к известным

советским юбилеям и праздникам (Октябрьская революция, Первомай, День Конституции). Особое значение приобрели рекламные плакаты, при помощи которых агитировали за определенные продукты и предметы потребления, при этом эти товары были почти недоступны, и поэтому реклама в собственном смысле слова оказывались совершенно излишней. Однако рекламный плакат стал дополнительным компонентом политического плаката, утверждая присутствие политической утопии уже непосредственно в повседневной жизни, в жизненном мире каждого. Так, рекламный плакат стал, плоскостью, на которую проецировались представления о политических целях. Рекламные плакаты должны были наглядно убедить в том, что будто бы политические преимущества социализма уже проявились в повседневной жизни советских людей.

- **1. 40-50-е годы**

С началом Второй мировой войны политический плакат, который должен был психологически мобилизовать на оборону страны, переживает настоящий бум. Плакаты распространяются не только на фронте но и в тылу, они украшают собой фасады и двери домов, вывешиваются на специальных, плакатных стендах, и информация об отдельных военных событиях получает при этом новое значение. В Москве возникают так называемые «Окна ТАСС», непосредственно продолжение «Окон РОСТА» времен Гражданской войны, в осажденном Ленинграде возобновляет свою работу «Боевой Карандаш», - местное объединение художников-плакатистов.

В 40-е и в начале 50-х годов политический плакат целиком и полностью развивается под знаком восстановления народного хозяйства. Однако его присутствие в общественной жизни, по сравнению со временем непосредственных боевых действий, вновь отчетливо уменьшается. Тенденции к содержательному и стилистическому застою, наблюдавшиеся уже в 30-е годы, вновь обнаруживаются в политическом плакате.

Сравнительно короткий период между завершением Второй мировой войны (1945) и смертью Сталина (1953) был насыщен событиями, противоречивыми по своей политической значимости. С одной стороны – эйфория победы, социальный оптимизм, надежда на смягчение политического климата, энтузиазм народа в восстановлении страны, в освоении новых земель, строительстве плотин и гидроэлектростанций. С другой – начало «холодной войны», борьба с «инакомыслием», апофеоз культа личности Сталина. Сложность и противоречивость идеологической и политической обстановки нашла отражение в агитационном искусстве

## Глава 2. Плакат социальной рекламы

Советское правительство использовало плакаты с целью собственной популяризации, мобилизации населения в Красную армию и представления своих ценностей и идеалов. Это была деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей и обеспечение интересов государства. Цели и задачи социальной рекламы зачастую смешивались с целями и задачами других видов рекламы, а также журналистики. Так, мобилизация населения в период военных действий, проведение кампаний по сбору средств и пожертвований в равной степени могут относиться и к политической, и к социальной рекламе.

Социальная реклама часто передает информацию о негативном явлении с целью его корректировки. Так, тексты социальной рекламы могут служить нравственным катализатором состояния общества и позитивной корректировки его жизнедеятельности. Цель социальной рекламы – способствовать решению гражданской проблемы, бескорыстность, не прибыльность.

Можно видеть плакаты по теме употребления алкоголя см. приложение рис.: 4, 42, 46, 51, 54 и 75. В плакате рис.79 предупреждают о последствиях аборта. Например, на эти социальные проблемы советское государство хотело бы обратить внимание народа.

- **1. Социалистический реализм**

Социалистический реализм определил стиль плакатов начиная с 30-х годов. Социалистический реализм – это художественный метод литературы и искусства, представляющий собой эстетическое выражение социалистически осознанной концепции мира и человека, обусловленной эпохой борьбы за установление и созидание социалистического общества. Изображение жизни в свете идеалов социализма обуславливает и содержание, и основные художественно-структурные принципы искусства социалистического реализма.

После роспуска художественных организаций в 1932 году на съезде Союза советских писателей, созванном в 1934 году, социалистический реализм был провозглашен «основным» художественным методом советского искусства. Плакат не был исключен, хотя вид графики, политически ангажированный и зависимый от конъюнктуры, имел свою специфику, отличающую его от других областей художественного творчества.

Принципы соцреализма – это народность, партийность и конкретность. Герои произведений должны быть выходцами из народа, а народ – это в первую очередь рабочие и крестьяне. Художник должен был служить своими произведениями строительству социалистического общества. Понятие «реализм» - литературное, а понятие «социалистический» - идеологическое.

## Глава 3. Текст и изображение плаката

- 1. Текст

Воспринимать смысл изображения плаката без лозунга, и наоборот, весьма трудно и даже невозможно. Лозунг и изображение во всех плакатах дополняют друг друга. Например плакаты: рис.1 *Не лги никогда!.*, рис.2 *Не бросайте* и рис.6 *Плотно завтракаю – плотно ужинаю*. Трудно представить без текста. Далее плакаты рис.3 *Нет!* и рис.11 *А ну-ка, взяли!* Можно заметить, что текст, в особенности короткий текст, без контекста может казаться бессмысленным. Текст и изображение вместе представляют контекст, необходимый для восприятия мысли плаката. Таким образом, лозунг и изображение представляют контекст, необходимый для восприятия мысли плаката.

Чтобы привлечь внимание и интерес зрителя, активизировать его восприятие, нацелить в нужном направлении сознание и волю к действию, плакат использует ряд специфических и художественных средств. Важную роль в плакатах играет характер шрифта и расположение текста, яркое условное декоративное цветовое решение. Графическая сегментация текста и его расположение на бумаге, длина строки, пробелы, шрифт, цвет, разрядка, втяжка, типографические знаки, символы, цифры, расстановка пунктуационных знаков и другие средства, набор которых не является жестко фиксированным и может варьироваться в зависимости от характера конкретного текста.

Рассмотрим некоторые особенные визуальные черты текстов в плакатах. Тексты часто написаны большими, толстыми буквами, например, в плакатах см. приложение рис.1, рис.2, рис.3 и рис.4. Цвет текста также во многих случаях является контрастным к цвету фона. Например, в плакате 4 – белые буквы и черный фон, и в плакате 5 – красные буквы и белый фон. Нередко тексты написаны разноцветными буквами, например в плакатах рис.7, рис.8, рис.16 и рис.29. Во многих плакатах встречается текст, который написан и большими и маленькими буквами, например в плакатах рис.1, рис.21, рис.22 и рис.32. В некоторых лозунг

написан очень маленькими буквами, например в плакатах рис.12, рис.13 и рис.30.

- **1. Изображения**

Основные универсальные функции изображения в письменной речи: информационная, экспрессивная, эстетическая, аттрактивная. Атрактивная функция заключается в назначении изображения привлечь внимание адресанта, участвовать в организации визуального восприятия текста. Информативная функция – назначение изображения состоит в том, чтобы передавать определенную информацию экспрессивная функция изображения заключается в его назначении выражать чувства адресанта и воздействовать на эмоции адресанта. Эстетическая функция изображения состоит в том, чтобы в наглядных, чувственно воспринимаемых образах реализовать художественный замысел художника-плакатиста, воздействовать на эстетические чувства адресанта.

Можно отметить, что в советских плакатах видны все эти функции. В частности яркие цвета и большие образы людей, предметов, зданий привлекают внимание зрителя. В плакате рис.8 *Дым труб-дыханье советской России* мы видим красные силуэты заводских труб, серый дом и лозунг написанный красными и темными буквами. Здесь выявлена аттрактивная функция изображения.

Информативная функция видна, например, в плакате рис.62 *Я не соблюдал правил уличного движения*. Перед нами мужчина без ног, а за ним – автомобиль. Плакат информирует о важности следования правилам дорожного движения.

Во многих плакатах представлены дети, животные, больные, раненые или голодающие люди. Такие изображения воздействуют на проявление внутреннего чувства, эмоции зрителя, и таим образом, выполняют экспрессивную функцию. Такие национальные символы в плакатах рис.:13,49,53,58,67,69,70 и 71. Но возникающая эмоция не всегда положительна. У зрителя могут возникать неприятные, нежелательные чувства, дискомфорт, когда он видит, например, плакаты рис.51 *Пьяный отец – горе горе семье!* или рис.50 *Помни о колесах!*.

## **Глава 4. Тематика плакатов и образ нового советского человека**

- **1. Война**

Война – и гражданская, и вторая мировая – одна из важнейших тем плакатов. По «Советской пропаганде», среди первых плакатов – работа Н. Долгорукова «*Врагу не будет пощады!*». Это плакат из тех, где изображение человека играет подчиненную роль. Здесь важны правильный отбор деталей, динамика движения, цветовое решение. См. приложение, плакат рис. 65.

Прочие плакаты с военной тематикой: рис.17 *Клином красным бей белых*, рис.22 *Бей так: что ни патрон – то враг!*, рис.26 *Снайпер бьет издалека, но всегда наверняка!*, рис.48 *Красной армии – слава!*, рис.73 *Лопата – друг солдата*.

- **1. Авиация**

Особое внимание в плакатах уделяется авиации, например: рис.5 *Да здравствует сталинская авиация!*, рис.9 *Молодежь – на самолеты*, рис.13 *Нет таких крепостей, которых большевики не могли бы взять*, рис.14 *Летать выше всех, дальше всех, быстрее всех*, рис.40 *Челюскинцам и спасшим их героическим летчикам пламенный пролетарский привет!*, рис.64 *Да здравствует могучая авиация страны социализма!*, Самолеты, а также паровозы, которые являлись широко употребительными предметами в плакатах, символизировали развитие и движение вперед.

- **1. Тыловая тематика**

Один из самых известных плакатов тыловой тематики – «*Не болтай!*» принадлежит московской художницы Н. Ватолиной. См. приложение плакат 10. Прочие плакаты этого типа: рис.23 *Болтать – врагу помогать!*, рис.23 *Болтун – находка для врага!*, рис.24 *Не болтай у телефона! Болтун – находка для шпиона*, рис.25 *Телефонный болтун – пособник фашистского шпиона*, рис.26 *Минутный разговор будет стоить кому-нибудь вечного молчания!*

Достаточно часто сюжетами плакатов становились эпизоды мобилизации, создания народного ополчения. Таковы плакаты «Могучее Народное Ополчение» В. Цветковой, «Молодежь, в бой за Родину!» В. Правдина, З. Правдиной «Защита Отечества есть священный долг каждого гражданина СССР», «Наши силы неисчислимы» В. Корецкого и другие.

- **1. Культ личности**

Нередко в плакатах встречается культ личности. Обычно это культ двух главных фигур в СССР – Сталина и Ленина. См. приложение примеры: рис.12 *Да здравствует*

*наша счастливая социалистическая родина. Да здравствует на любимый великий Сталин!*, рис.39 *Любимый Сталин – счастье народное!* рис.34 *О каждом из нас заботиться Сталин в Кремле*, рис.35 *Великий Сталин – светоч коммунизма!*, рис.36 *Слава великому Сталину – зодчему коммунизма!*, рис.49 *Ленин жил, Ленин – жив. Ленин будет жить!*, рис.56 *Ленин – вождь!*

- **1. Дружба и солидарность**

В плакатах затрагивается тема дружбы и товарищества, например : рис.60 *Человек человеку – друг, товарищ и брат!*. Также плакаты на тему дружбы СССР и Китая: рис.67 *Да здравствует дружба народов СССР и Китая!*, рис.68 *Наша дружба нерушима!*, рис.70 *Всегда вместе!*, рис.71 *Наша дружба крепка как сталь!*, рис.72 *Наш опыт – помощь друзьям!*

- **1. Мораль и трудовая дисциплина**

Во многих плакатах обращается внимание на мораль людей, например: рис.4 *Где деньги? А семье?*, рис.28 *Опытные рабочие, не издевайтесь над молодыми. Молодого рабочего обучим и поднимем*, рис.41 *Честью семьи дорожи!*, рис.51 *Пьяный отец – горе семьи!*, рис.52 *Позор! Получающим деньги в черной кассе!* Целью некоторых плакатов такого типа являлось вызывать чувство вины у людей, чтобы они вели себя прилично.

Плакаты затрагивающие также тему трудовой дисциплины. Советские власти хотели убедить людей в том, что трудовая дисциплина – дело важное, честное. В некоторых плакатах подчеркивается не только духовные элементы трудовой дисциплины, но также и материальные. Смысл труда состоит в том, что, работая более эффективно, можно заработать больше денег, и жизнь станет лучше.

- **1. Семья и дети**

На многих плакатах представлены дети или семья в различных ситуациях. Использование в плакате детских фигур связано с призывом к эмоциям зрителя. Такие ценности, как семья, дети, уход за близкими людьми, дом, находятся близко к душе каждого.

Некоторые плакаты посвящены теме воспитания детей или в них даются полезные советы детям см. приложение: рис.1 *Не лги никогда!*, рис.33 *Чем ребят бранить и бить, лучше книжку им купить*, рис.44 *Если хочешь быть здоров – закаляйся!*, рис.59 *Хочешь быть таким – тренируйся!*, рис.63 *Мастерству учиться – всегда*

*пригодится!, рис.77 Любите родину! .*

- **1. Здоровье и здоровый образ жизни**

Спорт играл важную роль в СССР. Плакаты, затрагивающие здоровье и здоровый образ жизни: рис.3 *Нет!*, рис.6 *Плотно завтракаю – плотно ужинаю*, рис.31 *Позаботилась ли ты о грудях?*, рис.32 *Табак – яд. Брось курить!*, рис.59 *Здорово! А здоров ли ты?*, рис.44 *Если хочешь быть здоров – закаляйся!*, рис.54 *Не пей метилового спирта!*, рис.59 *Хочешь быть таким – тренируйся!*

## **Глава 5. Образ нового советского человека**

См. в приложении плакаты: 3,20,39,41,43,44,57,59,60 и 62. Перед нами стоят люди с яркой психологической характеристикой, определенной социальной ролью и профессиональной функцией. Их внешний вид насыщен особенными чертами. Эти люди охотно строят социализм и коммунизм и показывают зрителю достижения этих идеологий.

- **1. Образ Женщины**

Многие плакаты посвящены советской женщине. Плакаты представляют, в том числе, портрет новой сильной женщины, которая часто работает вне дома и наравне с мужчиной участвует в общественной жизни и в построении советского общества. Во множестве плакатов подчеркивается женское героичество. Одним из наиболее распространенных сюжетов был образ женщины, заменившей ушедшего на фронт мужчину у станка, за рулем трактора, за штурвалом комбайна. Плакаты такого типа см. приложение: рис.7 *Долой кухонное рабство! Дашь новый быт*, рис.11 *А ну-ка взяли!*, рис.55 *Овладевая техникой, будь в первых рядах строителей социализма*, рис.61 *Да здравствуют равноправные женщины СССР!*, рис.66 *Женщина-пролетарка, овладевай авиационной техникой, иди в школы, техникумы, втузы гражданского воздушного флота!*, рис. *Служим народу!*

Естественно, можем видеть женщину также в роли матери: рис. 1 *Не лги никогда*, рис.38 *Окружим сирот материнской лаской и любовью!*, рис. 47 *Кормите ребенка грудью*, рис.76 *Миру-мир!*

- **1. Образ мужчины**

Мужчину также изображали во множестве ролей. Мужчину часто изображают в роли трудолюбивого рабочего или колхозника или рупора социализма и коммунизма. Можно видеть его также, в частности, в роли отца. Одна из важнейших ролей – роль красноармейца, солдата. См. приложение: рис. 19 *Ты записался добровольцем*, рис.21 *Бей так: что ни патрон – то враг!*, рис.26 *Снайпер бьет издалека, но всегда наверняка!*, рис.48 *Красной армии – слава!*, рис.53 *Слава воину – побудителю!*, рис.73 *Лопата – друг солдата*.

В плакатах мужчину представляют не только как героя, но и как антигероя. Антигероические типы можно видеть также на заднем плане плакатов, например: рис.57 *Как работал, так и заработал*.

- **1. Особенности языка плаката**

- ○ **1. Однозначность**

Однозначное толкование созданного образа является важнейшим принципом плакатного дизайна, иначе будет невозможно достичь рекламного эффекта. Например в плакате см. приложение рис.10 *Не болтай!*. Кроме однозначного высказывания в повелительном наклонении, на плакате нарисована женщина, которая приложила указательный палец к губам, подавая знак молчать. У зрителя не возникает сомнений в том, что лучше не болтать. Культурно-языковая компетенция советского человека обеспечивала то, что человек точно знал, что именно имелось в виду под высказыванием «не болтай».

- ○ **1. Пословица, поговорка**

Пословицы и поговорки – это краткие изречения, в которых возникают темы, касающиеся всех аспектов жизнедеятельности людей. Это – остроумные выражения. В них отображены жизненный опыт и мудрость определенного народа. Пословицы и поговорки могут быть в ритмически организованной форме, поэтому многие лозунги воспринимаются как пословицы, поговорки.

- ○ **1. Пожелание, восхваление**

Во многих плакатах встречается торжественное пожелание см. приложение рис.5 *Да здравствует сталинская авиация!*, рис. 12 *Да здравствует наша счастливая социалистическая родина. Да здравствует наш любимый великий Сталин!*, рис.61 *Да здравствуют равноправные женщины СССР!*, рис.64 *Да здравствует могучая авиация страны социализма!* Пожелание – это торжественные выражения, в

которых употребляются архаические формы 3-го лица настоящего или будущего времени в значении повелительного с частицей *да*.

Можно заметить, что в некоторых плакатах восхваляют кого-то или что-то с помощью существительного «слава» на пример см. в приложении рис.36 *Слава великому Сталину – зодчему коммунизма!*, рис.48 *Красной армии – слава!*, рис.53 *Слава воину-победителю*. Это также торжественные высказывания, выражающие восхваление, в частности, народных героев.

## ПРИЛОЖЕНИЕ



Рис.1 Не лги никогда!



Рис.2 Не бросайте



Рис.3 Нет!



Рис.4 Где деньги? А семье?



Рис. 5 Да здравствует Сталинская конституция!



Рис. 6 Плотно завтракаю – плотно ужинаю!



Рис. 7 Долой кухонное рабство!



Рис. 8 Дым труб – дыхание советской России



Рис. 9 Молодежь – на самолеты



Рис. 10 Не болтай!



Рис. 11 А ну-ка, взяли!



Рис. 12 Да здравствует наша счастливая социалистическая армия



Рис. 13 Нет таких крепостей которых большевики не могли бы взять



Рис. 14 Летать выше всех, дальше всех, быстрее всех



Рис. 15 Раскрепощенная женщина - строй социализм!

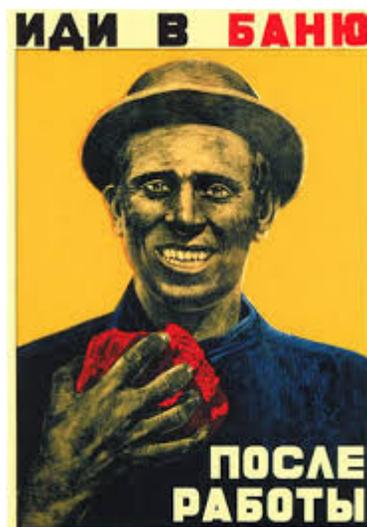


Рис. 16 Иди в баню после работы



Рис. 17 Красным клином бей белых



Рис. 18 Работать надо -винтовка рядом



Рис. 19 Ты записался добровольцем?

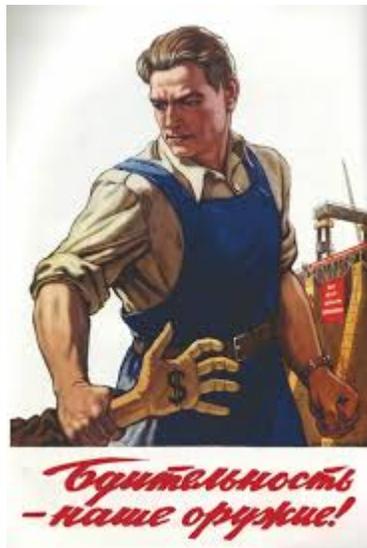


Рис. 20 Бдительность наше оружие!



Рис. 21 Бей так: что ни патрон - то враг!



Рис. 22 Болтать - врагу помогать!



Рис. 23 Болтун находка для врага!



Рис. 24 Не болтай у телефона! Болтун находка для шпиона.



Рис. 25 Телефонный болтун - пособник фашистского шпиона



Рис. 26 Снайпер бьет издалека, но всегда наверняка!



Рис. 27 Выбери в туземный совет трудящихся



Рис. 28 Опытные рабочие, не издевайся над молодыми.



Рис. 29 Если книга читать не будешь, скоро грамоту забудешь



Рис. 30 Мужскую силу — на помощь женщине!



Рис. 31 Позаботилась ли ты о грудях?



Рис. 32 Табак — яд. Брось курить!



Рис. 33 Чем ребят бранить и бить, лучше книжку им купить

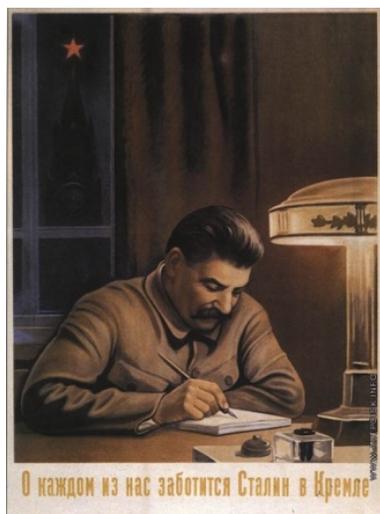


Рис. 34 О каждом из нас заботится Сталин в Кремле

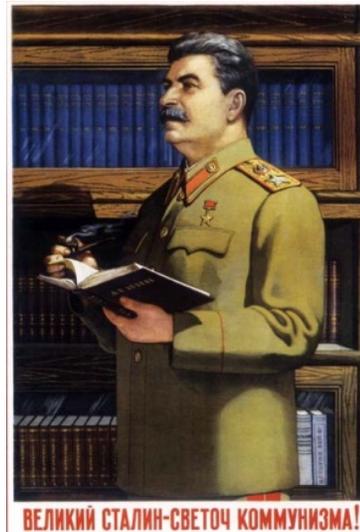


Рис. 35 Великий Сталин — светоч коммунизма!



Рис. 36 Слава великому Сталину — зодчему коммунизма!



Рис. 37 Родина-мать зовет!



Рис. 38 Окружим сирот материнской лаской и любовью!

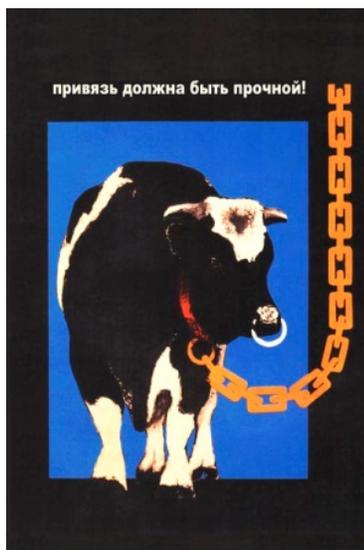


Рис. 39 Привязь должна быть прочной!



Рис. 40 Челюскинцам и спасшим их героическим летчикам пламенный пролетарский привет!



Рис. 41 Честью семьи дорожи!



Рис. 42 А еще говорят, что мы свиньи...

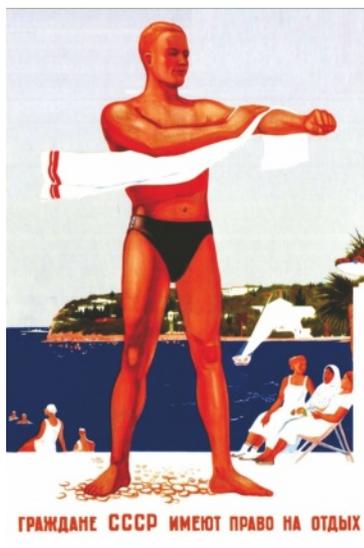


Рис. 43 Граждане СССР имеют право на отдых.



Рис. 44 Если хочешь быть здоров - закаляйся!



Рис. 45  
Женщина! Учись грамоте!



Рис. 46 Кто умен, а кто дурак  
Один за книгу,  
другой в кабаке



Рис. 47 Кормите ребенка грудью



Рис.48 Красной армии – слава!



Рис.49 Ленин – жил, Ленин-жив. Ленин будет жить.



В 1925 году под трамваем ПОСТРАДАЛО 200 человек.

Рис.50 Помни о колесах!



Рис.51 Пьяный отец горе семье!



Рис.52 Позор! Получающим деньги в черной кассе!



Рис.53 Слава воину – победителю!



Рис.54 Не пей метилового спирта!



Рис.55 Овладевая техникой, будь в первых рядах строителей социализма



Рис.56 Ленин – вождь!



Рис.57 Как работал, так и заработал!



Рис.58 Счастливые рoдятся под советской звездой!

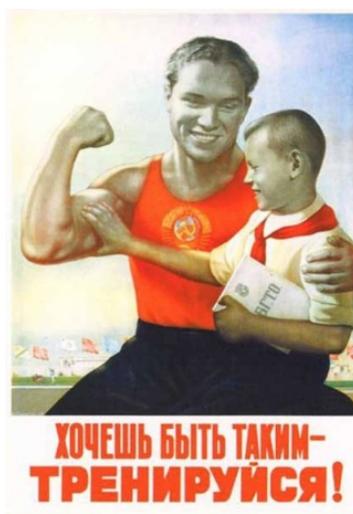


Рис.59 Хочешь быть таким – тренируйся!



Рис.60 Человек человеку – друг, товарищ и брат!



Рис.61 Да  
здравствует  
равно  
правные  
женщины СССР

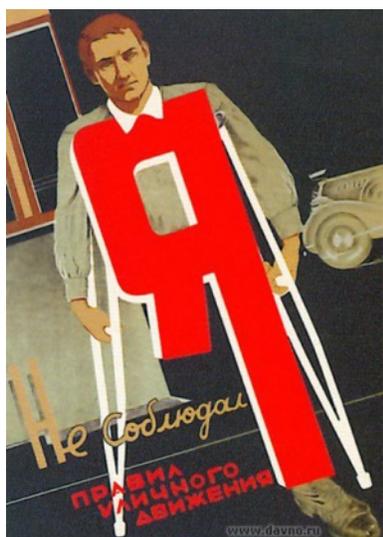


Рис.62 Я не соблюдал  
правил уличного  
движения



Рис.63 Мастерству  
учиться - всегда  
пригодиться!

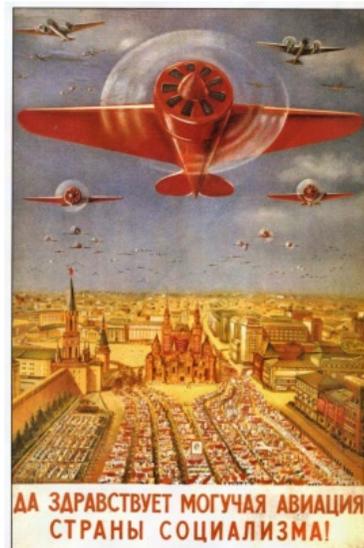


Рис.64 Да  
здравствует могучая  
авиация



Рис.65 Врагу не  
будет пощады!



Рис.66 Женщина  
пролетарка,  
овладевай  
авиационной  
техникой, иди в  
школы, техникумы  
втузы гражданского  
воздушного флота!



Рис.67 Да  
здравствует дружба  
народов СССР и  
Китая!



Рис.71 Наша дружба  
крепка как сталь!

Рис.68 Наша дружба  
нерушима!



Рис.72 Наш опыт -  
помощь друзьям!

Рис.69 Вперед, к  
великой цели!

Рис.70 Всегда вместе!



Рис.73 Лопата – друг солдата!

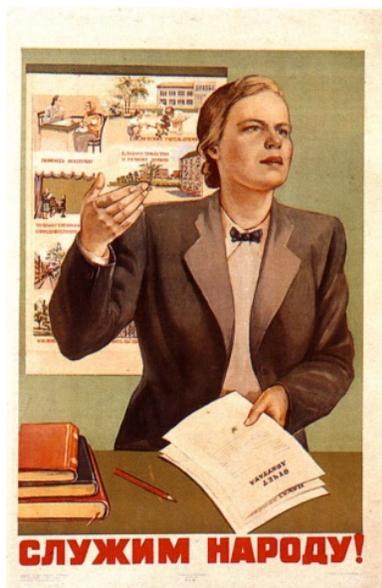


Рис.74 Служим народу!



Рис.75 Водители! Помните, алкоголь притупляет бдительность,



Рис.76 Миру – мир!

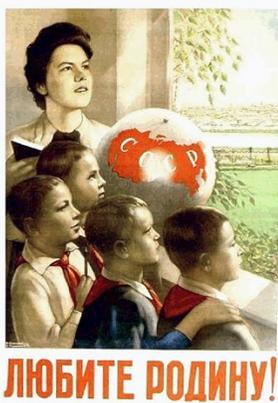


Рис.77 Любите родину!



Рис.78 Крестьянка иди в колхоз!

Ведет к авариям и человеческим жертвам.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Плакат играл важную роль в агитации и пропаганде, в системе массового воздействия, целью которой было влиять на мнение населения, побуждать народ к действию. Плакаты несли массам призывы партии, звали на борьбу за свободу и справедливость, на борьбу против врагов. Кроме того, плакаты выполняли и другую миссию: они обучали народ здоровому образу жизни и давали полезные советы для различных случаев жизни. Плакаты являлись массовыми средствами агитации и политико-просветительной работы, они были практически везде. Текст и изображение в советских плакатах являются неотъемлемыми частями. Они усиливают друг друга и влияют вместе на восприятие смысла плаката. Яркие цвета и другие визуальные средства, использованные в плакатах обращают на себя внимание, но, чтобы полностью понять смысл плаката, зрителю необходимо читать текст. Плакатные тексты призывают к логике, разуму, эмоциям зрителя. Роль изображения очень важна, так как плакаты должны были быть доступными даже неграмотным. Также тематический спектр плакатов очень широк. Они выполняли воспитательную, агитационную и информативную функцию. Они отражали, в частности, те взгляды и ценности, которые советское правительство желало видеть в обществе.

Несмотря на множество иконографических, стилевых, технических связей революционного плаката с традицией российской графики начала XX века, несмотря на низкое качество многих созданных в первые революционные годы плакатных произведений, советские теоретики, приступившие в 1920е годы к написанию новой истории искусства, объявили революционный плакат вершиной и эталоном изобразительного искусства современности.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

[1] Арватов Б. Искусство и классы. – М.-Петроград: ГИЗ, 1923. – 88 с.

[2] Земенков Б. Карикатура в советской общественности // Советское искусство. – 1925, № 6. – С. 66–70.

[3] Иоффе И.И. Культура и стиль. – Л.: Прибой, 1927. – 366 с.

[4] Коллективизация художественного труда // Бригада художников. – 1931, № 2–3. – С. 20.

- [5] Курелла А. Советского лубка нет // 30 дней. –1929, № 5. – С. 45.
- [6] Полонский В. Русский революционный плакат. – М.: ГИЗ, 1925. – 192 с.
- [7] Пророков Б. О пролетискусстве и художкорчванстве // Бригада художников. –1931, № 2-3. – С. 9.
- [8] Русский советский лубок (печатная массовая картина) в собрании Государственной Публичной библиотеки им. М.Е. Салтыкова-Щедрина. 1921–1945: Каталог / Сост. Л.М. Мельникова. – Л., 1962. – 164 с.
- [9] Рууд Ч. Русский предприниматель московский издатель Иван Сытин / Пер. с англ. – М.: Изд. центр «Терра»; Изд. дом «Экон. газ.», 1996. – 301 с.
- [10] Советская власть и медиа: Сб. ст. / Под ред. Х. Гюнтера и С. Хэнсген. – СПб.: Академический проект, 2006. – 621 с.
- [11] Спикер С. Сталин как медиум. О сублимации и десублимации медиа в сталинскую эпоху // Советская власть и медиа: Сб. статей / Под ред. Х. Гюнтера и С.Хэнсген. – СПб.: Академический проект, 2006. – С. 51–58.
- [12] Счет художника // Бригада художников. –1932, № 2. – С. 16.
- [13] Тарабукин Н.М. Искусство дня. Что нужно знать, чтобы сделать плакат, лубок, рекламу, смонтировать книгу, газету, афишу, и какие возможности открывает фотомеханика. – М.: Всерос. пролеткульт, 1925. – 134 с.
- [14] Трошин Н. О массовой картине // Плакат и художественная репродукция. – 1935, № 1. – С. 14–ф15.