

Е.А. Федосов

ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОВЕТСКОМ ПЛАКАТЕ 1920–1970-х гг.

Выполнено в рамках работ по проекту «Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности» (грант Правительства РФ П 220 № 14.В25.31.0009)

Дается характеристика советской наглядной агитации, обращённой к теме единства народов СССР. Исследование, основанное на методе контент-анализа лозунгов и статистическом подсчете использованных образов и символов, позволяет выявить и систематизировать тематические категории и акценты плакатов. Таким образом, прослеживается внутренняя взаимосвязь советских идеологов с элементами и чертами национальной идентичности на фоне различных исторических контекстов и событий.

Ключевые слова: агитационный плакат; народы СССР; идентичность.

С точки зрения исторической судьбы любой страны особую роль в её развитии играет государственное самосознание. Применительно к России его специфика заключалась в отсутствии прямой связи с идентичностью титульной нации. Исследователями отмечается, что самосознание по существу всегда было наднациональным – сначала имперским, а затем советским, и формировало соответствующий тип идентичности. Формирующаяся советская идентичность, с момента своего зарождения, была призвана не только объединять различные народы на основании классово-солидарности во имя победы коммунистических идей во всём мире, но и обеспечивать этническую консолидацию внутри самого Советского Союза.

Наряду с другими идеологемами мотив единства народов СССР на протяжении почти всего советского периода был достоянием государственной пропаганды, что нашло отражение и в агитационных плакатах. На их основе можно наглядно оценить общую интенсивность «этнической» темы в целом, роль народов и степень их вовлечённости в различные сферы жизни всего Союза. Акцент в статье сделан на советские плакаты, в которых прямо или косвенно при помощи различных текстовых, образных или символических средств актуализировались категории нацио-

нальной (народы СССР) и наднациональной (советский народ в целом) идентичности. Всего было проанализировано около 150 плакатов 1920–1970-х гг. Основную часть их составили материалы, изданные в центральных издательствах. Учитывались также плакаты республиканских издательств, в которых присутствовала «общесоюзная» риторика. Республиканская наглядная агитация представляет собой специфический феномен, требующий отдельного изучения.

Все плакаты можно разделить на четыре крупные группы. Во-первых, это продукция центральных издательств на языках народов СССР, обращённая к представителям конкретных этносов. Распространены они были в 1930-е гг., когда, с одной стороны, власти уделяли повышенное внимание лингвистическому аспекту культуры народов, а с другой – знание русского языка, вероятно, ещё не было массовым в ряде регионов. Как правило, один и тот же плакатный сюжет на внутри- или внешнеполитическую тему представлен в различных языковых вариантах. Особенно символичным является плакат Г. Клуциса «Да здравствует СССР – прообраз братства трудящихся всех национальностей мира!» (1935), выполненный на якутском и других языках. Присутствует и представление о советском интернационализме как этапе к интернационализму всемирному. После 1930-х гг. разнообразные в языковом плане агитки встречаются редко. Возможно, они всецело вошли в компетенцию местных издательств или просто не сохранились. Единичные примеры относятся лишь к 1950-м гг.: плакат на татарском языке на школьный сюжет¹ и чеченский плакат, посвящённый юбилею Октябрьской революции². Оба они отпечатаны на местах, а тексты продублированы по-русски.

Вторую группу составляют материалы, в которых без прямой связи с межнациональным подтекстом использовалась идеологема «советский народ», востребованная на фоне процессов и событий всенародного значения, таких как охрана государственной границы³, освобождение соотечественников из фашистской неволи⁴, победоносное завершение Великой

¹ Неизвестный художник. «Пионеры и школьники! Добивайтесь первенства в смотрях школьных санитарных постов!» (1950-е гг.).

² *Даурбеков Г.* «Слава Великому Октябрю!» (1957).

³ См., напр.: *Кокорекин А.* «Границу СССР охраняет весь советский народ» (1941).

⁴ См., напр.: *Лодягин В.* «Я ждал тебя, воин-освободитель! Освободим всех советских людей из фашистской неволи!». (1945).

Отечественной войны¹. В послевоенный период она закрепилась в созидательных сюжетах, среди которых особо выделяется космическая эпопея начала 1960-х гг. Советский народ (советский человек) наделяется следующими выдающимися качествами: *творец могучей авиации* (1954), *первый строитель социализма* (1960), *пионер космоса* (1961), *народ-герой* (1962), *велик советский человек и дерзновенны дела его* (1962) и т.п. В этих плакатах образы военных, космонавтов, рабочих, крестьян и учёных носили собирательный характер, выражая скорее социальные, чем этнические признаки. Каждый должен был чувствовать причастность к великим достижениям Родины.

К третьей группе можно отнести работы, выразившие идею о дружбе народов СССР нехитрым приёмом изображения республиканской символики. Чаще он встречается в позднесоветском плакате, в котором уже наметилась тенденция постепенной смены побудительной функции плаката на декоративную [2. С. 102–107]. Впрочем, флаги союзных республик как элемент композиции встречаются и ранее, например на спортивных плакатах 1950-х гг.²

Наконец, четвёртую, самую обширную группу материалов, представляют плакаты, где целенаправленно представлены лозунги и образы, наделённые ярко выраженным этническим подтекстом. Остановимся на ней подробнее.

Первые этнические мотивы появились в советской наглядной агитации ещё во времена Гражданской войны и были направлены на поиск союзников среди народов Российской империи против антибольшевистских сил. Образование в 1922 г. СССР, фактически ставшее основанием для формирования нового государственного самосознания, тем не менее не привнесло в плакаты соответствующей риторики. К 1926 г. относится первый имеющийся в распоряжении исследования пример, где используются образы, внешне определяемые как представители условно славянских, кавказских и среднеазиатских народов, с интересом читающие газету «Правда». Примечательно, что отсутствует конкретный призыв, хотя очевидно, что речь идёт о подписке на газету. Высокий идейно-

¹ См., напр.: *Зауэрс Н.* «Слава Великому советскому народу, завоевавшему победу над немецко-фашистскими и японскими империалистами!» (Латвийская ССР, 1946).

² См., напр.: *Иванов В.* «Спартакиада народов СССР – смотр сил и мастерства!» (1955).

политический смысл единства народов СССР, причём вновь увязанный с широким интернационалистическим контекстом, обнаруживается в работе 1931 г.: «Весь мир охвачен пламенем борьбы угнетённых народов. **Народы СССР** готовы к защите своего **социалистического Отечества**». Этот плакат имеет две интересные особенности, во-первых, довольно раннее использование идеологемы «социалистическое отечество», распространение которой наряду с понятием «родина» обычно относят к середине 1930-х гг. [3] Во-вторых, народы Советского Союза здесь олицетворяет колонна, состоящая из населения исключительно мусульманских регионов страны. Следует отметить, что впредь за этими народами прочно закрепились узнаваемые черты: тюрбетейки, халаты, женские косички, платки и т.д. В последующие десятилетия, за исключением 1940-х гг., ярко выраженные среднеазиатские этнические признаки встречаются в плакатах чаще других.

К началу 1940-х гг., когда окончательно определились состав и границы СССР, установился и некий канон визуализации дружбы советских народов. Как правило, это наделённые специфическими чертами мужские или женские почти портретные образы, олицетворяющие советские республики¹, подчас объединённые в торжественную **колонну** и сопровождающиеся флагами, гербами, транспарантами с надписями на разных языках.

В свете походов Красной Армии в Западную Белоруссию и Украину, а также Бессарабию и Северную Буковину этническая риторика сплелась с военными мотивами: «Да здравствует Красная Армия – плоть от плоти советского народа!» – гласил плакат 1940 г., демонстрирующий тёплую встречу красноармейца с жителями упомянутых выше регионов.

Период Великой Отечественной войны неоднозначно сказался на межнациональном подтексте советской пропаганды. С одной стороны, власти как никогда были заинтересованы в сплочённости всех народов СССР. С другой, считается, что длительные дискуссии, связанные во многом с проблемой осмысления истории побед русского оружия, привели к преобладанию руссоцентричных идей над интернациональными [4. С. 354]. Тем не менее в плакатах сохраняется и обратная тенденция. Один из них, изображающий советских военнослужащих разных национально-

¹ См., напр.: *Ливанова В.* «Единой подпиской на заём третьей пятилетки (выпуск четвёртого года) продемонстрируем беззаветную преданность советского народа великому делу Ленина–Сталина!» (1941).

стей, цитирует слова И.В. Сталина: «*Дружба народов* нашей страны выдержала все трудности и испытания войны и ещё более закалилась в общей борьбе *всех советских людей* против фашистских захватчиков»¹. На этом фоне можно выделить два плаката, в которых появляется не применявшийся ранее мотив славянства². Понятие «русский народ» также встречается в военное время: «*Русский народ* никогда не будет стоять на коленях» (1944); а позднее и в мирном сюжете: «Слава *русскому народу* – народу-богатырю, народу-созидателю!» (1946).

Дальнейшее развитие этнической темы в советской наглядной агитации опиралось в целом на те же тенденции, что и накануне войны. В случаях, когда образ *единой колонны* не использовался или имел второстепенное значение, пространство заполнялось по принципу *триады*. Первый её тип, более универсальный, включал представителя от славянских, кавказских и среднеазиатских народов, как, например, в плакатах «Дружбу крепим трудом» (1956) или «Наша дружба на всю жизнь» (1956). Второй тип, условно можно назвать славяноцентричным, где главную роль играет образ России, Украины (исключительно женский) и Белоруссии, как, например, в плакате «Слава Родине нашей прекрасной, создающей подобных людей! Слава дружбе любовно-согласной всех народов её, сыновей, дочерей» (1948). В свете кампании празднования 300-летия воссоединения Украины с Россией на первый план вышли лишь эти две республики³. Можно привести ещё один интересный пример триады из плаката на эстонском языке: «Да здравствует Международный женский день!» (1955), где представлены славянская, среднеазиатская и эстонская девушка соответственно. Пример многих плакатов подтверждает, что образ России можно назвать русским лишь по умолчанию. Почти всегда это мужчина, одетый в рабочий или повседневный костюм, реже в военную форму, а потому лишённый каких-либо явных этнических признаков. Возможно, он автоматически вбирал в себя черты и новой наднациональной советской идентичности. Этим отчасти подтверждается тезис о том, что желание компартии привести все народы в единую общность осуществлялось «по существу за счет дерусификации русского народа» [1. С. 155]. С точки зрения изобразительных средств плаката, можно най-

¹ Неизвестный художник. «Да здравствует наша великая родина!» (1943).

² *Одинцов В.* «К оружию, славяне! Разгромим фашистских угнетателей!» (1941); *Жуков Н.* «Славяне! Час расплаты настал!» (1944).

³ См., напр.: *Смоляк Н.* «Навстречу фестивалю!» (1956).

ти и другое объяснение, связанное с демонстрацией хозяйственной специализации республик. В соответствии с ней представители аграрных регионов, более тяготеющие к традиционной культуре, сохраняли свой яркий колорит. Индустриальный же центр выступает как источник и носитель пролетарских и партийных черт, не имеющих национальности. Так или иначе в массиве рассмотренных плакатов лишь однажды наблюдается женский образ в русском народном костюме¹.

В обилии сюжетов, посвящённых теме единства союзных республик, последний всплеск которой пришёлся на 50-летний юбилей образования СССР, относительно редким, но всё же имевшим место явлением было изображение в плакатах других этносов. Так, например, известны плакаты, обращённые к черкесскому² и бурятскому³ народу.

На лозунговом уровне, стимулирующими этническую консолидацию категориями были: гуманистическое начало – *дружба* (встречается 19 раз), мобилизационное – *труд* (24 раза), идеологическое – *коммунизм* (15 раз, с особой интенсивностью в 1950-е гг.), организационное – *партия* (15 раз). Что касается вождей, стоящих над всеми процессами, то до известных перемен середины 1950-х гг. *Сталин* заметно превосходил *Ленина* по частоте использования плакатного образа и упоминаниям в текстах. Последовавшее «усиление позиций» Ленина приобрело в свою очередь монументальный оттенок⁴.

Таким образом, визуализация идеи дружбы и единства народов СССР в наглядной агитации в целом вписывалась в общую пропагандистскую линию. Безусловно, она занимает лишь одну и не самую распространённую нишу советских плакатов. Другие темы развивались по своим законам, и этнические мотивы там прослеживались только на республиканском уровне. Плакаты, рассмотренные выше, как представляется, были особенно востребованы либо во времена испытаний и напряжения сил, либо, напротив, в свете юбилейных и фестивальных событий. Конечно, даже среди 15 союзных республик некоторые образы представлены схематично, обобщённо, тогда как иные более детальны и индивидуализированы, что является определённым показателем приоритетов властей. Од-

¹ Ишмаматов И. «Первомай, подарки принимай!» (1964).

² Харсекин И. «Наша дружба – навеки!» (1959).

³ Неизвестный художник. «Навеки сплотила великая Русь. 300 лет Россия – Бурятия» (1959).

⁴ Забалуев Е. «Вперёд, к коммунизму!» (1957).

нако в задачу художников входило не столько скрупулёзное восстановление в агитке этнических черт, сколько создание символического, но доходчивого образа разнообразного единства *советского народа*, ставшего идеологемой, существовавшей и отдельно от межнационального контекста.

Литература

1. *Кортунов С.В.* Национальная идентичность. Постижение смысла. М., 2009.
2. *Михайлин В., Беляева Г.* «Наш» человек на плакате: конструирование образа // Неприкосновенный запас. 2013. № 1. С. 89–109.
3. *Рябов О.В.* «Россия-матушка»: история визуализации // Границы: Альманах Центра этнических и национальных исследований Ивановского государственного университета. 2008. Вып. 2: Визуализация нации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://w3.ivanovo.ac.ru/win1251/struct/cens2004/riabov-almanach-2008.htm>, свободный.
4. *Брандербергер Д.Л.* Выдвинуть на первый план мотив русского национализма: Споры в сталинских идеологических кругах, 1941–1945 гг. // Государство наций: Империя и национальное строительство в эпоху Ленина и Сталина. М., 2011. С. 336–364.