

СОВЕТСКИЙ ПЛАКАТ КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: АНАЛИЗ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА НЕПОКОЛЕБИМОЙ ВОЛИ И КОНЦЕПТА «СВЕТЛОГО БУДУЩЕГО»

Мань Шу

Кандидат филологических наук, постдокторант,
Исследовательский центр по марксизму,
Преподаватель, Хэнаньский педагогический университет
manshu9057@126.com

SOVIET POSTER AS A LINGUISTIC AND CULTURAL PHENOMENON: AN ANALYSIS OF THE REPRESENTATION OF THE IMAGE OF UNSHAKABLE WILL AND THE CONCEPT OF A "BRIGHT FUTURE"

Man Shu

Summary: The article considers the Soviet poster as a vivid example of a linguistic and cultural phenomenon that reflects the key values and ideological attitudes of Soviet society. Particular attention is paid to the analysis of the representation of the image of unshakable will and the concept of a «bright future» in poster art. The study focuses on the linguistic and visual means used to shape and translate these concepts, as well as their role in creating collective identity and mobilizing populations. Examples of posters of various periods of Soviet history are analyzed, common features and evolution of ways to visualize and verbalize key ideological messages are revealed. The article is of interest to researchers in the field of linguistics, cultural studies, history, and art history, striving to understand the mechanisms of the formation and dissemination of ideologies in Soviet society.

Keywords: Soviet Union, linguoculturology, analysis, representation, philology, visualization, verbalization.

Аннотация: В статье рассматривается советский плакат как яркий пример лингвокультурного феномена, отражающего ключевые ценности и идеологические установки советского общества. Особое внимание уделяется анализу репрезентации образа непоколебимой воли и концепта «светлого будущего» в плакатном искусстве. Исследование фокусируется на лингвистических и визуальных средствах, используемых для формирования и трансляции этих концептов, а также на их роли в создании коллективной идентичности и мобилизации населения. Анализируются примеры плакатов различных периодов советской истории, выявляются общие черты и эволюция способов визуализации и вербализации ключевых идеологических посылов. Статья представляет интерес для исследователей в области лингвистики, культурологии, истории и искусствоведения, стремящихся к пониманию механизмов формирования и распространения идеологий в советском обществе.

Ключевые слова: советский союз, лингвокультурология, анализ, репрезентация, филология, визуализация, вербализация.

Советский плакат – это не просто красочная картинка, а мощный инструмент пропаганды, зеркало эпохи и яркий пример лингвокультурного феномена. Он пронизан идеологией, отражает ключевые ценности и установки советского общества, и, как ничто другое, позволяет нам сегодня понять, чем жила страна Советов.

В этой статье мы погрузимся в мир советского плаката, чтобы проанализировать, как в нем воплощались важнейшие для того времени концепции. Особое внимание уделим тому, как художники и поэты, работавшие над плакатами, создавали образ непоколебимой воли – воли к труду, к победе, к построению нового общества. Мы рассмотрим, как через визуальные образы и слоганы транслировалась идея о силе и единстве советского народа, способного преодолеть любые трудности.

Через анализ языка, символики и визуальных образов советского плаката мы постараемся понять, как он формировал и поддерживал идеологическую систему, а

также какое влияние оказал на культуру и сознание советского человека [6].

Итак, советский плакат – это не просто агитационный листок, а сложный и многогранный текст, требующий внимательного прочтения. Его язык – это сплав художественного образа и лаконичного, но емкого слогана. Каждый элемент, от цветовой гаммы до шрифта, несет в себе определенную смысловую нагрузку, направленную на формирование нужного идеологического посыла.

Рассматривая репрезентацию непоколебимой воли, мы видим, как часто художники прибегали к образам сильных, уверенных в себе людей – рабочих, крестьян, солдат. Их лица, полные решимости и энтузиазма, символизировали готовность к самоотверженному труду и борьбе за идеалы коммунизма. Часто использовались символы силы и мощи: развевающиеся знамена, крепкие руки, устремленные ввысь силуэты заводов и фабрик. Слоган, как правило, подчеркивал эту волю к победе, призывая к действию, к преодолению препятствий, к до-

стижению поставленных целей. *«Все для фронта, все для победы!»*, *«Пятилетку – в четыре года!»*, *«Слава труду!»* – эти лозунги не просто призывали, они мобилизовали, вдохновляли, формировали ощущение сопричастности к великому делу.

Концепт «светлого будущего» в советском плакате – это, пожалуй, один из самых ярких и устойчивых мотивов. Он воплощался в образах счастливых, улыбающихся людей, живущих в мире изобилия и гармонии. Часто изображались дети, как символ будущего поколения, которому предстоит жить в этом идеальном мире. Художники использовали яркие, оптимистичные цвета, чтобы создать ощущение радости и надежды. Пейзажи будущего – это утопические города с высокими зданиями, зелеными парками и передовыми технологиями. Слоган, сопровождающий эти образы, обещал светлое будущее, которое наступит благодаря упорному труду и верности идеалам коммунизма. *«Будем строить коммунизм!»*, *«Миру – мир!»*, *«Слава советскому народу – строителю коммунизма!»* – эти лозунги вселяли веру в возможность построения идеального общества.

Продолжая анализ, мы обращаем внимание на то, как конкретные лингвистические конструкции, такие как императивные призывы, метафоры и эпитеты, использовались для усиления воздействия визуальных образов. Например, лозунг *«Пролетарии всех стран, соединяйтесь!»* не просто констатировал факт, а призывал к действию, создавая ощущение принадлежности к глобальному движению [7]. Визуально это часто подкреплялось изображением рабочих разных национальностей, объединенных общим делом.

Особое внимание уделяется анализу использования символов. Красный цвет, серп и молот, пятиконечная звезда – эти и другие символы, многократно повторяясь на плакатах, приобретали сакральное значение, становясь мощными маркерами советской идентичности. Мы изучаем, как эти символы встраивались в визуальный нарратив, формируя определенное отношение к власти, труду и обществу.

Кроме того, наше исследование затрагивает вопрос о создании образа «врага». Анализируя плакаты, мы выявляем, какие визуальные и лингвистические приемы использовались для демонизации противников советской власти [1]. Это могли быть карикатурные изображения капиталистов, кулаков или иностранных шпионов, сопровождаемые текстами, подчеркивающими их коварство и угрозу для советского народа. Изучение этих образов позволяет понять, как формировалось чувство «мы» через противопоставление «им».

Авангард, с его стремлением к новаторству и разрушению старых форм, использовался для визуализации

революционных изменений и создания образа нового, прогрессивного общества. Конструктивизм, с его акцентом на функциональность и индустриализацию, отражал идею коллективного труда и строительства нового мира [3]. Позднее, соцреализм, с его идеализированными образами рабочих и крестьян, стал инструментом для создания позитивного образа советской действительности и укрепления веры в светлое будущее.

Кроме того, мы обращаем внимание на роль цвета в советском плакате. Красный цвет, как символ революции и борьбы, доминировал в большинстве плакатов, но его использование варьировалось в зависимости от периода и идеологической задачи. В ранних плакатах красный цвет часто использовался для создания динамичных и агрессивных композиций, в то время как в более поздних плакатах он мог использоваться для создания более спокойных и гармоничных образов.

Анализируя использование цвета, художественных стилей и лингвистических приемов, мы стремимся понять, как советский плакат формировал не только сознание, но и чувства людей [9]. Он не просто сообщал информацию, но и вызывал определенные эмоции, такие как гордость за страну, ненависть к врагам, или веру в светлое будущее. Именно это сочетание рационального и эмоционального воздействия делало советский плакат таким эффективным инструментом пропаганды и агитации.

Советский плакат не существовал в вакууме. Он был частью широкой системы идеологического воздействия, включавшей в себя радио, кино, литературу, театр и другие виды искусства [10]. Плакаты размещались на улицах городов и сел, в рабочих клубах и домах культуры, в школах и больницах, на заводах и фабриках. Они были повсюду, напоминая людям о необходимости трудиться на благо родины, бороться с врагами и верить в светлое будущее. Мы изучаем, как размещение плакатов в различных контекстах влияло на их восприятие и эффективность [9].

Логично возникает вопрос: как люди реагировали на эти визуальные и лингвистические послания? Верили ли они в то, что видели и слышали? Или относились к плакатам с цинизмом и недоверием? К сожалению, получить прямые ответы на эти вопросы сложно, поскольку большинство свидетельств о восприятии советской пропаганды носят косвенный характер [5]. Однако, анализируя архивные документы, воспоминания современников и другие источники, мы пытаемся реконструировать картину восприятия советского плаката населением и оценить его реальное влияние на формирование общественного мнения и поведение людей.

Наше исследование советского плаката позволило заглянуть за яркие образы и броские лозунги, чтобы понять, как он работал как мощный инструмент идео-

логического воздействия. Мы обнаружили, что это была не просто красивая картинка, а сложная система [4], где визуальные элементы – от героических фигур до индустриальных пейзажей – тесно переплетались с тщательно подобранными словами. Эта комбинация создавала мощный эффект, формируя у людей чувство общей идентичности, принадлежности к большому и важному делу, и, конечно, мобилизуя их на достижение поставленных государством целей. Плакат был не просто украшением, а активным участником строительства нового общества.

Изучая советский плакат, мы обнаружили, что его воздействие не ограничивалось простым внушением. Он апеллировал к глубинным человеческим потребностям: в принадлежности, в ощущении значимости своего труда, в вере в светлое будущее [8]. Герои плакатов – будь то сталевары, колхозницы или красноармейцы – представлялись не просто исполнителями, а творцами истории, созидателями нового мира. Их лица, часто идеализированные, но всегда полные решимости и энтузиазма, становились образцами для подражания, символами того, каким должен быть советский человек.

Лингвистическая составляющая плаката также играла ключевую роль. Лозунги, как правило, были краткими, запоминающимися и эмоционально заряженными. Они не просто призывали к действию, но и формировали определенную систему ценностей, определяли, что хорошо и что плохо, кто друг и кто враг. Часто использо-

вались метафоры и аллегории, позволяющие донести сложные идеологические концепции до широких масс в доступной форме [2].

Более того, советский плакат был не статичным явлением. Он постоянно эволюционировал, отражая изменения в политической и экономической жизни страны. В разные периоды акценты смещались: от героики Гражданской войны к индустриализации, от борьбы с фашизмом к освоению космоса. И каждый раз плакат находил новые визуальные и лингвистические средства, чтобы оставаться актуальным и эффективным инструментом идеологического воздействия. Анализ этой эволюции позволяет нам лучше понять динамику советского общества и те механизмы, с помощью которых формировалось общественное сознание.

В заключение наше исследование советского плаката раскрывает сложную систему идеологического воздействия, где визуальные и лингвистические элементы тесно переплетались для формирования коллективной идентичности и мобилизации населения. Анализ технических аспектов, художественных стилей и контекста распространения позволяет понять, как плакат стал мощным инструментом пропаганды. Изучение восприятия плаката населением, хоть и затруднено, позволяет оценить его реальное влияние на советское общество. Этот опыт критически важен для осмысления современных методов манипуляции общественным мнением и защиты от них.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бацманова А.И., Иванова, Д.К. Искусство плаката в СССР // Бизнес и дизайн ревю. – 2021–№ 1 (21). – С. 5–7.
2. Вартанова Л.К. Социальный плакат в системе визуальной коммуникации // Вестник УМЦ. – 2019–№1 (22). – С. 10–17.
3. Зыков Н.П. Советские агитационные плакаты во время Отечественной войны // Вестник науки. – 2022–№7 (52). – С. 64–72.
4. Котышов А.В. Творческий процесс как основа духовного начала в искусстве // Образование. Наука. Культура. Материалы VI Международной научно-практической конференции. – 2020–№ 3 – С. 104–105.
5. Лежень Е.Е. Плакат как средство политическом агитации в 1917 1930-е годы // Промышленность: экономика, управление, технологии. – 2013–№3. – С. 21–25.
6. Нечаев А.Г. Образ Японии в советской пропаганде в 1938-1939 гг. // Вестник НАСА. – 2020–№1 (16). – С. 188–194.
7. Пименова Н.Н., Шпак А.А., Ермаков Т.К. Жанр советского плаката в изобразительном искусстве 1917-1922 гг // Журнал СОУ. Гуманитарные науки. – 2023–№4. С. 89–92.
8. Радзивилович А.Д. История появления плаката. // Вестник науки и творчества. – 2021 – С. 55–59.
9. Хазагерев Г.Г. От символа к симулякру: к истории советской пропаганды // Вестник ХГУ им. Н. Ф. Катанова. – 2023–№3 (45). – 2023 – С. 61–65.
10. Чеботарев А.М., Лешуков А.Г. История развития российского плаката – первые текстовые плакаты // Профессиональное образование в области дизайна и искусства: проблемы и перспективы. Материалы Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией И.Р. Кузеева. – Уфа: Нефтегазовое дело, 2019 – С. 203–210.

© Мань Шу (manshu9057@126.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»