

Алиса Ахонен

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЕЗДОВ И
ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ В СОВЕТСКИХ
ПРОПАГАНДИСТСКИХ ПЛАКАТАХ
(1929-1939)**

Факультет информационных технологий и коммуникационных наук

Магистерская работа

Апрель 2021

АННОТАЦИЯ

Ахонен, Алиса: "Репрезентация поездов и железных дорог в советских пропагандистских плакатах (1929-1939)"

Магистерская работа

Университет Тампере

Магистерская программа по языкам: русский язык

Апрель 2021

В данном исследовании мы будем анализировать репрезентацию поездов и железных дорог в советских пропагандистских плакатах в конце 1920-ых – 1930-ых годах. Мы также рассмотрим какие исторические, культурные и идеологические значения имеют в это период поезда и железные дороги.

Поезда и железные дороги играли важную роль в модернизации Советского Союза. В качестве анализируемого материала было выбраны плакаты, опубликованные в период, который является значительным в истории Советского Союза. Важными событиями того времени являются, например, сталинская культурная революция, быстрая индустриализация и первая и вторая пятилетки. Коллективизация сельского хозяйства, картографирование разных территорий страны, использование природных ресурсов страны и создание нового советского человека также являются важными событиями для модернизации СССР.

В начале работы мы рассмотрим историю модернизации Советского Союза в 1920-ых и 1930-ых годов и историю железных дорог с начала 19-го века до 1930-ых годов. В 19-ом веке в России строили многочисленные железные дороги, но после Первой мировой войны железные дороги оказались в плохом состоянии, и восстановление их являлось одной из главнейших задач новой страны. Поезда виделись символами революции и нового общества и метафорой для построения социализма. После революции требовалась и пространственная революция, чтобы достичь революционных целей полностью. Поезда использовались в пропагандистской работе для объединения многокультурной и обширной страны. В нашей работе пропаганда понимается как поддержание политической власти путем манипулирования массовой культурой. Пропагандистские плакаты использовались широко, поскольку они являлись эффективными, дешевыми и доступными для всех. Много ресурсов было потрачено на исследование эффективности плакатов.

В качестве исследовательского метода используется семиотическая теория визуального искусства. Мы анализируем плакаты с их культурной, лингвистической, графической и исторической точек зрения. На основе нашего анализа можно сделать вывод, что плакаты раскрывают смысловые поля, связанные с тремя темами. Первой темой является индустриализация и строительство советского пространства, то есть превращение незнакомого пространства в знакомое. С этим также связано укрепление новой политической системы и распространение социализма в стране. Вторая тема посвящена работникам и важности работы. На ней изображены разные рабочие, такие, как инженер, женщина-работница, сельскохозяйственный и заводской рабочий. Они представлены как равноправные исполнители пятилетнего плана и коммунизма. Последняя возникающая тема - алкоголь и моральные вопросы. С помощью поездов распространяли пропаганду против пьянства, лени и прогулов. Плакаты с поездами подчеркивают опасности употребления алкоголя и стремятся укреплять трудовую дисциплину. Отрицательное влияние алкоголя подвергает угрозе развитие социализма и железнодорожный транспорт. В антиалкогольной пропаганде подчеркивают негативные ценности, связанные с врагами рабочего класса, буржуазией и религией.

В результате проведенного исследования выяснилось, что поезда и железные дороги имели большое влияние как средства пропаганды в ранние годы Советского Союза. С ними связывали значения, которые способствовали строительству нового огромного советского пространства, ускорению промышленности, использованию природных ресурсов, положению социалистического труда и моральному воспитанию нового советского человека. Поезда служили символами революции и нового общества.

Ключевые слова: поезда, железные дороги, пропаганда, плакат, советский союз

Оригинальность исследования проверена с помощью программы Turnitin OriginalityCheck..

TIIVISTELMÄ

Alisa Ahonen: Junat ja rautatiet propagandan välineinä neuvostojulisteissa (1929-1939)

Gradu -tutkielma

Tampereen yliopisto

Kielten tutkinto-ohjelma, venäjän opintosuunta

Huhtikuu 2021

Tutkielmassa tarkastellaan junien ja junaratojen esittämistä neuvostoliittolaisissa propagandajulisteissa 1920-luvun lopulta 1930-luvun loppuun. Työ kysyy minkälaisia historiallisia, kulttuurisia ja ideologisia merkityksiä junat ja junaradat saavat ajanjakson propagandajulisteissa. Junilla ja junaradoilla oli suuri merkitys Neuvostoliiton yhteiskuntakehityksessä. Tutkimukseen valitut julisteet sijoittuvat uuden neuvostomaan historiassa merkittävään ajanjaksoon, jonka tärkeitä tapahtumia olivat muun muassa stalinistinen kulttuurivallankumous, nopea teollistuminen ja ensimmäinen ja toinen viisivuotissuunnitelma. Tämän lisäksi maan alkuvuosien modernisaatiolle olivat tärkeitä maatalouden kollektivisointi, maan eri alueiden kartoittaminen, luonnon resurssien hyötykäyttöön ottaminen ja uuden neuvostoihmisen ideologinen kasvatustyö.

Tutkielman alussa käsitellään Neuvostoliiton historiaa ja modernisaatiota 1920-1930-luvuilla sekä junaratojen historiaa 1800-luvulta 1930-luvulle. Junaratoja rakennettiin 1800-luvulla paljon erityisesti teollisuuskaupunkien välille. Ensimmäisen maailmansodan jälkeen radat olivat huonossa kunnossa ja niiden kunnostaminen oli yksi vastasyntyneen neuvostohallinnon tärkeimmistä tehtävistä. Neuvostoliitossa junat nähtiin vallankumouksen ja uuden yhteiskunnan symboleina sekä metaforana sosialismin rakentamiselle.

Vallankumouksen jälkeen tarvittiin myös tilallinen vallankumous, jotta vallankumous saataisiin toteutettua täydellisesti. Junat ja rautatiet nähtiin keinona yhdistää monikulttuurinen, laaja maa ja luoda yhteys keskustan ja periferian välille. Junia alettiin käyttää myös neuvostopropagandan välineinä. Neuvostoliitossa propagandavaikuttamisella oli tärkeä asema. Tässä tutkielmassa propagandalla tarkoitetaan poliittisen vallan ylläpitämistä manipuloimalla populaarikulttuuria. Propagandajulisteita käytettiin paljon, sillä ne olivat tehokkaita, halpoja ja kaikkien ulottuvilla, myös lukutaidottomien. Niiden tehokkuuden ja vaikuttamiskeinojen tutkimukseen käytettiin paljon resursseja.

Työn tutkimusmetodinä käytetään visuaalisen taiteen semioottista teoriaa. Julisteiden merkityksiä analysoidaan kulttuurisesta, kielellisestä, graafisesta ja historiallisesta näkökulmasta. Analyysiin kuuluu myös julisteiden taidesuuntausten piirteiden analysointi. Analyysi osoittaa, että julisteista nousee esille merkityskenttiä, jotka liittyvät kolmeen teemakokonaisuuteen. Ensimmäinen on teollistuminen ja Neuvostotilan rakentuminen eli tuntemattoman tilan muuttaminen tunnetuksi. Tähän liittyy myös uuden poliittisen järjestelmän vahvistaminen sekä sosialismin levittäminen maahan. Toiseksi merkityskentäksi nousevat työläiset ja työn merkitys. Näissä julisteissa esitetään erilaisia työläisiä, kuten insinöörejä, naistyöläisiä, maataloustyöläisiä ja tehdastyöläisiä. Heidät esitetään tasavertaisina viisivuotissuunnitelman ja sosialismin toteuttajina. Viimeinen esiin nouseva merkityskenttä liittyy alkoholiin ja moraalisiin kysymyksiin. Junien avulla julisteissa propagoidaan juoppoutta, laiskuutta ja työn välttämistä vastaan. Junajulisteet korostavat alkoholinkäytön vaaroja ja pyrkivät samalla vahvistamaan työkuria. Alkoholin kielteiset vaikutukset nähdään sosialismin kehityksen ja junaliikenteen vaarantumisen näkökulmasta. Alkoholia vastaan kampanjoidaan juna-aiheisissa julisteissa myös tuomalla esille kielteisiä arvoja, jotka liitetään työväenluokan vihollisiin, porvaristoon ja uskontoon.

Tutkielman perusteella voidaan todeta, että junilla ja junaradoilla oli suuri merkitys propagandan välineinä Neuvostoliiton varhaisina vuosikymmeninä. Niihin liitettiin merkityksiä, jotka edistivät uuden, valtavan neuvostotilan rakentamista, teollisuuden vauhdittamista, luonnon resurssien hyötykäyttöä, sosialistisen työn asemaa sekä uuden neuvostoihmisen moraalista kasvatustyötä. Junat toimivat vallankumouksen ja uuden yhteiskunnan symboleina.

Avainsanat: junat, junaradat, propaganda, juliste, Neuvostoliitto

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla

Оглавление

Введение.....	1
1. Модернизация советской страны.....	3
1.1. История железных дорог в России	5
1.2. Развитие железных дорог и поездов в ранние годы Советского Союза	6
1.3. Пространство и модернизация 1920-ых и 1930-ых годов	7
2. Пропаганда и история пропагандистских плакатов в Советском Союзе.....	10
2.1. Советское исследование плакатов.....	11
2.2. Средства воздействия в пропагандистских плакатах	13
2.3. Поезда как средство пропагандистского воздействия.....	14
3. Методы исследования.....	16
3.1. Репрезентации поездов и железных дорог в пропагандистских плакатах.....	18
4. Индустриализация и конструирование советского пространства	20
5. Работники и значение труда	32
6. Алкоголь и моральные вопросы.....	45
7. Заключение.....	56
Источники исследовательского материала	59
Список источников.....	61
Сетевые источники.....	64

ВВЕДЕНИЕ

Тема нашей дипломной работы – репрезентация поездов и железных дорог Советского Союза в пропагандистских плакатах с конца 1920-ых до конца 1930-ых годов. Пропаганда играет главную роль в этой работе. Наше понимание о пропаганде опирается на определение, используемое Давидом Бранденбергером - это поддержание политического авторитета посредством манипулирования массовой культурой (Brandenberger 2012, 9-10). Пропаганда Советского Союза включает в себя разные плакаты, карикатуры, иллюстрации учебников, фильмы, музыку, литературу и так далее. В данной работе мы исследуем именно пропагандистские плакаты на тему поезда и железных дорог. Материалом исследования являются 11 плакатов. Временной период -- конец 1920-ых годов и 1930-ые годы, потому что поезда и железные дороги являются важными элементами в культурной истории России и Советского Союза. В конце 20-ых годов началась сталинская культурная революция, быстрая индустриализация и первая пятилетка, в которых поезда и железные дороги играли важную роль. Кроме этого, возникла острая необходимость составить карту районов для нового административного управления страны (Widdis 2008, 2-4). В этой работе мы изучаем пропагандистские плакаты в историческом контексте индустриализации и модернизации СССР. При анализе мы сосредоточиваемся на лингвистических и графических средствах, используемых в плакатах и на тех пропагандистских значениях, которые обнаруживаются в репрезентации поездов. В нашей работе мы концентрируемся на следующих вопросах: "Как репрезентируются поезда и железные дороги Советского Союза в плакатах в конце 1920-ых годов и 1930-ых годов?" и "Какие исторические, культурные и идеологические значения они имеют?" Важными задачами в Советском Союзе являлись превращение незнакомого пространства в знакомое, чтобы укреплять социальный порядок, распространение новой советской культуры и коммунизма в стране и создание нового человека с новыми ценностями. Кроме этого, хотели подчеркивать значение разных работников для модернизации страны. Поэтому аналитическая часть разделена на три разных тематических части: "Индустриализация и конструирование советского пространства", "Работники и значение труда" и "Алкоголь и моральные вопросы".

Тема нашей работы в настоящее время является актуальной. Значение поездов и железных дорог для России экономическое и культурное. Согласно Гарднеру, из России теперь можно ехать в 27 других стран на поезде. Европейские люди поощряют путешествие в Россию на поезде, так как он является экологическим, быстрым и удобным средством передвижения.

(Gardner 2013, 36-44.) Катри Пюонниemi описывает в своей статье (2013, 174-183) постсоветское пространство с точки зрения инфраструктурной сети. Что было однажды построено в истории России, можно теперь рассматривать как средство для России участвовать в мировой экономике, активизируя потенциал, который уже существует в инфраструктурах с советских времен. Таким образом возможно интенсифицировать экономический рост, а также восстановить свои позиции на постсоветском пространстве особенно при транзите товаров и людей между Европой и Азией.

1. МОДЕРНИЗАЦИЯ СОВЕТСКОЙ СТРАНЫ

В Советском Союзе в 1917-1930 годах произошел целый ряд изменений. Октябрьская революция привела к власти большевиков, в стране выбрали новое правительство и капиталистическая страна стала контролируемой государством. Как отмечает Виддис, первый госкомитет по строительству был основан в 1918 и его задачей являлось, например, планирование городов и строительство инфраструктуры. Первым национальным планом стал план электрификации всей страны и вскоре после этого создали Госплан, который осуществлял общегосударственное планирование развития народного хозяйства. Индустриализация началась в полном объеме после сообщения Сталина о том, что нужно как можно скорее увеличивать эффективность индустриализации и опередить западные страны в эффективности. Массовую коллективизацию начали в 1929. (Widdis 2003, 20.)

Как пишет Зеттерберг, русский народ был недоволен правительством и императором уже задолго до начала 20-го века. Вследствие этого в 1917 году началась Февральская революция, в которой люди требовали прекращения войны и самодержавия императора Николая II. В стране составили новое временное правительство и после революции разрешили деятельность большевиков и они начали свои пропагандистские действия. Временное правительство находилось у власти, но оно никогда не стало популярным. Положение большевиков укрепилось, и в октябре 1917 года началась Октябрьская революция, вследствие чего Временное правительство было отстранено от власти к власти пришла Российская социал-демократическая рабочая партия. Главными организаторами революции являлись, например, В. И. Ленин и Л. Д. Троцкий. Первыми действиями Советского правительства были прекращение всех не большевистских газет, ликвидация помещичьего землевладения, отмена титулов и отделение церкви от государства и школ. (Zetterberg 1986, 313-355.)

Согласно Вихавайнен, большевики осуществляли контроль за продовольствием, и торговля стала монополией государства. Тем не менее, возникли сложности, когда крестьяне не хотели продавать свои продукты за цены, которые платило государство и государство использовало способы принуждения, чтобы получить излишки произведенного крестьянами зерна. Это привело к тому, что крестьяне производили продукты только для себя и излишек зерна оставался в поле. Кроме этого, началась серьезная инфляция, общее производство промышленности являлось низким, транспортные связи были в плохом состоянии и это довело до недостатка продуктов питания и топлива. Страдания народа были огромными. (Vihavainen 1986, 356-361.) В 1929 году в Советском Союзе осуществили коллективизацию сельского

хозяйства, то есть, частную собственность ликвидировали и частные хозяйства объединили в огромные коллективные хозяйства (колхозы) или в совхозы. Людей, которые противились новой системе, казнили или преследовали. Коллективизация быстро развивалась, но все-таки производство не активизировалось. (там же, 361-367.)

Согласно Вихавайнен, другой целью правительства являлось быстрая индустриализация и для этого начали первый пятилетний план. Главной целью являлась быстро создать тяжелую промышленность. Первая пятилетка превзошла все ожидания, в отношении тяжелой промышленности и легкой промышленности. К сожалению, сельскохозяйственное производство не развивалось, а ухудшилось, и это привело к голоду. В результате число наёмных работников удвоилось и число городского населения повысилось на 44%. Трудности возникли вследствие неграмотности крестьян, из которых было трудно сформировать квалифицированную рабочую силу. Принцип «равная оплата за равный труд» и миграция рабочей силы тоже затруднили изменения. Система поощряла работников искать простую работу, а не развивать профессиональное мастерство. (Vihavainen 1986, 381-386.)

Вторую пятилетку вели в действие в 1934 году. Темп роста замедлился вследствие перенапряжения предыдущего периода и неудач в сельском хозяйстве. В данном плане подчеркивали производительность труда. Стахановское движение возникло в 1935 году и было названо по имени А. Г. Стаханова, который являлся горнорабочим на Украине. С помощью движения стремились к увеличению интенсивности труда и в результате общий валовый продукт более, чем удвоился. Производство стали и продовольственных товаров также увеличились вместе с уровнем жизни. Военное производство стало играть более важную роль во второй пятилетке и необходимость рабочей дисциплины тоже стали подчеркивать. Вторая мировая война началась в 1939 году. (там же, 386-389.) В следующей главе мы сосредоточиваемся на историю поездов и железных дорог, роль которых являлась особенно важной в процессе модернизации страны.

1.1. История железных дорог в России

Эпоха железных дорог в России началась в конце 1830-х годов. Как отмечает Хейвуд, быстрое создание современной самодостаточной индустриальной экономики являлась главной задачей в индустриализации России с 1860-х годов. Трудности создавало среди других факторов огромное пространство страны, которое мешало быстрым связям, суровые климатические условия, отсутствие водных путей с востока на запад и плохая доступность природных ресурсов. Отмена крепостного права также являлась важным компонентом в модернизации промышленности, но нехватка внутреннего инвестиционного капитала вызывала трудности. Развитие железных дорог являлась одним из главных элементов в процессе модернизации и ускорило экономический рост в 1914 году. (Heuwood 1999, 13-21.) Согласно Ф. Б. Шенку (2016), во второй половине 19-го века в России происходил пространственный поворот, связанный с железными дорогами. С ним близко связан термин "социальное пространство", которое создается в мыслях человека в ходе специфических социальных процессов, то есть в данном контексте проектирования и строительства сети железных дорог. (цит. по: Питателев 2016, 164.)

Шенк (2016) видит железные дороги средством, стремившимся сделать имперскую территорию связной, а поезда и железнодорожные станции – местом встречи людей различного социального происхождения, конфессиональной принадлежности и пола (цит. по: Питателев 2016, 164.) Поезд являлся местом для тихой беседы, убежищем от реальности жизни за окном вагона (Gardner 2013, 36-44). Согласно Шенку (2016), эти люди осмыслили географию окраин и это формировало так называемые ментальные карты, на которые были нанесены географические, социальные и культурные границы внутри имперской территории. (цит. по: Питателев 2016, 164.)

История железных дорог России длинная. Первая железная дорога была построена в 1837 году между Санкт-Петербургом и Царским Селом по решению царя Николая I, и успешное открытие ее развеяло большинство сомнений (Heuwood 1999, 13-21). Как отмечает Шенк в своем произведении (2016), в 1830-х – начале 1850-х годов сильно аргументировали за железные дороги и против их, чтобы не потерять контроль над территорией и населением (цит. по: Питателев 2016, 164). Согласно графу Канкрину, легкий доступ к поездкам разрушает общественную мораль и скудный капитал потратят на строительства железных дорог, а не на улучшение сельского хозяйства (Gardner 2013, 36-44). Хейвуд пишет, что в стране начался бум в строительстве в 1860-х и 1870-х годах, который был финансирован в основном иностранным капиталом. В стране строили многочисленные железные дороги между центральными для

промышленности городами и окраинами, например, на Урал, в Донбасс, на Украину, в порты Балтийского и Черного морей, на Кавказ и в центральную Азию. Когда вспыхнула Первая мировая война, железнодорожная сеть соединяла главные города империи. Многие современные отрасли промышленности были в хорошем состоянии, например, тяжелая промышленность. Слабым пунктом оставалось сельское хозяйство. Индустриализация России до Советского Союза сосредоточилась недалеко от Москвы и Санкт-Петербурга и в Донбассе. В основном промышленность находилась в европейской части России. (Heywood 1999, 13-21.) Как отмечает Шенк (2016), прокладка железных дорог на окраинах империи, например, в Закавказье, в Средней Азии и Сибири виделись как цивилизационная миссия имперского центра. Однако, роли данных мест различались; Сибирь виделись неотторжимой составной частью империи, но Кавказ и Средняя Азия являлись в пассивной роли. Автор также подчеркивает, что эти путешествия дали людям возможность увидеть новые ландшафты и кроме этого, образы "других", так, как евреи и крестьяне-переселенцы. (цит. по: Питателев 2016, 164.)

1.2. Развитие железных дорог и поездов в ранние годы Советского Союза

Как пишет Хейвуд, в довоенные годы, развивали инфраструктуру, между прочим, добавляя вторые рельсы, делая их более прочными и увеличивая размер и длину сортировочных станций и мощность железнодорожных мастерских. Тогда также увеличились заказы на новые двигатели и роликовый состав. Это сыграло важную роль в успешной военной мобилизации. В 1919 главные вопросы для большевиков были связаны с пищей, топливом и транспортом. Большевики поняли, что прекращение движения железных дорог, вероятно, обрекло бы правительство на поражение зимой 1919-1920. Железные дороги и локомотивы находились в плохом состоянии после Мировой войны и количество пассажиров упало. (Heywood, 1999, 49-52.) В первые годы СССР железнодорожная сеть была значительно хуже, чем в Соединенных Штатах, Германии или Великобритании (Gardner 2013, 36-44). В стране был недостаток локомотивов и других ресурсов, которые нуждались для восстановления железных дорог. Торговля была заморожена, потому что локомотивы считались военной техникой. СССР вел переговоры с Швецией, Германией, США и Великобританией и ему удалось заключить договор о доставке локомотивов. (там же, 92-110.) Согласно Шенку (2016), инженер Павел Мельников использовал американский опыт для освоения обширных пространств с помощью железных дорог и министр финансов Сергей Витте начал реформирование транспорта используя курсы Отто фон Бисмарка (цит. по: Питателев 2016, 164). Согласно Хейвуду,

большевики также столкнулись с проблемами с железнодорожниками и административными структурами, которые отказались работать на новый режим. Большевики опубликовали лозунги, такие, как "Все для фронта!", "Все для транспорта!" и "На транспорт!" и это можно было считать знаком отчаяния в партии. Железнодорожники хотели, чтобы железные дороги были бы на центральном месте в модернизации и восстановлении страны. (Heywood 1999, 49-52.)

Железные дороги сильно влияли на представление пространства и времени в 20-ом веке. Когда люди могли ехать на поезде, они получили совсем новое представление о Советском Союзе и эта возможность была доступна всем (Widdis 2003, 219). Это было из-за высокой скорости поездов; поезда сократили время поездки и поэтому пространство стало более маленьким. Одновременно пространство сократилось и тоже расширилось, так как поезда дали возможность ехать дальше за меньшее время (Schivelbusch 1996, 33-35). Постепенно люди привыкли к путешествию на поезде, то есть к высокой скорости и к исчезновению понятия времени и пространства. Понятия о времени и пространства изменились так, что они основаны на расписания, люди тоже уже не боялись поездов, и чтение стало популярным способом проводить время в поезде. (там же, 140.) Исследование Шивельбуша обсуждает значение путешествий на поездах в США, но его можно также применять к СССР. В следующей главе мы познакомимся с понятиями пространства и простора в модернизации СССР.

1.3. Пространство и модернизация 1920-ых и 1930-ых годов

Простор и пространство являются важными понятиями в истории России и Советского Союза. Пространство состоит не только из физического мира, но и из социальных отношений, как определяет Дорин Масси (2008, 61-63). Понятие пространства является важным, когда мы обсуждаем значение железных дорог и железнодорожной сети в модернизации Советского Союза. В этой связи важно упомянуть, что одной из главных целей идеологического проекта большевиков являлась создание нового советского человека. Территория и пространство играли большую роль в формировании этой новой идентичности и советского мировоззрения в целом (Tugoma 2013, 239-256). Чтобы выполнять новую социальную революцию, нужна была и пространственная революция, то есть новая карта новой страны (Widdis 2008, 1-2).

Как пишет Виддис, после революции оказалась потребность создать новый пространственный контекст, чтобы было легче понять и испытывать новую, изменившую Россию. Кроме этого, возникла острая необходимость составить карту районов для нового административного

периода. Необъятный простор виделся страной возможностей для преобразования нового мира. Благодаря крупным инфраструктурным проектам, таким как электрификация и строительство новых железных дорог в Советском Союзе начали исследовать новые незнакомые места. В конце десятилетия начали коллективизацию и быструю индустриализацию и интенсивное исследование пространства. (Widdis 2003, 219.)

Согласно Виддису, в 1917-1935 годах в Советском Союзе начали огромное производство карт. Важной задачей правительства стала создание вымышленной и реальной географии, чтобы картографировать "необъятный простор". Таким образом также отмечали границы власти, укрепляли политику и социальную систему и создавали более единый народ, строили отношения между центром и периферией и тоже между частными и публичными пространствами. Правительство Советского Союза использовало картографию способом пропаганды в фильмах, в литературе, в искусстве и в средствах массовой информации. Таким образом распространяли подходящее представление о новом мире после революции. Кроме этого, важной целью стала превратить незнакомое пространство страны в знакомое пространство, чтобы укреплять новый социальный режим. Электрификация, индустриализация, установка радио и расширение сетей железных дорог тоже преобразили карту Советского Союза. (Widdis 2008, 2-4.)

Виддис пишет, что территория новой страны являлась огромной. Отношения между периферией и центром было сложно поддерживать. Эта являлась одной из важнейших задач, укрепления политического и социального контроля. В 1928 году правительство Советского Союза приняло план Первой пятилетки на период 1928—1932 годов. Коллективизация и индустриализация сильно влияли на то, как в стране поняли пространство. После революции Советское пространство было в процессе перемен; отношения между периферией и центром были трудными. Нужно было думать о том, как отличается пространство нового Советского Союза от старой, империалистической страны и от капиталистической страны. Задача являлась трудной, так как территория была огромной, и идентичность новой страны только что начиналась развиваться. (Widdis 2008, 2-4.) Необъятный простор Советского Союза был описан богатой территорией с большими возможностями, которые нужно было использовать, чтобы формировать новую страну. Важно было тоже создать новые маршруты и сети связи. В данном процессе, важным понятием является "освоение". (Widdis 2003, 220-222.)

По словам Виддиса, освоение является важным понятием, когда речь идет о советском пространстве. Это означает тот процесс, когда незнакомое место превращается в знакомое и просвещенное. Освоение ссылается тоже на то, что периферия является подчиненной центру.

При Сталине пространство поняли именно так, что центр, то есть Москва, является преобладающим, и окружающая среда является статичной и построенной вокруг центра. Эмма Виддис предлагает то, что антонимом термину "освоение" является "разведка" или "изучение". Разведка означает то, что в ней подчеркивается различие между центром и периферией и необходимость поиска информации вне правительственного контроля. (Widdis 2003, 2020-2022.) Кроме этого в конструировании нового понимания пространства и простора помогало искусство. Согласно Ленину, кино являлось одним из важнейших средств агитации и обучения и сыграло важную роль, например, в индустриализации.

Советское кино играет важную роль в том, как мы понимаем советское пространство. Эмма Виддис отмечает, что в 1920-ых годах, во время первой пятилетки, в советских фильмах пространство было изображено динамическим и без центра. В то время эксцентризм являлся важным понятием в истории кино. Это означает то, что тогда отказались от общепринятых представлений, которые подчеркивали власть центра и преобладающих социальных и культурных представлений. Другим важным понятием в данном контексте является ФЭКС движение. С помощью его старались подчеркивать децентрализацию и дестабилизацию и таким образом создать новые пространственно-временные среды. Поезда сыграли важную роль в данном процессе. В 1920-годы поезда стали одними из главных предметов нового представления пространства. (Widdis 2003, 219.) В искусстве пропагандистских плакатов также часто использовали тематику поездов и железных дорог, и поезда стали использовать как средство советской пропаганды. С помощью плакатов распространяли новую советскую политику и их значение являлось важным в агитационном проекте страны. В следующей главе мы сосредоточиваемся именно на теме пропагандистских плакатов.

2. ПРОПАГАНДА И ИСТОРИЯ ПРОПАГАНДИСТСКИХ ПЛАКАТОВ В СОВЕТСКОМ СОЮЗЕ

Пресса играет важную роль в распространении идеологий уже веками. Согласно Кенезу, до Октябрьской Революции либералы и большевики должны были состязаться друг с другом в газетах. Большевики старались влиять на мысли рабочих, крестьян и интеллигенции. Они научились эффективно использовать средства воздействия в своей пропаганде. (Kenez 1985, 21.)

Сначала необходимо объяснить, что означает слово “пропаганда”. Согласно Бранденбергеру, пропаганда означает поддержание политического авторитета посредством манипулирования массовой культурой. В Советском Союзе масштабы и интенсивность пропаганды, с которой он стремился распространить официальные взгляды в обществе, являлись особенно сильными. Социальные изменения остались незавершенными и требовали еще много лет. Как и до революции, партия теперь старалась мобилизовать общество, уделяя особое внимание обычным рабочим и крестьянам, чтобы они поддержали революцию, которая являлась основой большевистского пропагандистского государства. Убеждение являлось важным фактором в проведении советского "эксперимента". (Brandenberger 2012, 9-10.) Карен Фокс описывает в своей статье, как пропаганда в Советском Союзе не имела отрицательного значения, а означала распространение разных идей с набиранием сторонников (Fox 2009, 77).

Пропагандистские издания большевиков не являлись первыми в истории России. По словам Уайта, пропагандистским плакатам предшествовали иконы, лубки, политико-сатирические журналы и плакаты времен Первой мировой войны. Иконы являются старейшей формой пропаганды и изображениями, посвященными религии. Лубочные картинки (лубок) являются гравюрами, выполненными на дереве. Религиозные темы и фольклорные поверья играют главную роль в них. Кроме этих, существовали сатирические журналы, которые являются уже довольно близкими родственниками пропагандистским плакатам, так как в некоторых из данных журналов критиковали правительство. Последним пропагандистским средством являлось плакаты, проводящие политику государства в начале 20-го века. (White 1990, 3-9.)

Первые годы после революции можно было назвать “постероманией”. Согласно Кенезу, так называемая постермания началась во время Октябрьской революции, когда публиковали прокламации. Во второй половине 1918 года издатель за издателем начал издавать плакаты. Политические плакаты не являлись российской интервенцией, а они пришли из Европы. Первые плакаты в Советском Союзе являлись слабыми как технически, так и художественно.

(Kenez 1985, 111-112.) Лучшие работы были созданы для военных целей. Плакаты были чем-то большим, чем просто искусство: они могли влиять на обычную жизнь людей, и они могли мобилизоваться во времена кризиса (Shepherd & Kelly 1998, 154-159). Согласно словам Кенеца, большинство из художников не хотели работать для большевиков, а предпочитали работать на белых. Поэтому большевикам нужно было довольствоваться новыми, неопытными художниками. Ответственность за производство плакатов была у разных сторон. Одной из них были Окна РОСТА, которые являлись телеграфным агентством, которое собирало материал для газет и производило агитационный материал и краткие статьи. Название агентства происходит от того, что они прикрепляли плакаты к окнам. (Kenez 1985, 114-115.)

Как пишет Кенез, пропагандистские плакаты скоро стали одной из ведущих художественных форм. Плакаты были эффективными, потому что их весть могла быть быстро понята, и они были способны рекламировать коммерческий продукт, а также продавать политическую идею. Именно поэтому большевики высоко оценили силу плакатов. Кроме этого, плакаты были сравнительно дешевое средство распространять информацию и идеологию. (Kenez 1985, 112.) Конечно, были и другие причины. Только 40% населения умели читать. Полиграфическая отрасль не работала эффективно из-за нехватки топлива, запасных частей и запасов бумаги было мало. Правительство предпочитало плакаты, потому что они охватывали множество людей, в том числе и грамотных, и использовать их было довольно дешево. (Shepherd & Kelly 1998, 154-159.) В следующей главе мы представляем советское исследование плакатов.

2.1. Советское исследование плакатов

Советский подход к пропаганде являлся научным, и государство употребляло много средств на исследование методологии коммуникации и функции изображений. В своей статье Арбутнот обсуждает отношения между пропагандистскими плакатами и их предполагаемыми зрителями, и подчеркивает, что зритель выступает в качестве активного участника. В статье утверждают то, что советское официальное искусство было продуктом сложных переговоров между зрителями и авторами, и цели, значения и эстетика являлись вторичными. (Arbutnот 2019, 717-737.)

В Советском Союзе функционировал ГАХН (Государственная академия художественных наук), который являлся учреждением, занимавшимся с 1921 по 1930 год только исследованиями и прежде всего пропаганды. В исследованиях, сделанных о плакатах в 1920-ые годы, подчеркивали значение зрителя, но в последующих исследованиях, в советских,

западных и постсоветских, игнорировали данный фактор и сосредоточились на иконографии. Клаус Вашик и Нина Бабурина утверждали, что целью пропаганды является создание воображаемого образа альтернативной реальности. К сожалению, противопоставление реального и воображаемого реальностей не учитывало отношение между автором и зрителем, а также тот факт, что пропаганда являлась неотъемлемой частью материальной культуры и "реальной" повседневной жизни. Кроме этого, некоторые исследователи критиковали подход к пропаганде, сосредоточивающийся на цели автора, а не на интерпретации зрителя. Такая модель игнорирует беспорядочный и динамичный характер информации, когда она достигает широкой публики. (там же, 717-737.)

Роль зрителя стала главным вопросом и проблемой для пропагандистов, так как интерпретация изображений являлась ненадежной и риск неправильной интерпретации был высоким. На протяжении десятилетия в 1920-1930-ые годы постарались создать изображения таким образом, чтобы риск неверной интерпретации был бы как можно меньше. Интересно, что в то время большинство текстов сосредоточились на недостатках плакатов. Другим серьезным вызовом для пропагандистов являлась проблема понятности плакатов. Они должны быть доступны всем и одновременно быть увлекательными и требовательными и действовать как средство обучения и просвещения зрителя. (там же, 717-737.)

Расположение плакатов также оказалось проблемой, так как Советский Союз являлся огромной страной с разными народностями, и население, естественно, различалось в городах и на селе. В 1920-х годов данный вопрос часто рассматривался как разделение между городом и деревней. Это означает то, что социальная идентичность зрителя определяет изображения, которые им полезно показать, чтобы получить хорошие результаты. Во времена массового производства плакаты сильно ассоциировались, не только с городом, но и с промышленным городом и поэтому крестьяне стали посторонними. Кроме этого, теоретики считали плакаты лаконичными, и по их мнению разделение происходило не между городом и деревней, а между агитацией и пропагандой. Агитация относилась к эпохе гражданской войны, пропаганда - к НЭПу. Кроме данных факторов, важны были также условия приема плакатов. Постепенно плакаты перешли с улиц во внутренние помещения. Вследствие этого, плакаты могли быть менее эффектными и медленнее привлекать внимание зрителя. Причиной данного изменения являлся именно перемещение из агитации в пропаганду. (там же. 717-737.)

Промышленные недостатки в начале-середине 1920-х годов означали, что массовое производство плакатов никогда не было достижимо в желаемых масштабах и поэтому плакаты прибывали в разные провинции уже устаревшими. Вследствие этого появились любительские

плакаты, чтобы заменить недостающие и недостаточные государственные плакаты. Данные плакаты также являлись более эффективными для местных зрителей. Самое главное было вовлечь зрителей в практику пропаганды. (там же, 717-737.)

Резюмируя, можно сказать, что в начале Советского Союза много изучали то, как люди смотрят на изображения, на какие изображения они реагируют и какие изображения они хотели бы увидеть. Решением стало использование разных изображений для разных зрителей, в зависимости от их социального положения в обществе и места жительства. То есть нужно было подчеркивать зрителя вместо автора. (там же, 717-737.)

2.2. Средства воздействия в пропагандистских плакатах

В пропаганде используются те же способы влияния, что и в рекламе. И реклама, и пропаганда стараются влиять на толпу, вызывать желаемую реакцию и их коммуникация является очень простой. Пропаганда чаще всего является предназначенной для людей, которые уже согласны с сообщением. Эффективность пропаганды большая, в том числе, потому что люди редко сосредотачиваются на пропагандистских плакатах и тогда в интерпретации критики существует мало. (Pitkänen & Sutinen, 2018.) Плакаты являлись броскими и резкими, и мотивировали людей к действию (Лежень 2013, 123).

Упрощение и повторение являются одними из базовых средств влияния в пропаганде. Таким образом стремятся к тому, что сообщение понималось бы быстро и эффективно. Другое средство влияния - преувеличение. Для этого средства характерным является то, что оно создает впечатление о том, что все относящиеся к данной теме является наилучшим. Когда можно вместе со всеми другими людьми мечтать о чем-нибудь лучшем, это укрепляет влияние сообщения. (Pitkänen & Sutinen 2018.)

Лий & Лий собирали список семи пунктов о средствах влияния в пропаганде. Первым пунктом является опорочивание противника, например, называние его "фашистом". Вторым пунктом является положительное обобщение, означающее то, что если человек уже считает что-нибудь положительным, пропаганда старается сделать ассоциацию со своей агендой. (Lee & Lee 1939, 47.) Как пишет Коул, третий пункт - о том, что новая идея как авторитетная. Четвертым пунктом является свидетельское показание, означающее то, что пропагандистская идея связывается с убеждением знаменитого человека о том, что идея или продукт хороший. Пятый пункт пропаганды использует обычного человека, чтобы передать желанную информацию.

Согласно шестому пункту, люди выбирают мнение или сторону не в соответствии со своими собственными убеждениями или ценностями, а с тем, во что верит и ценит большинство людей. В последнем пункте используются факты или ложные утверждения, логические или нелогичные утверждения, чтобы представить лучшее или худшее, что связано с идеей или человеком, изображаемыми пропагандой. (Cole 1998, 5.)

2.3. Поезда как средство пропагандистского воздействия

Роль поездов в пропаганде большевиков являлась большой. Поезда стали использовать как средство советской пропаганды. Как пишет Гарднер, после революции на советских железных дорогах появилось новое изобретение, то есть пропагандистский поезд. Он был спроектирован Михаилом Ивановичем Калинином, который, хотя уже номинально являлся главой государства, лично руководил несколькими поездками агитпоезда. На каждом из данных поездов был свой политический комиссар, библиотека, печатный станок и проекционное оборудование, чтобы показывать фильмы большевиков и распространять их мысли. Агитпоезда ориентировались на крестьян и рабочих и были снаружи покрыты плакатами, в которых воздавали хвалу социалистическому сельскому хозяйству и смешно изображали капиталистов. (Gardner 2013, 36-44.)

Как пишет Эмма Виддис, поезда, железные дороги и колеса поездов являлись главными элементами во многих фильмах и пропагандистских плакатах, как культурный миф, а также вследствие практических причин. С помощью поездов устраняли пространственные иерархии и деления на города и сельские районы, то есть центр и периферию. Железные дороги использовали также в соединении центра и периферии и также людей разных территорий Советского Союза. С помощью поездов необъятный простор Советского Союза можно было изучать легче, чем раньше. Решающим фактором для кинорежиссеров было то, что поезда изображали как возможность, а не как средство подчинять людей периферии. Хорошим примером является фильм "Турксиб". Он рассказывает о том, как строились Туркестано-Сибирская магистраль и о освоении Семиречья, которое находится в центральной Азии в Казахстане и в Кыргызстане. В конце фильма существует эпизод о том, как поезда и железные дороги стали привычными и частью обычной жизни в данном дальнем месте, в периферии, где живут казахи и верблюды свободно бегают. (Widdis 2003, 219.)

По словам Виддиса, в то время в Советском Союзе весьма ценили разные народы новой страны и жажда знаний о них была сильной. Информация о разных народах была необходима, чтобы

укреплять административное управление разных территорий. Кроме этого, в стране хотели увеличивать разнообразие и своеобразие и таким образом увеличивать терпимость и знание разных народов. Краеведение заняло центральное место в данном процессе. Его использовали, чтобы распространять местную информацию местным народу. В стране начали процесс, в котором идентифицировали и снова называли некоторые народы или придумали совсем новые группы народов. Таким образом правительство укрепило основы новой страны. Термин "путь" ссылается на то, что подлинную информацию о пространстве и о народах считали важной. Тем не менее, в 1938 году краеведческие организации ликвидировали. (Widdis 2003, 233- 235.)

В ранние годы формирования Советского Союза главными задачами являлись ускорение индустриализации, формирование новой карты новой страны, создание нового пространственного контекста, превращение незнакомого пространства страны в знакомое пространство и развитие отношения между центром и периферией. В данном процессе поезда и железные дороги сыграли важную роль.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В этой части нашей работы мы проанализируем пропагандистские средства, используемые в плакатах. Мы сосредоточимся на культурных, лингвистических и графических контекстах и денотативных и коннотативных значениях. В своем произведении Янне Сеппянен исследует важность визуальной грамотности по отношению к рекламе, объектам и пропаганде. Язык отражает реальность, но в то же время, строит ее и является общей социальной реальностью, так как один человек не может изменить язык, на котором говорят другие люди. (Seppänen 2001, 21.) Для пропагандистов важными средствами являются тексты к иллюстрации и обмен угла съёмки. В тоталитарном обществе Советского Союза контроль являлся точным, а последствия нарушений - более серьезными, чем в многих других странах. Тогда человек совсем усвоит принцип надзирающего взгляда в своей жизни. Цель пропагандистских плакатов та же самая. После достаточной экспозиции человек станет жить согласно идеалам, которые плакаты представляют. (там же, 42-44)

Кроме этого, мы используем семиотическую теорию в анализе изображений. Как отмечает Сеппа, согласно теории, анализ изображений является исследованием репрезентации и подчеркивается, что картины иллюстрируются и как. Соссюр предложил, что каждый лингвистический знак состоит из значения, то есть то представление, которое оно создает и тоже из вербального значения, то есть из слов. Знак создается вследствие этих факторов. Согласно Пирсу, знаки постоянно изменяются, потому что в мыслях людей столько разных ассоциаций и потому что у знаков много разных значений. Культура и история жизни влияют на этот процесс. (Seppä 2012, 128-134)

На создание значения влияет много разных факторов, например то, как картины расположены и какие цвета используется. Согласно Барту, у картин существует лингвистический уровень значения. Все, что написано в картине рассказывает о ее значении. Лингвистическое значение можно делить на два уровня: денотация, то есть очевидное значение текста и коннотативный уровень, который порождает у зрителя разные культурные ассоциации. (Seppä, 2012, 143-147.)

Теория контекстов изображений Чарльза Форсвилля состоит из трех частей. Графический контекст интегрирует изображение в набор всех изображений, ранее виденных зрителем. Лингвистический контекст означает тексты к иллюстрации и другие возможные слова, которые появляются внутри изображения. Лингвистический контекст также включает в себя определенный способ размещения текста в пропагандистских плакатах, размер букв и выбор цветов. Последний контекст, связанный с изображением, - это культурный контекст. Чтобы

понять культурный контекст пропагандистских плакатов того времени, нужно хорошо знать социально-исторический контекст и модернизацию СССР. (Seppänen 2001, 185-188.) Короче говоря, визуальная грамотность заключается в том, чтобы сделать невидимое видимым и известным и оспаривать очевидное. Исследователь должен отделить от работы разные части изображения и рассмотреть их с разных точек зрения. Затем можно представить аргументированный взгляд на то, как было сформировано изображение. (там же, 224)

Согласно Арбутноту, в анализе пропагандистских плакатов также важно учитывать роль зрителя и место, в котором плакат показан. В анализе пропагандистских плакатов важную роль играет отношение между зрителем и изображением. Изображение не только привлекает зрителя, но и старается изменять его. Отношения между зрителем и изображением и контекст выставки являются главными в пропаганде и в процессе изменении людей. Социальная идентичность зрителя определяет то, какие изображения стоит показать ему. Кроме этого, понятность изображения также зависит от места, в котором плакат выставляется. (Arbutnot 2019, 718-737.)

3.1. Репрезентации поездов и железных дорог в пропагандистских плакатах

В следующих главах мы анализируем 11 плакатов на тему поездов и железных дорог. Как пишет Виддис, поезда сыграли ключевую роль в модернизации Советского Союза и в устранении иерархий между городами и сельскими районами. Благодаря электрификации и строительству новых железных дорог, в СССР начали исследовать новые незнакомые места. (Widdis 2003, 219.) Правительство использовало пропагандистские плакаты, потому что они охватили множество людей, даже неграмотных и они являлись дешевым средством передать желанную идеологию всем народу (Shepherd & Kelly 1998, 154-159).

Плакаты, анализируемые в данной работе опубликовали в 1929-1939 годах, то есть в период, когда Иосиф Сталин пришел к власти и в стране начали большие проекты индустриализации, приняли первый пятилетний план и осуществили коллективизацию сельского хозяйства. Последний плакат опубликовали в 1939 году, когда началась Вторая Мировая Война. Большинство из данных плакатов опубликовали в 1931 году во время первой пятилетки. Самыми популярными плакатами являлись революционные плакаты и плакаты, призывающие людей работать больше и усерднее (Kenez 1985, 114–115). Кроме этого, такие темы как здоровье, индустриализация и модернизация страны тоже использовали в советских пропагандистских плакатах. Плакаты являлись частью создания нового социалистического общества путем воспитания у населения новых ценностей, способов мышления и практик, то есть создание нового советского человека (Fox 2008, 74). Поезда и железные дороги начали использовать тоже средством пропаганды.

В данной работе большую роль в плакатах играют разные работники, такие, как инженеры, сельскохозяйственные работники, заводские рабочие и женщины. В искусстве плакатов использовали художественные приемы и эстетические принципы русского авангарда, целью которого являлась выразить новое мировосприятие (Красовец 2018, 396). Русский авангард включает в себя конструктивизм. Конструктивизм является стилем искусства, появившимся с началом Октябрьской революции. Художники искали новые способы формирования нового искусства. Искусство должно было соответствовать новому обществу и быть функциональным. Также искусство должно было принять участие в строительстве социализма и отразить идеологические цели новой коммунистической системы. Как пишет Вихавайнен, во время второй пятилетки возникло новое художественное направление, социалистический реализм. Он является художественным направлением литературы и искусства в Советском Союзе. Главной целью его являлась способствовать социализму и коммунизму во всех

областях искусства. Реалистические форма и содержание являлись главными элементами соцреализма. В литературе идеализировали, например, стахановцев, которые посвящали свою жизнь труду. В изобразительном искусстве подчеркивали людей, которые старательно работали и руководителей. (Vihavainen 1986, 389-391.)

Мы решили разделить плакаты на три разные темы. Первой темой является "Индустриализация и конструирование советского пространства", вторая тема - "Работники и значение труда" и третья "Алкоголь и моральные вопросы".

4. ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ И КОНСТРУИРОВАНИЕ СОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА



404. Клуцис Г.
Развитие транспорта — одна из важнейших задач... 1929

Изображение 1 "Развитие транспорта. Одна из важнейших задач по выполнению пятилетнего плана." 1929

В данном плакате важнейшим элементом является большой черный паровоз, который движется по рельсам. У него на носу большая красная звезда. Звезда находится в центральном положении в плакате. Между рельсами изображены строящие рельсы с человеком, стоящим на верблюде с поднятой рукой. Поезд подъедет к человеку как будто переедет его. В левой нижней части изображены три маленьких паровоза с красными линиями разной длины и с разными цифрами, связанных с железными дорогами и с экономикой. Цифры рассказывают о

результатах полученных с помощью поездов и железных дорог во время пятилетнего плана. В верхнем углу существует текст, написано криво: "Развитие транспорта. Одна из важнейших задач по выполнению пятилетнего плана." В середине верхней части плаката написано слово "Транспорт". Ефименко и Медведева (2017, 12) отмечают, что автором данного плаката является Густав Клуциус, который являлся знаменитым советским плакатистом, художником-авангардистом и конструктивистом. Он сосредоточился особенно на индустриальной тематике. Он часто использовал технику фотомонтажа, которая также видно в данном плакате в виде использования нескольких изображений в одном произведении. Кроме этого, в плакате использовали только нескольких цветов и такие графические элементы как звезда, красные формы и линии за поездами. Плакат также служит только распространению большевистских идей. Год создания плаката - 1929.

В 1920-ых годах в Советском Союзе Сталин поставил цель создания новой тяжелой промышленности (Widdis 2003, 20). Первый пятилетний план начали в 1928 году с хорошими результатами (Vihavainen 1986, 382). Данный плакат явно подчеркивает важность развития промышленности и роль поездов и железных дорог в данном процессе. После Октябрьской революции поезда считались символами светлого будущего и нового общества и политики (Савицкий 2011, 40). Цифры, которые отражают экономические достижения связаны с развитием железных дорог, действуют как доказательства о том, что железные дороги являются одними из главных элементов в пятилетнем плане и в индустриализации страны. Таким образом стараются убедить советских граждан в том, что всем нужно стараться работать изо всех сил на общее благо. Факты используются для создания максимально положительного представления о пятилетнем плане (Cole 1998, 5). Кроме этого, паровоз занимает центральное место изображения, и впечатление огромного, могучего паровоза еще укрепляет то восприятие, что он изображен снизу вверх. Таким образом стараются создать впечатление о том, что поезда являются великими и могучими. Красная звезда является символом коммунизма. Основными цветами в данном плакате являются красный и желтый. Оба из них существуют на флаге СССР и символизируют коммунизм и Советский Союз (Slater & Znamierowski 2007, 130). Плакат также является функциональным и отражает идеологические цели новой коммунистической администрации (Хайдули 2018, 88-89). Кроме этого, плакат довольно простой и емкий, что было очень обыкновенная черта в пропагандистских плакатах (Лежень 2013, 123). Свойственно творчеству Клуциуса использование изображений таким образом, что они создают впечатление глубины пространства изображении, тщательная детализированность и большое количество различных

изображений в одном произведении (Ефименко & Медведева 2019, 12). В данном плакате он использовал много разных изображений и деталей, и поезд расположен в изображении так, что он создает впечатление глубины.

Исследование новых незнакомых мест началось уже в ранние годы СССР. Важной целью стала превратить незнакомые части страны в знакомые и таким образом укреплять новый социальный режим. (Widdis 2003, 219). В 19-ом веке в России строили много железных дорог между центральными для промышленности городами и дальними местами страны, как центральной Азией (Heuwood 1999, 13-21). Согласно Ф. Б. Шенку (2016) на окраинах страны строили железные дороги и это виделись как цивилизационная миссия (цит. по: Питателев 2016, 164-166).

В данном плакате другой важной темой является человек, стоящий на верблюде недалеко от рельсов. Как отмечает Хейвуд, при Сталине пространство поняли так, что центром страны является Москва и остальные части страны являются подчиненной центру. Индустриализация сосредоточилась на европейской части России еще в последние годы до рождения Советского Союза. (Heuwood 1999, 13-21.) Паровоз играет главную роль в плакате, а человек с верблюдом ассоциируется с периферией и центральной Азией, в которой промышленности меньше. Согласно Виддису железные дороги использовались в соединении центра и периферии и также людей в разных территориях Советского Союза (Widdis 2003, 219.) Человек с верблюдом изображает то, что пространство Советского Союза огромное и включает в себя много разных народов и всем нужно действовать сообща независимо от того, где они живут или к какому народу они принадлежат. Большевики хотели распространять революцию на эти районы и сделать их частью Советского Союза. Информация о разных народах была необходима для административного управления территориями. (Widdis 2003, 220-222.)

Верблюд представляет прошлое время, в то время как поезд приносит технический прогресс на месте старого. Верблюд является средством передвижения в дальних частях страны (Средняя Азия) с точки зрения центра страны, Москвы. Поезд и верблюд создают противоположность центра и периферии имперского пространства. Поезд представляет настоящее и будущее, а верблюд представляет прошлое время. Кроме этого, человек изображен стереотипно, так как у него верблюд как транспортное средство и он одет в длинное пальто и тюрбан. Цель пропаганды в том, что сообщение быстро и эффективно понималось бы (Pitkänen & Sutinen 2018.) Все могут быстро делать выводы, что этот человек из южной

части СССР. Кроме этого, цель плаката может быть также то, что с помощью его стараются сделать железные дороги знакомыми и частью обычной жизни и народам в дальних местах.

Денотативный уровень символических значений данного плаката содержится в информации о результатах первого пятилетнего плана. Коннотативным значением плаката можно считать весть плаката о том, что нужно развивать промышленность и, что особенно важно с точки зрения нашего подхода к пространственным вопросам, превратить незнакомое пространство страны в знакомое пространство, чтобы укреплять новый социальный порядок и политический режим. По нашему мнению, лингвистический контекст данного плаката является особенно интересным. Центральным текстом плаката является "Развитие транспорта одна из важнейших задач по выполнению пятилетнего плана". Первый фактор то, что текст написан криво. Таким образом он привлекает себе внимание. Вторым фактором является то, что текст разделен на три строки и каждая написана разным цветом. "Развитие транспорта", то есть главная тема, написано нейтрально, белым цветом, в то время как, "одна из важнейших задач по выполнению" написано черным цветом. Выбор черного цвета происходит от стремления подчеркивать то, что тема важна. Последняя часть предложения - "ПЯТИЛЕТНЕГО ПЛАНА" написан большим шрифтом и красным цветом, который символизирует социализм. Текст "ПЯТИЛЕТНЕГО ПЛАНА" расположен рядом с красной звездой, чтобы ассоциировать текст с символом пролетарской революции. После революции красную звезду использовали как символ победного труда и нового мира (Александрова 2019, 59). Другие тексты в плакате написаны в нейтральном шрифте и черным цветом. Текст плаката является справочной информацией изображения, передает ценности коммунизма и подчеркивает важность развития транспорта и распространения цивилизации. Кроме этого, текст легко запомнить и это было свойственно пропагандистским плакатам.

В данном плакате легко понять то, что он стремится показать хорошие технологические стороны пятилетнего плана и значение железных дорог в нем. Кроме этого значение противоположности верблюда и поезда станет ясным. Арбутнот пишет, что цель пропагандистских плакатов не только привлекать зрителя, а также и стараться изменять его мнения, подход к коммунизму и действие. В 1920-х годах стремились создать плакаты, в которых риск неправильной интерпретации был бы как можно маленьким (Arbuthnot 2019, 718-737). В данном плакате автору это хорошо удалось, и текст и символы плаката ясные. Плакат подходит для улиц или публичных мест вследствие его индустриальной темы. Эффективность данного плаката, наверное, выше всего в городах, в которых развитие промышленности лучше видно, чем на селе, где существовало много неграмотных. Все-таки,

человек и верблюд ссылаются на то, что может быть автор хотел адресовать плакат также людям на окраинах страны.



407. Соколов–Скаля П.
Поезд идет от ст. Социализм до ст. Коммунизм... 1939

Изображение 2 "Поезд идет от ст. социализм до ст. коммунизм." 1939

На данном плакате поезд мчится вверх наискось через плакат. Машинист локомотива смотрит вперед из окна. Колеса паровоза являются красными, и красный флаг развевается у поезда. На флаге изображены Сталин, Ленин, Маркс и Энгельс, то есть основоположники социализма и советского коммунизма. Имя Сталина написано на носу поезда. За поездом видно голубое небо. Над поездом написан текст "Поезд идет от ст. социализм до ст. коммунизм". Под изображением поезда существует большой график. Его заголовком является "График

исполненного движения большевистского поезда" и в самом графике составлен список в котором упомянуты "Искра, декабрь 1905, Правда 1912, октябрь 1917 и социализм". Заголовок другого графика - "действующий график" и пунктом отправления является станция отправления социализма и конечной точкой является станция назначения коммунизма. Под таблицами написан большим шрифтом текст "Испытанный машинист революции товарищ Сталин".

Автор плаката Павел Соколов-Скаля являлся советским живописцем, графиком, профессором и народным художником РСФСР (Дубов 2016, 391). Он работал в "Окнах ТАСС" в Москве и создавал плакаты (Галинская 2013, 151). Год создания плаката - 1939. Данный плакат явно конструктивистский. Его создали только для служения распространению большевистских идей. Кроме этого, в нем использовали фотомонтаж, графические формы и только несколько разных цветов. В плакате также изображено динамичное движение поезда.

В первом графике составлен список "исполненного движения большевистского поезда" и разные "станции", то есть значительные события социализма. Согласно Гилберту, "Искра" являлась газетой, основанной Лениным в 1900 году и ее девизом являлся "Из искры возгорится пламя". В 1898 году была основана Российская социал-демократическая рабочая партия. Она была посвящена полному разрушению царско-капиталистической системы. Ленин пытался управлять Социал-демократической рабочей партией через организацию и газету «Искра», но в 1903 году социал-демократы раскололись. С 1903 по 1917 год Ленин возглавлял большевистскую секцию (большинство) против меньшевистской секции (меньшинства). (Gilbert 2013, 72-76.)

1905 год упомянули, потому что Московское восстание проходило в Москве в 1905 году. Гилберт пишет, что она стала кульминацией стремления народа к большему участию в управлении. 9 января 1905 года в Зимнем дворце собралось 200 тысяч человек. Люди требовали от царя Николая II улучшения условий труда, прекращения войны с Японией и в проведении выборов на основе всеобщего избирательного права. В Кровавое воскресенье погибло около 500 человек и ранено более 3000 человек. (Gilbert 2013, 72-76.)

"Правда" и 1912-й год упомянуты, потому что 5 мая 1912 года, вышел первый номер большевистской газеты, которая стала главной газетой СССР. Ее предшественницей являлась "Искра", основанная Лениным в 1900 году, но прошло только три года, и ее руководство перешло в руки меньшевиков. (Газета "Правда", www.) Важность октября 1917 года являлось

очевидной для советских граждан, то есть аудитории плаката. Его важность подчеркивалась в государственной пропаганде, также в этом плакате, как часть идеологического просвещения.

Справа в графике "Действующий график" станция отправления называется "Социализм" и станция назначения "Коммунизм". Вся советская идеология была основана на стремлении перейти от социализма к коммунизму. Предложение "Испытанный машинист революции товарищ Сталин" означает то, что Сталин, руководитель СССР с 1924 до 1953, был важнейшим персонажем в процессе изменения страны из социалистической страны в коммунистическую. После завершения НЭПа, на плакатах появился машинист Сталин, который ведет общий паровоз народа в коммунизм (Савицкий 2011, 40). Красная кривая линия в данном графике является почти прямой в сравнении с другим графиком, в котором линия является более извилистой. В 1900-1917 годах большевистский поезд делал изгибы и останавливался на промежуточных железнодорожных станциях социализма. Это означает то, что коммунизм лучше и эффективнее работает, чем социализм, и когда Сталин находится у власти, все удастся. После Октябрьской революции промежуточные станции уже не нужны и поезд идет прямо к коммунизму без остановок. Черный паровоз символизирует Сталина и коммунизм. Названием паровоза является Сталин, означающее то, что под его руководством советское общество достигает коммунизма.

Паровоз изображен черным, что говорит о силе и надежности. Паровоз символизирует социалистическое строительство в СССР (Савицкий 2011, 42). Колеса и нос паровоза красного цвета. Красный считается цветом силы и власти. Красные колеса символизируют движение вперед быстро и эффективно. Они также описывают трение, возникающее в результате высокой скорости поезда. "Машинист локомотива революции, Сталин" и колеса локомотива действуют движущей силой всей страны и ее развитию. Над поездом небо является синим. В данном плакате можно также видеть изменяющийся пространственный контекст новой страны. Как отмечает Виддис, с поездами распространяли цивилизацию и учение коммунизма везде в СССР и ускорили промышленность и модернизацию. Необъятный простор хотели видеть как возможность. (Widdis 2003, 219.)

В лингвистическом смысле в данном плакате существуют много разного. Все слова близко связаны с коммунизмом, написаны красным, например "социализм, коммунизм, т. Сталин". Это не неожиданно, так как красный цвет с начала 1900 века символизирует коммунизм в Европе (Peterson & Cullen 2000, 9, 63). Другие слова написаны черным, который означает нейтральность, вызывает уважение и к этому следует относиться серьезно. Денотативное значение смыслового уровня плаката связано с флагом с основоположниками коммунизма и,

к тому же, с информацией диаграммы. Коннотативное значение плаката содержится в стремлении создать положительное представление о коммунизме, о его выгодах и о Сталине. Плакат является произведением искусства, но также функционирует как средство пропаганды и отражает идеологические цели коммунизма с помощью конструктивистского стиля. Он также информирует зрителя и создает желанные представления.

В плакате много графиков и текста. Табличные элементы и статистика подчеркивают, прежде всего, роль научного знания как основы коммунистического знания и советского общества. Это связывает плакат с пропагандистской миссией и заставляет зрителя поверить в правдивость и научность идеологического проекта, и в возможности его реализации. Вероятно, многие понимают то, что главной идеей плаката является то, что Сталин могучий руководитель страны и коммунизм - хорошее дело, и к нему стоит стремиться. Графики могут быть трудными для понимания не слишком образованных людей, но впечатление научности является попыткой убедить необразованное население страны. С другой стороны, целевой аудиторией пропаганды являлся все советское население, а также высокообразованные люди. Поэтому данный плакат хорошо подходит для внутренних помещений в городах, в которых живет больше образованных людей, но также и для сельских внутренних помещений.



555. Гольштейн Е. (?)
Госцирк. Дуровская железная дорога. 1929

Изображение 8 "Госцирк. Дуровская железная дорога." 1929

На цирковой афише на переднем плане изображен поезд, на котором сидит директор цирка и машет рукой пассажирам, стоящим на платформе. Другие работники цирка в вагонах также машут рукой. Пассажиры, стоящие на платформе и ожидающие поезда, изображены в образе животных, как, например, свиньи, ослы, обезьянки, ежи, зайцы и собаки. На афише написано "Дуровская железная дорога" и логотип Госцирка. Фон афиши оранжевый. Автор афиши Е. Гольштейн и год издания 1929. Основной функцией плаката является то, что Лежень называет рекламной функцией (Лежень 2013, 123). Мы решили включить эту цирковую афишу в наш материал исследования, потому что материал определен на тему поездов и железных дорог, которые были опубликованы в 1929-1939 годах. Кроме этого, цирк играл важную роль в распространении новой советской культуры и создании нового понятия пространства страны.

Явно, что в плакате рекламируют Госцирк. Согласно Григорьевой, история искусства цирка в России началась уже в 17-веке, когда бродячие артисты из-за границы приехали в Россию и демонстрировали эквилибристику и веселили людей. В 18-веке умелые русские начали свои цирки и в 20-веке основали первые стационарные цирки. Старейший цирк Москвы был основан в 1880 году Альбертом Саламонским. Его цирк стал первым государственным цирком

Советского Союза. В 1920–30-е годы открылась цирковая художественная мастерская в которой подготовили артистов, чтобы больше не нужно было использовать иностранные номера. Цирк привлекал всех, включая Льва Толстого и поэта Александра Блока. Популярность цирка являлась большой во время СССР. (Татьяна Григорьева s.a., www.)

Связь между советским пространством и поездом в данной афише - распространение советской культуры в новую страну. Цирк являлся эффективным способом для этого, так как он являлся уважаемой частью советской культуры и цирки передвигались везде по стране. В своем произведении Неирик (2012, 31, 216-219) пишет, что цирк являлся еще одной из многих популярных дореволюционных форм культуры, которые большевики использовали для пропаганды своих идеологических идей и поощрения социального единства. В цирке работали настоящие люди, которые якобы нарушали законы природы, следуя методам социалистической работы и используя новую советскую технологию. Представления цирка говорили народу Советского Союза, что невозможное возможно. Несмотря на это, его значение оставалось сложным, так как он также мог привлечь зрителей, которые считали цирк передышкой от государственной пропаганды. Так что цирк нравился большинству людей.

Циркам принято ездить по стране с одного места в другой. Поэтому поезд можно воспринимать как объект, с помощью которого распространяли новую культуру новой страны. Согласно произведению Шенка (2016), железные дороги работали как средство с которыми стремились сделать страну связной и местом для встречи людей различного социального происхождения и местожительства. Пассажиры получили совсем новое впечатление о стране на поезде. (цит. по: Питателев 2016, 164.) Как видно в изображении, пассажиры являются разного вида животными, и они все ждут поезда на той же платформе, то есть они все равные. Также представления цирка являлись доступными всем людям. Увеличение разнообразия и своеобразия также стали возможными с поездами. (Widdis 2003, 233- 235.) С помощью поездов старались соединить народ. (Widdis 2008, 2-4) Из этого можно заключить, что цирки объединили народа таким образом, как и поезда.

Цветовая схема плаката является довольно простой; фон оранжевого цвета. Оранжевый обладает хорошей видимостью и отличительностью и поэтому его выбрали цветом фона. Оранжевый также является веселым цветом и поэтому подходит для данной афиши. Цирк ассоциируется с развлечениями и, в этом смысле, с хорошим уровнем жизни. Использование животных может быть связано с тем, что плакат должен понравиться семьям и детям как потребителями цирка. Животные в изображении хорошо одеты и это может указывать на то, что в стране хотели распространять представление о том, что люди живут лучше, чем раньше

до революции, и у всех есть возможность тратить деньги даже на развлечения и на изысканную одежду. Согласно Неирика (2012, 103-104) в цирке работали кроме людей много разных животных, таких, как леопарды, белые медведи и лошади и их роль являлась очень важной в репертуаре цирка. Животных учили делать то, что обычно делают люди. Людей очень интересовали трюки с цирковыми животными, и животные, одетые как люди в этой афише, напоминают о потрясающих номерах программ цирка.

В образах животных можно обнаружить и сатирические элементы. Согласно Герину (2019, 41, 48, 62), основная роль сатирическо-юмористических журналов в 1920-ых годов в СССР- критика и разоблачение негативных последствий, препятствующих построению коммунизма. Заметнейшим проявлением сатиры являлось печатные произведения, например, плакаты. Они служили средством распространения массовой пропаганды в первые годы СССР. Как утверждает Кивистё (2007, 11), одна из обыкновенных тем сатиры - демонстрация поверхностности и анималистичности человека. Популярнейшими символами являются ослы, обезьяны и свиньи. Также в данной афише в главных ролях существуют именно вышеуказанные животные. Человеческий анимализм также может являться освобождающим и революционным, а не только объектом критики. В итоге можно сказать, что афиша сатирическая и сатира направлена на публику цирка, то есть на животных. Тем не менее, фигуры животных не обязательно только сатирические. Они также могут быть направлены на детскую публику. Данная афиша сделана в 1929 году, когда СССР сильно изменился и одной из главных целей являлся создать нового советского человека. Директор цирка является единственной человеческой фигурой. Он также чрезмерно большой, белый и сидит на крыше поезда. Это Владимир Дуров, который был клоуном и сосредоточил свою карьеру на дрессировке животных и все еще знаменит в России. Братья Дуровы создали новый жанр циркового искусства, то есть злободневную сатирическую клоунаду с участием дрессированных животных. Их знаменитое представление называлось "Дуровская железная дорога". В афише Дуров изображен там, где он чувствовал себя хорошим, то есть среди животных. (Дуровы: шуты его величества народа, s.a., www.)

В лингвистическом смысле плакат является простым, так как текста мало. "Госцирк" ясно указывается на то, что речь идет о цирке и также о рекламировании. "Дуровская железная дорога" указывается на представление Владимира Дурова и может быть тоже на то, что там можно весело провести время. Денотативным значением плаката является то, что цирк приехал в город. Коннотативным значением является то, что цирк являлся уважаемой частью советской культуры, и с помощью его стремились распространять советскую культуру в

огромную советскую страну. Пропагандистская цель данной цирковой афиши отличается от других плакатов работы в том, что она является афишей и рекламная функция сильная.

5. РАБОТНИКИ И ЗНАЧЕНИЕ ТРУДА



Изображение 3 "Транспортник, вооружаясь техническими знаниями, борись за реконструкцию транспорта,"1931

В данном плакате изображено производственное помещение, в котором строятся поезда. В переднем плане существует рисованный план поезда. В середине плаката стоит рисующий мужчина. Судя по его чистой и аккуратной одежде, циркулю и плану, он инженер, который планирует поезда. Мужчина изображен черно-белым, но его рисующая рука красного цвета. За ним существуют опорные колонны с текстами о пятилетних планах. Большой паровоз изображен черным, а работников, строящих его изображают красными. В плакате существует текст: "Транспортник, вооружаясь техническими знаниями, борись за реконструкцию транспорта". Дата создания плаката в 1931 году. Автором плаката является Николай Долгоруков. Он является советским художником и плакатистом. Он много рисовал для "Известий", "Правды" и "Огонька". Стилем его плакатов является конструктивизм, и он много использовал фотомонтаж в своих произведениях. (Художник Николай Долгоруков, www.) В данном плакате также использовали фотомонтаж. Индустриальная тема свойственна конструктивизму. Другие черты конструктивизма - графические формы, например, в рисунке

инженера существуют много разных форм и на заднем плане много прямых линий. Цветов в данном плакате также использовали только два.

В данном плакате главную роль играет мужчина на переднем плане, на заднем плане производство поездов и роль работников в нем, производственное помещение и тексты к иллюстрации. В материале данной темы существуют разные работники. В этом плакате подчеркиваются именно инженеры. На плакате написано большими буквами "Транспортник, вооружаясь техническими знаниями, борись за реконструкцию транспорта" и важнейшим словом является "транспортник". "Транспортник" включает в себя как рабочих, так и инженеров, и таким образом формирует представление инженеров и рабочих как равных исполнителей советского общества и пятилетнего плана. Плакат также дает транспортникам важную и независимую роль среди различных профессий СССР. Это означает то, что они считаются важной и ценной частью общества. Кроме этого плакат формирует представление о том, что транспорт и транспортные связи являются важной частью развития Советского Союза. Как пишет Хейвуд, 1920-е годы были названы "золотым веком" исследований и просвещения в советской науке и технике из-за энтузиазма большевиков в социально-экономической модернизации. Инженеры играли большую и важную роль в этом процессе. Они имели профессиональный опыт, необходимый для промышленности, но обычно они имели относительно привилегированное социальное происхождение, и именно поэтому их обычно считали антисоветскими в своей политике. Большевики боялись, что многие инженеры сделали вредительство партии. (Heywood 2010, 192-193, 225-226.) Поэтому пропаганда, считалась чрезвычайно важным средством идеологического образования.

Маленький текст на колоннах можно видеть, если внимательно смотреть текст: "Пятилетку в 4 года" и "Нет таких крепостей которых большевики не могли бы взять". Первый пятилетний план начали в 1928 году (Vihavainen 1986, 356-361). Ко времени создания плаката в 1931 году, прошли три года первой пятилетки. Слово "пятилетний план" указывает на то, что план длится пять лет, но его, конечно, хотели ускорить, чтобы результаты выглядели бы лучше и эффективнее. Все, что делали в Советском Союзе, было связано с тем, как это выглядело снаружи.

Текст в плакате "Пятилетку в 4 года" ссылается на то, что в 1931 году на достижение целей пятилетнего плана остался только всего год. Это, в свою очередь, означало, что всем приходилось работать усерднее и усерднее. Предложением "Нет таких крепостей которых большевики не могли бы взять" стремятся укрепить доверие народа к правительству. Оно означает то, что, когда большевики управляют страной, люди могут жить спокойно. В

середине плаката большой черный паровоз, который висит в воздухе на красных кабелях. Черный цвет паровоза производит впечатление о силе и массивности, в то время как, красные кабели связывают паровоз и эти свойства с большевиками. Их "кабели" доходят везде. Колонны производственного помещения также красного цвета и это может указывать на то, что большевики являются "опорами" всей страны.

Мужчина-инженер изображен черно-белым, то есть нейтрально, но его рисующая рука красного цвета. Причина может быть в том, что его рука участвует в процессе индустриализации и указывается на великую миссию Сталина, то есть как можно скорее увеличивать эффективность индустриализации. Маленькие работники на заднем плане являются полностью красного цвета. Автор не хотел подчеркивать их слишком сильно, но все-таки он хотел прояснить то, что они играют большую и важную роль в достижении целей в коммунизме. В Советском Союзе больше всего ценили тяжелую работу и работников. Согласно Вихавайнену, второй пятилетний план начался в 1934, то есть через три года после того, как был сделан данный плакат. Во втором плане подчеркивали производительность труда. Стахановское движение возникло в 1935 году и было названо по имени А. Г. Стаханова, который был шахтером на Украине. (Vihavainen 1986, 356-361.) В данном плакате можно видеть знаки второй пятилетки именно в уважении транспортников и в поощрении работать усерднее. Поощрение старательнее работать также является одной из целей данного плаката.

В лингвистическом смысле предложение "Транспортник, вооружаясь техническими знаниями, борись за реконструкцию транспорта" явно обращается к транспортникам и поощряет участвовать в реконструкции железных дорог. Как отмечает Хейвуд, большевики поняли уже в 1919, что прекращение движения железных дорог обрекало бы правительство. Железные дороги были в плохом состоянии после Первой мировой войны и проблемы возникли также с железнодорожниками и административными структурами, которые отказались работать при новом режиме. (Heuwood 1999, 49-52.) Поэтому нужно было использовать пропаганду, чтобы убедить людей. В первые годы СССР железнодорожная сеть была значительно хуже, чем в многих других странах и поэтому потребность в новом оборудовании и реконструкции сетей железных дорог являлась большой (Gardner 2013, 36-44). Часть текста "Транспортник, вооружаясь техническими знаниями" написана черным, чтобы сделать сообщение нейтральным. Последняя часть "борись за реконструкцию транспорта" написано красным, так как красный является символом СССР и коммунизма, и данная часть текста ясно выражает волю и цели большевиков. Кроме этого, целью текста также является, как было упомянуто выше, дать транспортникам независимую роль, передать

сообщение о важности области транспорта всей стране и сформировать представление инженеров и рабочих как равноправные члены советского общества и исполнители индустриализации страны и пятилетнего плана.

Денотативным значением плаката является тот факт, что советские люди работают. Коннотативным значением, в свое время, является значение инженеров в обществе и в модернизации Советского Союза. Кроме этого, большевики хотели поощрять людей работать и развивать сети железных дорог страны, бывших в плохом состоянии. Помимо того они хотели научить людей думать, что все люди равны, а инженеры также являются рабочими. С точки зрения зрителя, плакат легко понять и риск неправильной интерпретации маленький, так как изображение довольно простое и текста сравнительно мало. Текст является броским и призывает к действию. Основной функцией плаката является то, что Лежень называет агитационной функцией (Лежень 2013, 123). Символы и цвета сильно указываются на важность усердной работы и восстановления железных дорог. Стиль плаката подходит на улицы или публичные места вследствие его индустриальной темы, но в внутренних помещениях плакат лучше всего вступит в свои права, так как в плакате существуют маленькие элементы, например красные работники и текст написан мелким шрифтом и главный лозунг плаката довольно длинный. Точнейшая целевая группа может быть кроме других работников, именно инженеры. Социальная идентичность зрителя определяет то, какие изображения стоит показать ему и где.



408. Громицкий И.
За реконструкцию транспорта!.. 1931

Изображение 4 “За реконструкцию транспорта! Дадим советскому транспорту мощные паровозы” 1931

В данном плакате центральное место занимают большой черный паровоз и работники. Под паровозом изображены красные колеса, на которые его опускают. Рядом работники внимательно наблюдают, что происходит. На лестницах стоит мужчина, который следит за процессом. Опорные колонны производственного помещения являются красными. На заднем плане плаката из окон видно город и заводы. Текст плаката гласит следующее: “За реконструкцию транспорта! Дадим советскому транспорту мощные паровозы”. Данный плакат похож на предыдущий плакат “Транспортник, вооружаясь техническими знаниями, борись за реконструкцию транспорта” и также год создания тот же самый, но автор другой. Несмотря на это, данный плакат отличается от предыдущего тем, что здесь производство, то есть работа настоящих “рабочих”, находится не на заднем плане как в предыдущем плакате, а на переднем плане. Автором плаката является Иосиф Громицкий, который являлся советским художником-графиком, известным плакатистом и кроме этого членом Общества работников революционного плаката. Он начал делать плакаты в 1930-ых годов на темы социальная

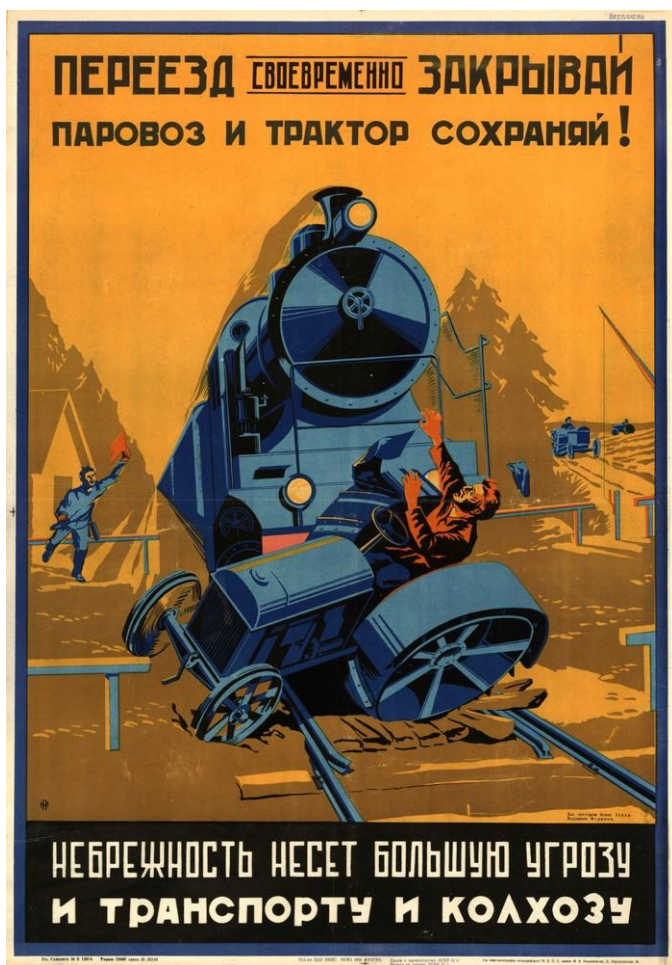
политика государства и развитие индустрии. (Художник Иосиф Громицкий, www.) Также в его творчестве можно видеть конструктивистские черты, как функциональность и выполнение социальной функции и идеологических целей большевиков. Другими чертами конструктивизма в данном плакате является, например, использование только двух цветов и также такие графические формы, как круги и прямые линии. Плакат также имеет ясные футуристические элементы, так как паровоз описан подробно, а люди всего лишь силуэты. Характерно для футуризма - описывать развитие общества.

В данном плакате главными темами являются индустриализация, пятилетний план и роль работников и труда в советской идеологии. В предыдущем плакате подчеркивали инженеров, а в этом - заводских работников и их роль в модернизации Советского Союза. Из этого можно заключить то, что данные темы считались важной частью идеологического воспитания страны в начале 1930-ых годов. В данном плакате не подчеркивают пятилетний план, но важно знать культурный и исторический контекст, чтобы правильно истолковывать изображение. Главные элементы в плакате - паровоз, который изображен черным, серые работники и красные колеса. Размер паровоза большой, что укрепляет представление о могуществе. Кроме этого, работники смотрят паровоз снизу вверх, что можно истолковать как знак уважения.

На плакате опорные колонны, колеса паровоза и завод на заднем плане красного цвета. Красный цвет является сильным и очень теплым цветом. Как мы уже несколько раз упоминали, с начала 1900 века красный цвет начал символизировать коммунизм в Европе. Красный цвет являлся символом новой жизни и урожая в крестьянской культуре. Кроме этого, он обращает на себя внимание и побуждает к действиям. Также красный связывались с революцией, с новой властью и новой идеологией новой страны (Александрова 2019, 60). Красный также считается цветом силы и власти (Fraser & Banks 2004, 21). Конкурентоспособность и стремление к победе и к успеху также связаны с красным цветом (Jute 1993, 8). Как и в предыдущем плакате, красные опорные колонны можно видеть так, что правительство страны и коммунизм являются “опорами” всей страны, поддерживают ее и им можно и нужно доверять. Красный завод связывает индустриализацию и развитие страны с коммунизмом, правительством и стремлением к успеху и победе. Поезда считали “поездами революции”, то есть символами нового общества и политики, и также метафорой социалистического строительства (Савицкий 2011, 40-42). Кроме черного паровоза, красные колеса играют важную роль в данном плакате. Они символизируют силу и движение вперед. Поезда сыграли важную роль во всех этих задачах и поэтому автор хотел подчеркнуть именно колеса паровоза. Колеса действуют как движущей силой всей страны и ее развитию.

С точки зрения лингвистического контекста данный плакат только немного отличается от предыдущего плаката. Первое предложение "За реконструкцию транспорта!" написано красным. Слово "ДАДИМ" также красного цвета, но написано большим шрифтом. Сначала автор хочет сделать ясным тему плаката, то есть реконструкция транспорта. После этого большой "ДАДИМ" подчеркивает то, что субъект глагола - "мы", то есть правительство. Таким образом подчеркивается то, что нынешнее правительство является щедрым и хочет только лучшего для народа. Внизу плаката текст "советскому транспорту мощные паровозы" подчеркивает то, что правительство позволяет именно советским людям мощные паровозы. Прилагательное "мощный" является интересным, так как оно многозначное. Другие его значения являются сильный, эффективный и могущественный. Все эти прилагательные изображают значение поездов для развития Советского Союза.

Денотативным уровнем значения плаката является смысл о том, что люди работают с огромными паровозами. Коннотативным значением является роль труда и работников в нем, и кроме того, и большая роль правительства в развитии страны и промышленности. Главную идею плаката легко понять и риск неправильной интерпретации маленький. Изображение является простым и текст ясным. Плакат подходит для улицы вследствие его индустриальной темы и ясного стиля изложения. Точнейшая целевая группа плаката весь народ, а может быть еще точнее - работники. Эффективность плаката выше всего в городе вследствие его индустриальной темы.



Изображение 5 “Переезд своевременно закрывай, паровоз и трактор сохраняй!”. 1931

Плакат изображает катастрофу и имеет динамичное движение. Поезд мчится к трактору, который переедет через железную дорогу. Поезд наедет на трактор, и в то же время сторож подбежит с красным флагом к нему из своей кабинки. Поезд, тракторы и работники изображены синим цветом, но водитель трактора красным. Фон плаката желтого цвета. В плакате написан текст "Переезд своевременно закрывай, паровоз и трактор сохраняй! Небрежность несёт большую угрозу и транспорту, и колхозу". Тема плаката связана с сельским хозяйством и представляет сельскохозяйственного работника. Автор плаката является неизвестным и год создания - 1931. Стиль плаката является конструктивизм, от чего свидетельствует то, что плакат ясно отражает современный индустриальный мир того времени и все части плаката как можно лучше служат заданной цели, то есть именно распространению большевистских идей. Другие черты конструктивизма также динамичное движение поезда, фотомонтаж, графические формы, например в тракторе и поезде, использование только несколько цветов, то есть желтый, синий и красный и силуэтные формы на фоне.

Желтый фон остерегает от опасности и неудобств, то есть от железнодорожной катастрофы. Авария произошла вследствие небрежности сторожа. Паровоз синего цвета. Он ассоциируется в данном плакате с такими чертами, как развитие, промышленность и власть страны. Паровоз также изображен снизу вверх, который еще сильнее составляет представление о могуществе и силе. Он приедет из развитого города в село и привозит с собой цивилизацию и развитие. Образ локомотива являлся метафорой технического развития страны и также средством распространения новой цивилизации, как и в данном плакате (Савицкий 2011, 40-42). В данной ситуации на селе не исполнили свой долг, то есть сторож являлся небрежным о чем предупреждают в плакате и поэтому произошла авария. Тракторы также изображены синим, потому что автор хотел ассоциироваться паровоз с ними, чтобы создать представление о том, что тракторы способствуют развитию села, как паровозы способствуют развитию городов и также всей страны.

В 1929 году в Советском Союзе произошла коллективизация, частная собственность была ликвидирована, и частные хозяйства объединены в колхозы и совхозы. План заключался в улучшении агротехники, чтобы увеличивать урожайность. Многие эксперты предупреждали, что одновременная коллективизация и индустриализация будет иметь разрушительные последствия: это может привести к социальной нестабильности в городах и голоду на селе. В стране предпочитали механизированное сельское хозяйство, но только к концу первой пятилетки советская промышленность произвела тракторы и сельскохозяйственные машины, необходимые для механизации сельского хозяйства. Коллективизация не сработала как планировали и сельскохозяйственное производство не увеличивалось. Коллективизация привела к голоду 1932–1933 годов, но все-таки государство верило в нее и старалось представлять коллективизацию в хорошем свете. (Merl 2020, 57-66.)

В данном плакате главной темой является именно коллективизация, роль сельскохозяйственных работников в ней и трудовая этика. В плакате предупреждают об опасностях вождения трактора, но в то же время плакат представляет трактор как символ советского прогресса и средством, которое способствует развитию сельского хозяйства. В данном плакате важны именно сельское хозяйство и сельскохозяйственные рабочие. Тех, кто противились коллективизации, карали. В настоящей плакате стараются распространять представление о крестьянах, которые добросовестно и хорошо справляются со своими обязанностями и не противятся. На заднем плане видно еще другие тракторы и поэтому плакат создает впечатление, что сельское хозяйство уже было хорошо развито в тот год, когда был опубликован плакат, то есть в 1931 году. В то время машин существовало мало, а большая

часть работы выполнялась без них. Крестьянин, ведущий трактор, выглядит здоровым, хотя, вероятно, большинство из них страдали от недостатка еды. Правительству было важно, чтобы крестьяне положительно относились бы к коллективизации и плакат создает хорошее представление жизни крестьянина, кроме аварии.

Автор плаката старается показывать пример, что может произойти, если кто-нибудь не исполняет свои обязанности. Водитель трактора изображен красным цветом и судя по языку тела, он в ужасе и не ожидал, что сторож пренебрегает своими обязанностями. Красный цвет и невиновность в катастрофе указываются на то, что он такой человек, который большевики ценят, то есть он исполняет свой долг и добросовестно работает. В то время как, поведение сторожа представляет человека и работника совсем нежеланного для содействия коммунизму. Одной из главных целей большевиков являлась создание нового советского человека и данный процесс не включал в себя небрежность и низкий уровень трудовой этики. Несчастные случаи на работе снижают эффективность работы.

В данном плакате в верхней части существует черный текст "Переезд своевременно закрывай, паровоз и трактор сохраняй!". Предложение является девизом и предназначено для сторожа. Предложение написано в императиве, то есть оно прямо адресовано именно ему и говорит, что нужно делать. "Небрежность несёт большую угрозу и транспорту, и колхозу" написано белым на черном фоне. В первом предложении говорили, что нужно делать и в данном предложении говорят о том, что происходит если не следовать инструкциям. Черный фон подчеркивает серьезность текста. Главными элементами пропагандистских плакатов являются лозунги. Они являются броскими и резкими, и мотивируют людей к действию. В данном плакате мотивируют людей к строгой трудовой этике и безопасности труда.

Денотативным значением плаката является катастрофа трактора и поезда на селе, а коннотативное значение связано с трудовой этикой. Плакат напоминает зрителям о том, что с развитием технологии возникали новые вызовы и задачи для сельскохозяйственных работников. Он иллюстрирует и то, что можно произойти если работники пренебрегают своими обязанностями. Во внешнем виде плаката автор хорошо учитывал зрителя. Ясно, что плакат предназначен для крестьян и села, судя по его теме. Текст о колхозах и влияниях небрежности на работе связан с изображением крестьян на тракторах и железнодорожной катастрофы является ясным. То есть риск недоразумения маленький. Плакат подходит для внутренних помещений и также улицы вследствие его доступности.



411. Дейнеко О.
Женщина, на паровоз! 1939

Изображение 11 "Женщина, на паровоз!" 1939

В данном плакате изображендвигающийся синий поезд, на котором написано "Ленинская дорога. СССР". Из окна поезда машет улыбающаяся женщина, которая одета в форменную одежду. Оконная рама красного цвета, и на нижней части плаката на красном фоне существует текст "Женщина на паровоз!". Небо синего цвета. Данный плакат сделан в 1939 году. Автором плаката является Ольга Константиновна Дейнеко, советская художник-график, иллюстратор детских книг и также член Объединения работников революционного плаката. Она работала в жанре агитационно-массового искусства и политического плаката. (Художник Ольга Дейнеко, www.) Следует отметить, что автор является единственной женщиной в списке авторов плакатов данной работы. Стиль плаката - социалистический реализм. Цель плаката содействовать социализму и коммунизму. Главный герой - рабочая женщина, которую хотели изобразить как героя труда и счастливую гражданку и указывать на

успех СССР. Улыбающаяся женщина и голубой фон указывают на оптимизм. То есть, плакат является героическим, оптимистичным и реалистичным.

Как пишет Вихавайнен, вследствие повышения угрозы войны, оборонный бюджет был увеличен и в 1939 году он составлял уже 25% от общего бюджета. Уровень жизни упал, а трудовая дисциплина еще больше усилилась, например, опоздание на работу приводило к тюремному заключению. Пропаганда подчеркивала внешнюю опасность на протяжении всего существования Советского Союза, а теперь опасность стала конкретной – со стороны Германии и Японии. В 1930-х годах в развитии промышленности достигли впечатляющих результатов за короткое время. Особенно развивалась тяжелая промышленность, которая являлась важной для войны. Советский Союз снова стал военной великой державой и начал достигать капиталистических стран в тяжелой промышленности. (Vihavainen 1986, 397, 400.)

Согласно Завершинской, во время Великой Отечественной войны женщинам также дали возможность оборонять отечество и поэтому более 800 тысяч женщин служили в армии. Они служили санитарками, радистками, машинистками и даже летчиками и снайперами. В армии существовали женские части, в которых служили только женщины. Около 60% из персонала больниц составляли женщины, как и 80% в подразделениях связи и 50% в дорожных войсках. В СССР не существовало идеальной модели о новой советской женщине, то есть как ей вести себя и так далее. Поэтому разных вариаций о моделях женщин существовало много. Уже в предвоенные годы формировалась новая гендерная модель и толерантное отношение к женщинам на войне. (Завершинская 2016, 89.)

До войны хотели стараться привлечь также женщин на войну. В данном плакате стараются привлечь их именно стать машинистами. В железнодорожной области большинство работников являлись мужчинами. Во всех других плакатах, анализируемые в данной работе, изображены только мужчины, а в данном плакате в главной роли женщина. В реальности женщина, работающая на железной дороге, не являлась нейтральной, а редкой. На огромных территориях Советского Союза жили десятки разных наций. Все-таки в данном плакате выбрали белую женщину со светлыми волосами. В пропаганде много используется стереотипы и упрощение, чтобы передать сообщение как можно эффективно. Данная женщина представляет великорусских, которые были в более хорошем положении в обществе, чем меньшинства (Vihavainen 1986, 397). Кроме этого, она улыбается. В других плакатах мужчины не улыбаются, а выглядят очень серьезными. Улыбающаяся женщина является более заманчивым и доступным образом для женщин, чем серьезные мужчины, работающие на заводах. В данном плакате синее небо можно видеть ссылкой к огромному пространству

страны через которую поезд мчится. Как необъятный простор виделся как страна возможностей, так и женщина на паровозе показывается возможностью для женщин.

Лингвистический контекст плаката является довольно простым. Текст "Женщина на паровоз!" на красном фоне ссылается на большевиков, которые поощряют также женщин работать на железных дорогах. Предложение является очень простым и написано в императиве. Упрощение используется, чтобы сделать сообщение броским и доступным. Лозунг ясно мотивирует к действию. На боку паровоза существует текст "Ленинская дорога". Поезд едет на рельсах, которое сделал возможным Ленин.

Денотативным значением плаката является поощрение женщин работать на железных дорогах, а коннотативным значением является приготвление к войне, участие женщин в ней и стереотипы советской женщины. Поезд служит средством пропаганды для создания оптимистического впечатления Советского Союза и его модернизации. С помощью поезда также старается привлечь женщин стать транспортниками и участвовать в войне. Плакат является простым и его легко понять. Все понимают, что главная идея плаката - поощрение женщин работать на железных дорогах. Кроме этого, зная культурный контекст плаката, плакат также влиял на отношение к участию женщин в войне, хотя прямой ссылки нет.

6. АЛКОГОЛЬ И МОРАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Целью коммунистического проекта было создать совершенно нового советского человека и процесс не включал в себя алкоголизм или другие вредные привычки. У употребления алкоголя в России долгие традиции уже на протяжении веков. Роль алкоголя в центре культуры являлась великой и особенно в укреплении общественных отношений. (Andersson & Hibbs 1992, 443.) Большевики хотели ликвидировать алкоголизм и использовали для этого пропаганду. За большевистской политической революцией должны последовать революции во всех сферах жизни и сокращение злоупотребления алкоголя означает культурную революцию. (White 1996, 22.)



406. Буланов Д.

Социалистическим отношением к паровозу и ударничеством... 1931

Изображение 6 "Социалистическим отношением к паровозу и ударничеством выполним измерители тяги." 1931

В данном плакате на темно-синем фоне паровоз протарахтит вперед. Паровоз черного цвета и его колеса красного цвета. Из трубы паровоза валит дым и в облаке дыма написаны слова:

“вредительство, пьянство, прогулы, простой, опоздания и летуны”. Машинист локомотива, похожий на Сталина, покажет рукой вперед и другой мужчина подбросит уголь в печку. Внизу написано на красном фоне "Социалистическим отношением к паровозу и ударничеством выполним измерители тяги".

Плакат создан в 1931 году. Автор плаката, Дмитрий Буланов, являлся советским художником-графиком, который сделал, между прочим, политические плакаты. До войны он являлся одним из главных авторов плакатов в Ленинграде. В его стиль сильно включают конструктивизм, графические элементы, использование только несколько разных цветов и фотомонтаж. (Художник Дмитрий Буланов, www.) Темно-синий фон плаката указывает на серьезность. Красный на нижней части плаката создает контраст между синей верхней частью плаката и таким образом привлекает в себе внимание. Паровоз изображен частично черным и серым. В нем обращают на себя внимание красные колеса. Паровоз, движущий вперед с Сталиным как машинистом символизирует поезд революции, который быстро и эффективно ведет СССР к победе, то есть к коммунизму (Савицкий 2011, 40.)

Написанные в облаке дыма слова, связаны с рабочей дисциплиной. "Вредительство, пьянство, прогулы, простой, опоздания и летуны" причинили ущерб экономике и указываются на то, что в СССР работа и эффективность в производстве ценились выше всего и в стране стремились повысить познания о воздействиях алкоголизма на социальные отношения и трудоспособность. (см. Andersson & Hibbs 1992, 98.) С 1925 и до 1970 как производство, так и потребление алкоголя увеличились. То есть, алкоголизм нанес государству большой ущерб. (White 1992, 52.) Отрицательные слова для трудоспособности в облаке дыма также символизируют то, что такие качества нужно совсем убрать и оставить в прошлом, чтобы создать нового советского человека. Красные колеса паровоза символизируют силу и движение вперед в индустриализации, которая являлась важнейшей задачей в Советском Союзе.

В лингвистическом смысле плакат отличается от предыдущих плакатов в том, что тексты плаката являются не очень простыми или ясно написанными. Например, слова в облаке дыма написаны каллиграфией и их трудно читать. В нижней части плаката существует предложение "Социалистическим отношением к паровозу и ударничеством выполним измерители тяги". Социалистическое отношение указывается на такие черты, как, например, трудоспособность, усердие и здоровый образ жизни. Согласно Звереву, слово "ударничество" означает движение трудящихся за повышение производительности труда и соцсоревнование, как рабочее

движение за высшие достижения в производстве материальных и духовных благ, выраженных в виде заключения социалистического контракта между конкурирующими партиями или индивидуально. (Зверев 2018, 113.) То есть, данное движение очень похоже на Стахановское движение и хорошо отражает престижные черты того времени. Слово "паровоз" упомянуто, так как одной из главных целей правительства являлась быстрая индустриализация, а именно тяжелая промышленность, в котором поезда и транспорт играли важную роль. (Vihavainen 1986, 356-361.) Если граждане СССР исполнят свой долг, тогда измерители тяги производства выдержат. Текст написан на красном фоне, который увеличивается вверх, как и паровоз движется вперед и вверх. Основной мыслью плаката является то, что коммунизм укрепляется, когда производство и интенсивность труда остаются эффективными и промышленность развивается, тогда когда в стране соблюдают учение коммунизма.

В данном плакате подчеркивается трудовая дисциплина, нежелаемые черты человека и поощряют усвоить роль нового социалистического человека. Тон плаката является воодушевляющим. Денотативное значение содержится в роли поездов и социалистических отношений в развитии страны. Коннотативным значением является то, что поезда и железные дороги использовали для рассматривания алкоголизма, трудовой этики и других явлений, связанных с безопасностью труда. Эффективность плаката является посредственной. Если человек понимает культурный контекст плаката, паровоз, ударничество и слова в облаке дыма, вероятно, станут ясными, но все-таки, плакат может быть трудным для понимания. Слова в облаке дыма написаны каллиграфией мелким шрифтом и поэтому их нельзя читать быстро. В пропаганде чаще всего используется простота, чтобы все поняли сообщение правильно и быстро. Остальной текст написан черным и ясным почерком. Текст хорошо дополняет изображение и рассказывает, о чем идет речь в нем. Он также мотивирует к действию прилежно работать. Чтобы прочитать тексты плаката и понять их смысл, требуется время и поэтому плакат лучше всего подходит во внутренние помещения и в города вследствие его темы. Плакат направлен особенно советским рабочим на производстве, но главная идея плаката отражает советскую идеологию в целом и поэтому достигает всех работающих людей. Стиль плаката также хорошо описывает период его создания и ясно является конструктивистским. Автор использовал графические формы, с помощью фотомонтажа соединил вместе разные части изображения и в полном объеме плакат функционирует как средство распространения большевистской идеологии.



409. Неизвестный художник
Падение труддисциплины разрушает транспорт. 1931

Изображение 7 "Падение труддисциплины разрушает транспорт." 1931

В данном плакате изображена железнодорожная катастрофа. Сторожа железнодорожного транспорта не видно, а на его месте существует бутылка водки. Небо желтого и оранжевого цвета и в плакате написан текст "Падение труддисциплины разрушает транспорт". Автор плаката является неизвестным, но год создания 1931. Стилем плаката является конструктивизм. Основная функция плаката - служить целям коммунизма и социализма. В нем также использовали технику фотомонтажа, использовали мало разных цветов и также видны графические формы, например в светофоре. Паровозы изображены силуэтами.

Главнейшим смыслом плаката является пьянство, судя по бутылкам, валяющимся на первом плане и вследствие чего произошла железнодорожная катастрофа. Вымпелы сторожа брошены под бутылку водки. Солнце село над пьяными и катастрофой. Желтое и оранжевое небо остерегает от опасности и неудобств, то есть от железнодорожной катастрофы и может быть,

еще от задержки в расписании поездов. Авария произошла вследствие алкогольной проблемы сторожа. Труддисциплина упала и результат - железнодорожная катастрофа.

Целью коммунистического проекта было создать совершенно нового советского человека и процесс не включал в себя алкоголизм или другие вредные привычки. Кроме этого работа ценилась выше всего. Согласно Сервису, в 1930-е годы было разработано учение о стахановском герое социалистического труда, который трудится на заводах, шахтах и фермах. Рабочих заставляли работать с постоянно растущими объемами производства, и начальникам требовалось изменить рабочие привычки, чтобы опять побить рекорды. (Service 2005, 217.)

Планы и цели государства было сложно осуществить. По словам Уайта, в конце 1920-х годов ежегодно арестовывали около 2 миллионов пьяных людей в общественных местах. 75-90% от людей, отсутствующих с работы произошло вследствие употребления алкоголя. Кроме этого, около 1% рабочей силы постоянно отсутствовали с работы именно вследствие алкоголя и процентов 50-60% несчастных случаев на работе были связаны с работой в состоянии алкогольного опьянения. (White 1992, 49.) В данном плакате ясно видно стремление показать народу, как алкоголь влияет на человека и какой может быть результат. Цвет неба желтого и оранжевого цвета, то есть в плакате изображен вечер и закат. На горизонте два паровоза как силуэты. Это указывает на момент пьянства и моральное падение.

Лингвистический контекст данного плаката многосторонний. Черный текст "Падение труддисциплины" на желтом фоне эффективно привлекает внимание и запоминается. Черный цвет вызывает уважение и к нему часто относятся серьезно. "Разрушает" написано красным, который означает то, что он предупреждает людей о том, что может произойти если пить алкоголь и кроме этого, он символизирует коммунизм и власть страны. "Транспорт" написано оранжевым, может быть, чтобы связывать слово с неудобствами. Автор хотел укрепить значения слов еще используя цвета. В данном плакате стремление использовать простые и меткие лозунги хорошо удалось. Заявление не слишком сильно мотивирует к действию, но побуждает думать о его значении.

Денотативное значение плаката - железнодорожная катастрофа. Коннотативное значение является более сложным: в плакате указываются на злоупотребление алкоголя, которое являлось большой проблемой в СССР. Кроме этого, важным значением является также влияние на производительность труда и стремление создать нового советского человека. В отличии от предыдущего воодушевляющего плаката, в данном плакате уже произошло худшее: произошла катастрофа и транспорт разрушается вследствие алкоголя и падения

труддисциплины. Автор хотел влиять на людей посредством предостережения о влиянии вредительства на развитие всей страны. Также в данном плакате поезда используются как средство пропаганды, чтобы влиять на поведение и мысли людей.



405. Чашников И., Иогансон [Б.]
Сон на работе — на руку врагам рабочего класса. 1931

Изображение 9 "Сон на работе - на руку врагам рабочего класса". 1931

В данном плакате на черном фоне подходит поезд к зрителю. Слева плаката существует луч поезда, освещающий двух спящих железнодорожников. Текст плаката "Сон на работе на руку врагам рабочего класса" указывает именно на этих мужчин, которые спят на работе и пренебрегают своими обязанностями. Плакат создан в 1931 году и у него существуют два автора. Иван Деомидович Чашников являлся советским живописцем. Он также сделал

плакаты особенно в 1920-ых годов и главнейшими темами являлись революция и индустриализация. (Художник Иван Чашников, [www.](#)) Борис Владимирович Иогансон являлся одним из значительных художников по живописи в СССР. В 1930-ые и довоенные годы он сосредоточился в пропагандистских плакатах. Он много использовал соцреализм в своих произведениях. (Художник Борис Иогансон, [www.](#)) В данном плакате они использовали фотомонтаж, графические формы и мало разных цветов, что свойственно конструктивизму. Функция плаката чисто социалистическая.

Спящие железнодорожники лежат на столе в луче поезда и как и в предыдущем плакате, в данном плакате риск железнодорожной катастрофы большой вследствие безразличия работников. Черный фон указывает, конечно, на ночь, но также укрепляет представление о серьезности и опасности. Серьезность ситуации еще подчеркивает красный стоп-сигнал оставленный на столе, и синий сигнал рядом с ним у железной дороги, позволяющий поезду продолжать ехать. Паровоз в данном плакате зеленого цвета в отличие от черных паровозов предыдущих плакатов. Тон зеленого грязный и предвещает зло. Кроме этого паровоз символизирует развитие и трудолюбие персонала поезда и подчеркивает безразличие сторожей Он также представляет цивилизацию и новую идеологию страны, которую стараются разрушить безразличные работники и "враги коммунизма".

В плакате не видно бутылки алкоголя и в тексте к иллюстрации упоминается слово "сон". Из этого можно заключить, что речь идёт о безразличии и о низком уровне трудовой этики. Тем не менее, сильная усталость может произойти от алкоголизма. Алкоголизм причинял большие экономические убытки и опасности для здоровья Советскому Союзу (White 1992, 49). Система СССР также могла назначать человека пройти принудительное лечение от алкоголизма, если он вредит трудовой дисциплине, общественному порядку или социалистической общественности (Andersson & Hibbs 1992, 449).

В плакате на коммунизм указывают красные шапки работников, частично красный светофор, красный нос паровоза и красный текст. В смысле лингвистического контекста предложение "Сон на работе - на руку врагам рабочего класса" ссылается на врага рабочего класса. Как отмечает Вихавайнен, врагами рабочего класса являлись социал-демократы и империалистические страны Запада и их идеи. Утверждалось, что среди буржуазных специалистов раскрылась так называемая "Промышленная партия", задачей которой являлось саботировать экономику и подготовиться к интервенции. Таким образом, трудности, возникшие в экономике, объяснялись саботажем данных групп. (Vihavainen 1986, 385.) Если рабочие не

исполнят свой долг, тогда их "враг" придет к власти. Половина светофора красного цвета и другая половина белого. Это может указать на то, что автор означал то, что коммунизму угрожает опасность, то есть безразличие рабочего класса. Текст подробнее расскажет о теме плаката. Он короткий и точный, и привлекает внимание зрителя. Однако, он не требует действия, но побуждает зрителя обдумать проблему. В данном плакате авария еще не произошло, но вероятность ее высокая. В плакате трудовая дисциплина опять играет главную роль, но в этом случае не называют алкоголизма, а только сон. В предыдущих плакатах были представлены то, что падение трудовой дисциплины влияет на транспорт и результаты работы, но в данном плакате подчеркивают "победу врагов рабочего класса" вследствие падения трудовой дисциплины.

Денотативным значением плаката является поезд и спящие работники, в то время как, коннотативным значением является создание нового человека, трудовая дисциплина и влияния врагов на коммунизм. Лингвистический контекст и его связь с графическом контекстом понятен; безразличие к работе вредит всем.



Изображение 9 "За промфинплан. За пятилетку в 4 года. Против религии". 1930

В данном плакате центральное место занимает красный паровоз, который как бы мчится через плакат. Перед паровозом на рельсах изображено перетягивание каната. В одной стороне работники, и в другой священник и представители буржуазии, которые тянут веревку в середине которой слова: “Религиозные предрассудки, Вредительство, Религия, Рвачество, Пьянство, Прогулы и Брак”. Рядом с заводом и поездом существует текст “За промфинплан. За пятилетку в 4 года. Против религии.” Кроме паровоза и персонажей, представляющихся разные общественные слои и классы, главным элементом является завод, который изображен как бы вдалеке на заднем плане. Плакат создан в 1930 году. Автором является Юрий Иванович Пименов, советский живописец, график и член объединения работников революционного плаката. Темы его плакатов являлись политическими и индустриальными. Он использовал в своих произведениях, например, экспрессионизм. (Художник Юрий Пименов, www.)

Промфинплан -- годовой промышленно-финансовый план предприятия на определенный период времени. Его целью являлось планировать структуру производства, доходы, расходы и результаты. Основная цель - повышать эффективность производства в пять лет и добиться максимального дохода. Первая пятилетка началась в 1928 году и ее хотели выполнить в четыре года. В 1930 году, когда плакат сделан, оставалось еще два года, чтобы как можно скорее выполнить ее. Завод изображен мрачным над поездом и трубы завода дымят, что указывает на то, что завод полным ходом работает. С серым цветом ассоциируются индустриальность и такие материалы, как камни, сталь и дым. Большой красный поезд едет с завода. Красный цвет указывается на коммунизм, силу, власть и стремление к победе и к успеху. Большой размер паровоза еще укрепляет впечатление о силе. В стиле, в котором поезд нарисован, можно видеть черты футуризма. В нем подчеркивали, например, движение, скорость и энергию, и поезд быстро движется вперед. Конструктивистскими чертами в плакате являются, например, функциональная, индустриальная тема, цель которой - распространять идеологию большевиков о недостатках религии. Стиль плаката отличается от других в том, что его, по крайней мере, частично писали акварелью.

В плакате особенно интересным фактором являются люди, тянущие веревку, то есть плохие работники, такие, как пьяницы и прогульщики и на другой стороне священники и представители буржуазии. Они являются врагами коммунизма и нового советского человека и все вместе хотят загородить движение поезда социализма. Об этом свидетельствует то, что в канатах существуют надписи, которыми они перегораживают дорогу. Во время революции православная церковь попала в кризис, потому что Святой Синод ликвидировали, и патриарх

Тихон проклинал Советскую власть, которая отделила церковь от государства и захватила имущество церкви. (Vihavainen 1986, 369.) Целью стала изменить первое социалистическое государство мира в атеистическое общество (Chumachenko & Roslof 2015, 4). Религию считали противником политики и силой, которая затрудняла формирование ценностей и убеждений нового советского человека (Любимова 2019, 51). На селе существовало много церквей и влияние их было большим. Во время коллективизации начали антирелигиозную кампанию и много церквей закрыли (Vihavainen 1986, 378). Во время Первой пятилетки началась ситуация, похожая на классовую борьбу, в которой пролетарии набросились на представителей буржуазии. Их обвиняли в саботаже везде в обществе (там же, 383). В СССР главными целями являлись быстрая индустриализация и создание тяжелой промышленности (там же, 356-361). Поэтому в стране больше всего ценили тяжелую работу и поощряли людей работать прилежно и добросовестно и поэтому в плакате плохие работники, священники и представители буржуазии изображены как противники советской власти.

Слова на рельсах "религиозные предрассудки, вредительство, религия, рвачество, пьянство, прогулы и брак" указывают на свойства, связанные с плохими работниками, представителями буржуазии и церкви. Они вместе загородят движение поезда социализма. В лингвистическом смысле в данном плакате использовали много разных средств. Предложения являются очень простыми и короткими. "За промфинплан" написано красным и расположено над поездом, что указывает на то, что паровоз способствует развитию промышленности и красный цвет связан с коммунизмом. "За пятилетку в 4 года" написано под поездом красным, но в слове "года" две буквы написаны черным. Пятилетка является важным понятием для коммунизма и СССР и поэтому естественно, что эти слова написали красным. "В 4 года" указывает на стремление к максимальной эффективности. Черный цвет в слове "года" привлекает внимание к тексту "Против религии", написанному черным. То есть пятилетка за 4 года возможна только тогда, когда влияния религии нет.

Денотативное значение плаката - поезд, который едет с завода с большой скоростью, и люди на железной дороге стараются остановить поезд. Коннотативное значение плаката - буржуи, священники и плохие работники стараются загородить дорогу поезду, то есть развитие социализма. Также роль поездов в индустриализации страны и отношение правительства к религии и враги коммунизма. Текст "За промфинплан. За пятилетку в 4 года." с изображением паровоза и завода ясно указывает на развитие промышленности, в то время как текст "Против религии" со священником и представителями буржуазии требует времени, чтобы понять то, что они считаются противниками коммунизма, и слова, написанные на рельсах указывают на

свойства церковников и буржуазии. Данные слова написаны мелким шрифтом и поэтому требуется тщательно их рассматривать. В данном плакате используется название противника как средство пропаганды. Плакат является единственным, в котором используется именно это средство пропаганды. В данном плакате религия, представители буржуазии, плохие работники и черты, связанные с ними, представляются врагами трудовой дисциплины и развития страны. В отличие от других плакатов, в данном не подчеркивают алкоголизм так сильно, а разоблачают представителей буржуазии.

7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной дипломной работы был анализ репрезентаций поездов и железных дорог Советского Союза в пропагандистских плакатах в конце 1920-ых годов и 1930-ых годов. Мы также хотели изучать то, какие исторические, культурные и идеологические значения имеют поезда и железные дороги. В анализе материала мы проанализировали 11 пропагандистских плакатов и как метод анализа мы использовали семиотическую теорию визуального искусства. При анализе мы сосредоточивались на лингвистических и графических средствах, используемых в плакатах и на тех пропагандистских значениях, которые включаются в репрезентации поездов. Тематами плакатов являлись "Индустриализация и конструирование советского пространства", "Работники и значение труда" и "Алкоголь и моральные вопросы".

В первой главе работы мы рассматривали модернизацию советской страны и историю железных дорог в России и СССР. Мы также обсуждали понятия простора и пространства в культурной истории Советского Союза в 1920-ых и 1930-ых годов. Во второй главе мы познакомились с историей и исследованиями пропагандистских плакатов Советского Союза и с их средствами воздействия. В третьей части были представлены методы исследования. Последние три главы посвящены анализу материала.

В первой теме "Индустриализация и конструирование советского пространства" в первом плакате сильная вещь о том, что нужно превратить незнакомое пространство страны в знакомое, чтобы укреплять новый социальный порядок и политический режим, в то время как во втором плакате пространственный контекст также играет важную роль, так как "с поездами Сталина" распространяли цивилизацию и учение коммунизма везде в страну. В третьем плакате тематикой является распространение советской культуры с помощью цирка.

Во второй теме "Работники и значение труда" главная мысль - поощрять людей работать и представлять разных работников. Кроме этого, стараются формировать представление разных рабочих как равных исполнителей пятилетнего плана и подчеркивать роль их и труда в советской идеологии и в модернизации страны. В эту главу также входит тема о женщинах как транспортниках и участие их во Второй мировой войне. В первом плакате подчеркиваются работники и именно инженеры. В плакате представляют инженеров и заводских рабочих равными членами советского общества и исполнителям пятилетнего плана. Во втором плакате главной темой являются заводские работники и их роль в модернизации страны. В третьем плакате главную роль играет сельскохозяйственный работник. Другие темы плаката - развитие сельского хозяйства и предупреждение об опасностях вождения трактора. В последнем

плакате представлена женщина-работница. С помощью плаката старались поощрять женщин стать транспортниками и участвовать в войне. Тема разных работников считались важной в идеологическом воспитании страны в 1930-ых годов.

В последней главе анализируются плакаты, где подчеркиваются ценности, ценимые большевиками, и стараются укреплять коммунизм с помощью труда и воспитания людей. Злоупотребление алкоголем и его влияние на труд и развитие СССР также являются одними из главных тем этой главы. Другими темами являются создание нового человека, трудовая дисциплина и влияние врагов (например, религии) на развитие коммунизма. Хотя темой являлась "Алкоголь и моральные вопросы", во всех этих четырех плакатах ее рассматривали по-разному. В первом плакате рассматривали трудовую дисциплину и нежелательные черты человека, но тон являлся воодушевляющим. Во втором плакате произошла железнодорожная катастрофа вследствие алкоголизма. Согласно плакату, это сильнее всего вредит транспорту. В третьем плакате подчеркивали, конечно, трудовую дисциплину, но особенно сон на работе. В отличие от предыдущих плакатов, в данном предупреждали о "врагах рабочего класса", а не о влияниях на транспорт или на развитие страны. В последнем плакате сильно подчеркивали представителей буржуазии, священников и плохих работников и ценности, связаны с ними (например: пьянство, прогулы, вредительство и брак) как врагов развития страны и трудовой дисциплины

Большинство из плакатов были опубликованы в 1929-1931. Только два плаката, "Женщина, на паровоз!" и "Поезд идет от ст. социализм до ст. коммунизм.", были опубликованы в 1939 году. Стили этих плакатов отличаются друг от друга тем, что плакаты, сделанные в конце 20-ых или в начале 30-ых годов, конструктивистские, а стиль плаката "Женщина, на паровоз!", социалистический реализм. В конструктивистских плакатах можно видеть много графических элементов, использование фотомонтажа и только несколько разных цветов, динамичное движение и силуэтные формы. Темы индустриальные и служат заданной цели, то есть распространению большевистских идей. В то время как, в плакате "Женщина, на паровоз!" представлен герой труда, то есть женщина на паровозе. Стиль традиционный, оптимистичный и реалистичный. Плакат представляет Советский Союз и его граждан счастливыми и успешными.

В итоге нашего исследования мы выявили, что поезда репрезентировались "поездами революции", то есть символами нового общества и политики, и также метафорой социалистического строительства. Кроме этого, поезда несут многие разные исторические, культурные и идеологические значения. Их показывают как возможность картографировать

необъятный простор, как возможность ускорять индустриализацию и торговлю, принять в эксплуатацию природные ресурсы, получать информацию о разных народах России для административного управления территорий, уменьшать власть центра, создать нового советского человека с помощью моральных вопросов и укреплять трудовую этику.

ИСТОЧНИКИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО МАТЕРИАЛА

Изображение 1

“Развитие транспорта. Одна из важнейших задач по выполнению пятилетнего плана.”

А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук. 600 плакатов СССР

Изображение 2

“Поезд идет от ст. социализм до ст. Коммунизм”

600 плакатов СССР А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук

Изображение 3

“Госцирк. Дуровская железная дорога”

А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук. 600 плакатов СССР

Изображение 4

”Транспортник, вооружаясь техническими знаниями, борись за реконструкцию транспорта”

https://archive.ru/artists/18861~Nikolaj_Andreevich_Dolgorukov/works/545272~Transportnik_vo_oruzhajas'_tekhnicheskimi_znanijami_boris'_za_rekonstruktsiju_transporta

(Просмотрено 5.1.2021).

Изображение 5

“За реконструкцию транспорта! Дадим советскому транспорту мощные паровозы”

А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук. 600 плакатов СССР

Изображение 6

“Переезд своевременно закрывай, паровоз и трактор сохраняй! Небрежность несёт большую угрозу и транспорту, и колхозу”

https://pikabu.ru/story/pereezd_svoevremenno_zakryivay_parovoz_i_traktor_sokhranyay_nebrezhnost_nesyot_bolshuyu_ugrozu_i_transportu_i_kolkhozu_ssr_1931_6436576

(Просмотрено 5.1.2021).

Изображение 7

"Женщина на паровоз!"

А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук. 600 плакатов СССР

Изображение 8

“Социалистическим отношением к паровозу и ударничеством выполним измерители тяги”

А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук. 600 плакатов СССР

Изображение 9

“Падение труддисциплины разрушает транспорт”

А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук. 600 плакатов СССР

Изображение 10

“Сон на работе - на руку врагам рабочего класса”

А. Снопков, П. Снопков & А. Щклярук. 600 плакатов СССР

Изображение 11

"За промфинплан. За пятилетку в 4 года."

https://auction.ru/offer/za_promfinplan_protiv_religii_sovetskij_plakat-i132328230211931.html

(Просмотрено 5.1.2021).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Andersson, Sandra & Valerie Hibbs. 1992. *Alcoholism in the Soviet Union*, International Social Work. Sage: London, 441 – 453.
- Arbuthnot, Mollie. 2019. *The People and the Poster: Theorizing the Soviet Viewer, 1920–1931*". Slavic Review. Volume 78, Issue 3 Fall 2019, 717-737.
- Brandenberger, David. 2012. *Propaganda State in Crisis: Soviet Ideology, Political Indoctrination, and Stalinist Terror, 1928-1930*. Yale University Press.
- Chumachenko, Tatiana & Edward Roslof 2015. *Church and State in Soviet Russia: Russian Orthodoxy From World War II to the Khrushchev Years*. Routledge.
- Cole, Robert. 1998. *Encyclopedia of Propaganda*. Armonk, NY: Sharpe Reference. (<https://archive.org/details/encyclopediaofpr01cole/page/4/mode/2up>)
- Dobrenko, Evgeny & Eric Naiman. 2003. *Landscape of Stalinism : The Art and Ideology of Soviet Space*. University of Washington Press.
- Fox, Karen. 2009. *Soviet Health Posters as Social Advertising*. Sage Publications.
- Fraser, Tom & Tom Banks. 2004. *The Complete Guide to Colour. The ultimate book for the colour conscious*. East Sussex: Ilex.
- Gardner, Nicky. 2013. *On the iron roads: of Russian trains, literature & empire. Russian life*, 2013-01-01, Vol. 56 (1), 36.
- Gérin, Annie. 2019. *Devastation and Laughter : Satire, Power, and Culture in the Early Soviet State (1920s-1930s)*. Toronto: University of Toronto Press.
- Gilbert, Martin. 2013. *The Routledge Atlas of Russian History*. 4th ed. Hoboken: Taylor and Francis.
- Heywood, Anthony. 2010. *Engineer of Revolutionary Russia: Iurii V. Lomonosov (1876–1952) and the Railways. Engineer of Revolutionary Russia*. Brookfield: Routledge.
- Heywood, Anthony. 1999. *Modernising Lenin's Russia: Economic Reconstruction, Foreign Trade and the Railways*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jute, Andre. 1993. *Colour for professional communicators*. London: B. T. Batsford Ltd.
- Kelly, Catriona & David Shepherd. 1998. *Constructing Russian culture in the age of revolution: 1881 – 1940*. Oxford University Press.
- Kenez, Peter. 1985. *The Birth of the Propaganda State – Soviet Methods of Mass Mobilization 1917 – 1929*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Kirkinen, Heikki. 1986. *Venäjän ja Neuvostoliiton historia*. Helsinki: Otava.
- Kivistö, Sari. 2007. *Satiiri: johdatus lajin historiaan ja teoriaan*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Lee, Alfred McClung & Elizabeth Briant Lee. 1939. *The Fine Art of Propaganda – A Study of Father Coughlin's Speeches*. Harcourt Brace and Company: New York.
- Luntinen, Pertti 1986. "Vanhan Venäjän viimeiset rauhanvuodet". Teoksessa *Venäjän ja Neuvostoliiton historia*. Toim. H. Kirkinen. Helsinki: Otava 1986, 288-312.

- Massey, Doreen. 2008. *Paikan käsitteellistäminen. Samanaikainen tila*. Toim. Mikko Lehtonen, Pekka Rantanen & Jarno Valkonen. Suomentanut Janne Rovio. Tampere: Vastapaino.
- Neirick, Miriam. 2012. *When Pigs Could Fly and Bears Could Dance A History of the Soviet Circus*. Madison: University of Wisconsin Press.
- O'Connell, Mark & Raje Airey. 2014. *Symbols, signs and visual codes: a practical guide to understanding and decoding the universal icons, signs and symbols that are used in literature, art, religion, astrology, communication, advertising, mythology and science*. London : Southwater cop.
- Peterson, L.K. & Cheryl Dangel Cullen. 2000. *Global Graphics Color: Designing With Color for an International Market*. Gloucester: Rockport Publishers, Inc.
- Pitkänen, Silja & Ville-Juhani Sutinen. 2018. *Propagandan historia – Kuinka meihin on vaikutettu antiikista infosotaan*. Into Kustannus.
- Pynnöniemi, Katri 2013. "The rearrangement of the post-Soviet space and the representation of Russia as a Eurasian bridge." Teoksessa *Empire De/Centered*. Routledge. Toim. S. Turoma ja Waldstein, M. Taylor and Francis, 187–204. 173-190.
- Schivelbusch, Wolfgang. 1996. *Junamatkan historia*. Tampere: Vastapaino, 1996.
- Seppä, Anita. 2012. *Kuvien tulkinta : menetelmäopas kuvataiteen ja visuaalisen kulttuurin tulkitsijalle*. Helsinki : Gaudeamus 2012.
- Seppänen, Janne. 2001. *Katseen voima: Kohti visuaalista lukutaitoa*. Vastapaino: Tampere.
- Service, Robert. 2003. *A History of Modern Russia, from Nicholas II to Putin*. Harvard University Press 2003.
- Stone, Terry Lee, Sean Adams & Noreen Morioka. 2006. *Color Design Workbook: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design*. Beverly: Rockport Publishers, Inc.´
- Turoma, Sanna 2013. "Imperiia Re/Constructed: Narratives of Space and Nation in 1960s Soviet Russian Culture." In *Empire De/Centered*. Routledge. eds. S. Turoma & Waldstein, M. Taylor and Francis, 187–204. 173-190.
- Turoma, Sanna & Maxim Waldstein. 2016. *Empire De/Centered: New Spatial Histories of Russia and the Soviet Union*. In *Empire De/Centered*. Taylor and Francis.
- Vihavainen, Timo 1986. "Vallankumouksesta toiseen maailmansotaan". Teoksessa *Venäjän ja Neuvostoliiton historia*. Toim. H. Kirkinen. Helsinki: Otava, 355-400.
- White, Stephen. 1990. *The Bolshevik Poster*. Yale University Press.
- White, Stephen. 1996. "Russia Goes Dry – Alcohol, State and Society". Cambridge University Press.
- Widdis, Emma. 2008. *Visions of a New Land: Soviet Film from the Revolution to the Second World War*. New Haven: Yale University Press.
- Widdis, Emma. 2003. "To explore or conquer?: Mobile perspectives on the soviet cultural revolution." In *Landscape of Stalinism : The Art and Ideology of Soviet Space*. eds. E. Dobrenko & E. Naiman. University of Washington Press, 219-240.
- Zetterberg, Seppo 1986. "Venäjästä Neuvostoliitoksi". Teoksessa *Venäjän ja Neuvostoliiton historia*. Toim. H. Kirkinen. Helsinki: Otava, 313-353.

Znamierowski, Alfred & Stephen Slater. 2007. *The world encyclopedia of flags and heraldry : an international history of heraldry and its contemporary uses together with the definitive guide to national flags, banners, standards and ensigns*. London: Lorenz Books.

Александрова, Анна Дмитриевна. 2019. Новые символы в художественной культуре России р эволюционных лет. *Вестник Санкт- Петербургского государственного института культур ы*. 1 (38): 58-63.

Галинская И.Л., 2013. Картушева, Г. Н. Окна «ТАСС» в собрании Государственного литературного музея. *Вестник культурологии*. 150-152.

Дубов, Андрей Игоревич. 2016. Суровый стиль Андрея Васнецова. *Проблемы истории, фило логии, культуры*. 2 (2016): 389–400.

Завершинская, Наталья Александровна. 2016. *Тематизация памяти о «женщине на войне» в современных деконструкциях событий второй мировой войны*. Санкт- Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия.

Зверев, Роман Юрьевич. 2018. *Социалистическое соревнование в советском вузе на довоенно м этапе развития СССР (1929- 1941 гг.): материальное и нематериальное стимулирование*. Вестник Томского государственного университета. № 427.

Красовец, Александра Николаевна. 2018. Место визуального кода в поэзии русского авангар да и его эволюция в 1910–1920-е годы. *Славянский альманах* 8 (68): 396-408.

Лежень, Евгений Евгеньевич. 2013. Плакат как средство политической агитации в 1917 – 1930- е годы. Вестник Саратовского государственного социально- экономического университет а. 94 (47):122-124.

Любимова, Ольга Валерьевна. 2019. *Антирелигиозный кинематограф 1920 - 1930- х годов*. Владимирский государственный университет, г. Владимир.

Мальцева Е. А.. 2020. Образ железной дороги в живописи модернизма. *Вестник культуры и искусств*. 4 (64): 73–81.

Медведева, Ольга Павловна & Ефименко, Александра Александровна. 2017. Композиционн ые особенности социальных плакатов А. Родченко, г. Клуциса, Л. Лисицкого. *"Инновации в науке"* 8 (69): 11-13.

Хайдули, Пиги. 2018. Конструктивизм и политика в СССР: рождение нового искусства. *Вес тник Казанского государственного университета культуры и искусств*. 1: 88-93.

Питателев, Михаил. 2016. *Рецензия на книгу Шенк. Поезд в современность. Мобильность и социальное пространство России в век*. *Laboratorium*. 2017. 9(2):164–168

Савицкий, С.А. 2011. *"Железная дорога" как метафора в советской культуре 1920–1930- х гг.*

СЕТЕВЫЕ ИСТОЧНИКИ

Год основания газеты "Правда"

<https://gazeta-pravda.ru/>

(Просмотрено 8.1.2021)

Григорьева, Татьяна. "История цирка России."

<https://www.culture.ru/materials/253330/istoriya-cirka-v-rossii>

(Просмотрено 5.1.2021).

Дуровы: шуты его величества народа

(<https://maxanto.ru/news/istoriya/durov-y-shuty-ego-velichestva-naroda/>)

(Просмотрено 4.3.2021).

"Художник Иосиф Громицкий"

<https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/spisok-khudozhnikov/item/178-gromitskij-iosif-ivanovich-1904-1991.html>

(Просмотрено 2.2.2021).

"Художник Дмитрий Буланов"

<https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/spisok-khudozhnikov/item/487-bulanov-dmitrij-anatolevich-1898-1942.html>

(Просмотрено 2.2.2021).

"Художник Иван Чашников"

<https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/spisok-khudozhnikov/item/1610-chashnikov-ivan-deomidovich-1888-1971.html>

(Просмотрено 3.2.2021).

"Художник Борис Иогансон"

<https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/spisok-khudozhnikov/item/560-ioganson-boris-vladimirovich-1893-1973.html>

(Просмотрено 3.2.2021).

"Художник Юрий Пименов"

<https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/spisok-khudozhnikov/item/121-pimenov-yurij-georgij-ivanovich-1903-1977.html>

(Просмотрено 4.2.2021).

"Художник Ольга Дейнеко"

<https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/spisok-khudozhnikov/item/787-dejneko-olga-konstantinovna-1897-1970.html>

(Просмотрено 5.2.2021).

"Художник Николай Долгоруков"

<https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/spisok-khudozhnikov/item/45-dolgorukov-nikolaj-andreevich-1902-1980.html>

(Просмотрено 5.2.2021).

Сидорчик, Андрей. 2014.

“Не надо ада. Почему символом Советской армии была красная звезда.”

http://www.aif.ru/society/history/ne_nado_ada_pochemu_simvolom_sovetskoy_armii_byla_krasnaya_zvezda.

(Просмотрено 18.5.2019).