

УДК 930

РОЛЬ АГИТАЦИОННЫХ ПЛАКАТОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА СОВЕТСКОЙ ЖЕНЩИНЫ

Байдалинова Айгуль Султановна

a.aigul.s@mail.ru

ЕНУ имени Л.Н.Гумилева, магистрант 2 курса, Нур-Султан, Казахстан
Научный руководитель – Г.К.Ерменбаева

Второе десятилетие XX века характеризуется революционными изменениями в политической, экономической и культурной жизни молодого советского государства. Меняется государственный строй, идет перестройка экономики, перед правительством молодого государства встают важные проблемы формирования советской идеологии. Важнейшим аспектом пропагандистской работы было разъяснение населению указов государства, а также формирование специфического типа мировоззрения и мироощущения.

В этот период начинается работа по формированию образа новой свободной женщины на фоне бесправной женщины дореволюционного периода, задавленной бытом и семьей. Отрицание традиционных семейных ролей становится лозунгом 20-х годов, начинается агитационная работа с большим количеством плакатов и лозунгов, которые провозглашали освобождение женщины для новой жизни на равных. Через такие образы большевики пытались сломать ценностные характеристики традиционного общества.

Попытки реализовать проект «свободная женщина» был и одним из шагов по увеличению количества рабочих рук для построения коммунистического государства. Советская власть стремилась изменить роли, которые женщина играла в обществе. Так, советская женщина виделась как мать и как работающий член общества. Если до революции женщина ограничивалась ролью домохозяйки, жены и матери, то после революции женщину начинают активно привлекать в общественное производство. Также стране требовались трудовые массы для обеспечения индустриализации рабочими в лице женщин, а для этого государству требовалось привлечь женщин к активной общественно-политической жизни и снизить влияние и контроль семьи и мужа. Выведение женщины из под влияния семьи и мужа требовало большого внимания и усилий со стороны большевиков. Освобождение женщины в 20-е годы приравнивалось к освобождению от семьи. Около десятилетия семья считалась помехой в работе и общественной деятельности, в 30-е годы произошел откат к традиционным ценностям, когда женщина должна быть не только матерью, женой и домохозяйкой, но и трудящейся на производстве. Считалось, что женщина, погруженная в семейную жизнь, домашние хлопоты, начинает отвлекаться от истинных ценностей в построении коммунизма. Поэтому большевики ставят своей задачей вытащить советскую женщину из «трясины» семейной жизни. Женщинам предоставляются широкие права:

женщину объявляют равной мужчине, отныне женщина должна сама выбирать себе супруга, разрешаются аборты. Образ советской женщины заключался в роли общественницы, работницы и коммунистки, интегрированной в производственный процесс, вносящей ежедневную лепту в строительство «светлого будущего».

В XX веке советское правительство очень часто для агитационной работы в массах использовало наглядность. Граждан нового государства предстояло информировать о целях и задачах советской власти, пропагандировать коммунистические идеи. Чтобы достучаться до сознания широких масс используется агитационный плакат. Агитационный плакат предоставлял возможность охватить большое количество разноязычного, малообразованного, в большинстве своем религиозного населения. Плакат позволял наглядно продемонстрировать социалистический идеал, через противопоставляющие образы героев и антигероев. Рабочий и крестьянин становятся главными героями агитационных плакатов. Антигероями стали капиталисты и представители духовенства. С помощью набора устойчивых лозунгов, образов и символов власти формировали массовое сознание.

Тема освобождения женщины от оков традиционного общества и наделения её равными правами с мужчиной представлена на многих агитационных плакатах. Пропаганда большевиков не расходилась с действиями: женщинам по Конституции РСФСР 1918 года были предоставлены все основные права, доступ к образованию и профессиональной карьере [1]. Но на практике перед женщиной вставало много трудностей, в основном женщины столкнулись с увеличением объёма работ (дома и на работе); так же существовали ограничения чисто «женских» профессий (учительница, текстильщица, доярка и т.д.).

Проект «советская женщина» в Казахстане требовал больших усилий со стороны большевиков, так как традиционно женщинам отводилась роль матери и хранительницы очага, женщина не привлекалась к общественной жизни. Агитационные плакаты в силу простоты визуального восприятия обладали определенным преимуществом перед литературой, большинство женщин не умели читать, доступным средством пропаганды становится плакат. В толковом словаре С. Ожегова плакат определяется как настенный лист, крупный рисунок с пояснительным агитационным, рекламным или учебным текстом [2]. Через визуальные образы проще было донести идеи освобождения женщин Востока от традиционных устоев до неграмотного населения. Плакат нес максимум информации и объяснял суть устремлений большевиков.

С середины 1918 г. выпуск агитационных плакатов приобретает широкий размах. Они издавались ВЦИК, Наркоматами, Реввоенсоветом, Госиздатом. Плакаты, создаваемые от руки и размножаемые методом трафаретной печати, массово появились в 1919 г. в виде "Окон сатиры РОСТА" в Москве. Любое важное событие в политической и общественной жизни отражалось на плакатах, зачастую опережая газеты, в витрине РОСТА висело очередное "Окно сатиры". Графические изображения на плакатах сопровождалось лозунгами, призывами, нередко в форме коротких стихотворений, выдержек из периодической печати, высказываний вождей.

XII съезд РКП (б) в апреле 1923 г. провозгласил переход от митинговой агитации к массовой пропаганде. Отмечалась важность политических плакатов, так как рабочий и крестьянин, глядя на них должен наглядно постичь смысл политики партии. В эти годы издательство Главполитпросвета выпускало плакаты политико-просветительского характера, Госвоениздат пропагандировал добровольные общества, Центросоюз развернул агитацию за кооперирование крестьян, объединение города и деревни [3, стр. 359].

Посреди большого количества политических задач правительство не упускало из вида вопрос гендерного равенства. Если обратить внимание на агитационные плакаты 20-30-х годов XX века то можно заметить различие между плакатами, выпускавшимися для европейской части советского государства и традиционного общества советского Востока. Плакаты распространявшиеся в центральной части СССР были направлены на приобщение женщины к общественной и трудовой жизни, на утверждение нового образа жизни и строительство советского быта. Агитационные плакаты для мусульманского Востока носили

иной характер. Они репрезентировали гендерный образ новой женщины: полноправного гражданина социалистического государства, свободного от оков традиционного общества.



Приложение 1. Автор неизвестен. Освобождение женщин Востока. Москва. 1924 г.
<http://tehne.com/event/arhivsyachina/obraz-zhenshchiny-v-sovetskih-plakatah-1920-40-h-godov>

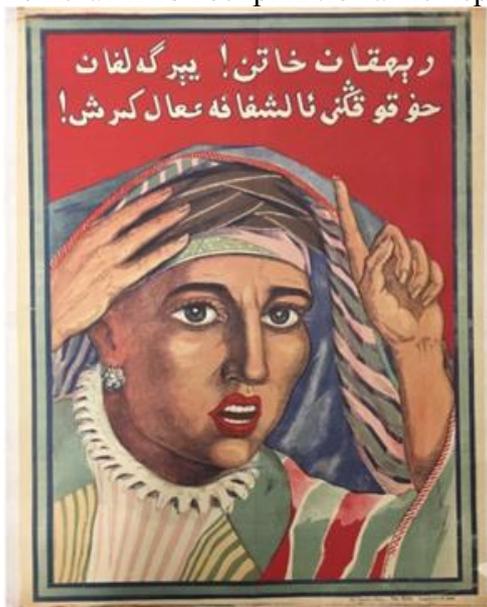
Первые агитационные плакаты, касающиеся гендерного вопроса, были направлены на раскрепощение женщин Востока. В партийных документах середины 20-х гг. появляется специальное обозначение для кампании по «освобождению женщин Востока» — «Худжум» (араб. наступление). Его целью было выведение женщины в публичное пространство, привлечение к общественно-политической работе и производственному труду, освобождение от части обязанностей по уходу и заботе о доме, семье и детях. Но чаще всего термином «Худжум» обозначали радикальные акции, такие как публичное снятие и сжигание паранджи как «символа угнетения и рабства» [4, стр.33].



Приложение 2. Автор: Н. Ф. Короткова, М. Ворон. Труженица востока, становись в ряды строителей социализма, 1930, Москва
<http://tehne.com/event/arhivsyachina/obraz-zhenshchiny-v-sovetskih-plakatah-1920-40-h-godov>

Для прогрессивной части женщин Востока худжум являлся предзнаменованием достижения большего равенства в отношениях между полами. Сотни женщин сбросили с

себя паранджу, не смотря на осуждение и протесты общества. Конечно, патриархальное общество негативно восприняло такие перемены.



Приложение 3. Автор неизвестен. Советский (мусульманский) Восток. Женщина в плакате. Ташкент. 1927 г.

<http://redavantgarde.com/collection/show-collection/1706-peasant-woman-start-rebuilding-your-rights-tramped-in-the-ground-.html?themeId=1>

Требовалась большая работа по внедрению нового образа жизни. Законодательно в СССР было объявлено равенство прав женщин и мужчин, но законы, привнесенные извне, внедряемые европейским правительством СССР не смогли существенно изменить практики повседневности мусульманского Востока. Поэтому большевики пытались пропагандировать новый образ жизни через понятные инструменты агитации. Но агитационная работа советского государства нашла отклик только у небольшого количества населения, среди женщин которые получили светское образование. Устоявшиеся традиции невозможно было разрушить при помощи только агитационных плакатов и призывов. Необходимо было менять сознание всего общества через просвещение и разрушение традиций, чем и занялись большевики. На местах были созданы Женотделы - орган по работе с женским населением. Основная задача Женотделов заключалась в повышении активности женщин в борьбе рабочего класса за социализм. То есть параллельно с агитационной работой проводилась активная разъяснительная работа.

Таким образом, раскрепощение женщин требовало огромных усилий со стороны большевиков, особенно на территории советского Востока. Агитационные плакаты, которые использовали для насаждения нового образа жизни, не могли в полной мере реализовать данные задачи. Правительство проводит пропагандистскую и разъяснительную кампанию при помощи специально созданных органов. А агитационные плакаты получили вспомогательную роль для наглядной демонстрации разницы между старым и новым образом жизни.

Список использованных источников

1. Конституция РСФСР 1918 года: принятие, основные положения// Конституционное право России: Советское конституционное право от 1918 года до Сталинской конституции. Гл. 1. [Электронный ресурс] // Всё о праве. 20032014.URL: <http://www.allpravo.ru/library/doc117p/instrum118/item244.html>;
2. Ожегов С. Толковый словарь русского языка.-М.: Мир и образование. 2019.
3. Источниковедение: учебник для академического бакалавриата /Е.Д. Твердюкова и др.; под ред. А.В. Сиренова.-М.: Издательство Юрайт, 2015.-396 с.

4. Каниметов А. Развитие народного образования в Советской Киргизии. Фрунзе: Мектеп, 1969.