

УДК 908

07.00.00 Исторические науки

ФОРМЫ АГИТАЦИОННО-МАССОВОГО ИСКУССТВА В 20-Е ГОДЫ XX ВЕКА В РОССИИ

Бочкарева Анна Станиславовна
к.ист.наук., доцент
bochka78@mail.ru
SPIN-код: [2488-7528](#)

Хотина Юлия Васильевна
к.ист.наук., доцент
SPIN-код РИНЦ: 1841-3248
SWEET-PERSANY@ yandex.ru
ФГБОУ ВПО "Кубанский государственный технологический университет", Краснодар, Россия

В статье рассматриваются формы агитационно-массового искусства, создание которых было санкционировано большевиками в 20-е годы XX века для проведения эффективной агитационно-пропагандистской деятельности. Отмечается, что агитационно-массовое искусство выступало одним из наиболее важных и эффективных средств проводимой политики и сыграло огромную роль в становлении советской власти. Агитационное направление проявлялось и в графике, и в живописи и было направлено на формирование нового пролетарского мышления в условиях социалистического общества. Указывается, что содержание художественных произведений определялась, прежде всего, той военно-политической обстановкой, которая сложилась в 20-е гг. Показывается, что в произведениях деятелей искусства отобразились новые революционные темы, события и действующие лица, а также прослеживалось значительное присутствие образа нового человека - рабочего и работницы, матроса, солдата, крестьянина. Агитационно-пропагандистским содержанием было наполнено праздничное оформление городов и населенных пунктов, от столицы до самых маленьких провинциальных селений. Делается вывод о том, что художественно-политическое оформление площадей, улиц, общественных зданий должно было способствовать созданию праздничного настроения, повышению трудовой, идеологической и общественно-политической активности трудящихся. В целом, в изучаемый период создавались новые формы агитации и пропаганды посредством искусства, осуществлялся поворот к новизне содержания, глубине эмоционального воздействия, тематической грамотности и конкретности для формирования необходимого психологического настроения общества

UDC 908

Historical sciences

AGITATION AND MASS FORMS OF ART IN THE 20-IES OF THE XX CENTURY IN RUSSIA

Bochkareva Anna Stanislavovna
Cand.Hist.Sci., Associate Professor
E-mail: bochka78@mail.ru
RSCI SPIN-code: [2488-7528](#)

Khotina Yulia Vasilyevna
Cand.Hist.Sci., Associate Professor
RSCI SPIN-code: 1841-3248
E-mail: SWEET-PERSANY@ yandex.ru
FSBEE HPE Kuban State Technological University, Krasnodar, Russia

The article deals with the forms of agitation and mass art, the creation of which was authorized by the Bolsheviks in the 20ies of the XX century for effective advocacy activities. It is noted, that agitation and mass art is one of the most important and effective means of policies and has played a huge role in the establishment of Soviet power. Propaganda direction was manifested in the both of drawing and painting and was aimed at the formation of a new proletarian thinking in a socialist society. It is stated, that the content of works of art is determined, above all, by the military-political situation that prevailed in the 20-ies. It is shown, that in the works of art displayed figures of the new revolutionary themes, events and characters, but also significant presence of the image of the new man - working men and women, sailors, soldiers, peasants was traced. Festive decoration of cities and towns, from the capital to the smallest provincial towns was filled with agitation and propaganda content. The conclusion is that artistic and political design of squares, streets, public buildings should help to create a festive mood, increase employment, ideological and socio-political activity of the workers. In general, new forms of agitation and propaganda were created through art, by turning the novelty of content, depth of the emotional impact, thematic literacy and specificity for the necessary psychological mood of society during the study period

Ключевые слова: АГИТАЦИЯ, ПРОПАГАНДА, ФОРМЫ АГИТАЦИОННО-МАССОВОГО ИСКУССТВА, ПЛАКАТ, ЖИВОПИСЬ, ГРАФИКА, БОЛЬШЕВИКИ

Keywords: AGITATION, PROPAGANDA, AGITATION AND MASS FORMS OF ART, POSTER, PAINTING, DRAWING, BOLSHEVIKS

Doi: 10.21515/1990-4665-121-034

В годы Гражданской войны, а затем и на протяжении всех 20-х гг. XX века в России первостепенную роль среди всех видов искусства играли агитационно-массовые формы. Они приобрели широкое общественное значение и занимали ведущее положение и в культурной и политической жизни советского государства. Агитационное направление проявлялось и в графике, и в живописи и в скульптуре и было направлено на формирование нового пролетарского мышления в условиях социалистического общества. Можно отметить, что изобразительное искусство становится наиболее действенным средством в осуществлении агитационно-пропагандистской деятельности, тем более что в 1923 году в соответствии с постановлением XII съезда партии начался постепенный переход от митинговой агитации к массовой пропаганде[1, с. 7].

В то же время, для того чтобы наглядная агитация и пропаганда стали действенными требовались совместные усилия людей разных профессий: художников, поэтов, архитекторов, скульпторов и даже инженерно-технических работников, поскольку уровень наглядной агитации и пропаганды определялся не только внешним видом, но и материалами и инструментами, применяемыми в оформительской работе. Серьезной проблемой здесь стал тот факт, что многие мастера искусств (художники, скульпторы, графики и др.), встретили приход к власти большевиков и саму революцию в целом, крайне неоднозначно, а в некоторых случаях и недружелюбно. Сложность общественно-политической обстановки и идеологической борьбы привела к тому, что в 1918-1920-х годах возникли многочисленные художественные группировки различные по своей идеологической направленности[1, с. 6]. Для привлечения художественной интеллигенции на свою сторону новой власти пришлось приложить

огромные усилия, как идеологического и социально-экономического содержания, так и мер принудительного характера. Эти усилия дали свои плоды и уже к середине 1918 года значительная часть художников стала активно сотрудничать с большевиками в работе по созданию новых форм агитационно-массового искусства.

Постепенно большевики стали осознавать о необходимости формирования новой советской творческой интеллигенции. Ведь они понимали, что художник должен ощущать себя частью социального целого, думать о себе как о «полномочном» представителе социальной общности, идеи и чувства которой он полностью разделяет. Каждый художник в своем творчестве выражает те или другие настроения и эмоции, и они только тогда найдут отклик у публики, если они присущи психологии масс.

Полноценная художественная коммуникация возникает всякий раз, когда художник и публика проникнута единым духом времени, когда они живут в общей для них социальной атмосфере нового строящегося советского государства. Действительно, агитационно-массового искусство может оказывать различное воздействие на сознание и поведение человека. Оно может сыграть роль ориентирующегося средства, побуждающегося к действию в том или ином направлении и регулирующего эту деятельность, а может быть и средством торможения, усыпления социальной активности человека[2, с. 101, 103].

Создаваемые после революции художественные произведения были созвучны директивам власти и актуальны современным революционным темам. Но вместе с тем следует подчеркнуть, что их действенность во многом зависела от их размещения и взаимосвязи с окружающей средой. Одним из основных мест действия наглядной агитации и пропаганды являлись трудовые коллективы, армия и флот.

Десятки, а порой и сотни художников и графиков оформляли агитационно-пропагандистские кампании, от праздников и массовых шествий до собраний в трудовых коллективах, залов заседаний, клубах и избах-читальнях. Они создавали большие, чаще всего очень яркие, декоративно-шрифтовые, живописные настенные панно, информационные плакаты с военными сводками, агитплакаты, воззвания, стяги знамен на флагштоках, портреты вождей и листовки, которым отводилась важная роль в формировании нового массового сознания. Незаменимым средством оперативной наглядной агитации, конечно же, являлся политический плакат, применение которого в оформлении стендов и панно делало значительно более убедительной их изобразительную часть. Получавшееся сочетание способствовало усилению эмоционального воздействия и акцентированию внимания зрителей. В ряде случаев, для получения эффективных форм наглядной агитации, плакаты увеличивали до размеров брандмауэра. Подобным способом часто оформляли торцы заводских и фабричных корпусов, жилых домов.

В произведениях деятелей искусства отображались новые революционные темы, события и действующие лица, а также прослеживалось значительное присутствие образа нового человека - рабочего и работницы, матроса, солдата, крестьянина. Распространение получили многочисленные и разнообразные аллегории революционных событий и революционного пафоса, направленные на воспитание народных масс и привлечение их на сторону новой советской власти.

В живописи утвердились новые, революционные идеи и образы, обращенные к различным слоям населения, казакам и солдатам. Использовались новые приемы подачи материала, яркие сочетания красок, своеобразные пространственные принципы композиционных построений. В то же время большевики не обходились и без так называемых малых форм наглядной агитации - «Молний», «Сигналов», которые позволяли

оперативно информировать граждан о состоянии дел на фронте, в решении социально-экономических и политических проблем. Информация, содержащаяся в них, должна была быть интересной, содержательной, запоминающейся, дающей пищу для размышления и побуждающей к действиям, одобряемым властью.

Расклеивание листовок, воззваний, информационных плакатов, портретов вождей, агитплакатов, газет с карикатурами на идейных противников являлось одной из наиболее эффективных форм распространения печатной и художественной продукции идеологического содержания. При этом особое внимание уделялось психологической составляющей: каждые пять минут хода по улице должны были давать возможность увидеть рисунок, прочесть газету или листок партийной организации [3, л. 17]. Другое направление работы агитационно-пропагандистских отделов по осуществлению политической пропаганды и агитации заключалось в руководстве деятельностью такими агитационно-художественными коллективами, как агитзвено, агитбригада, агиттеатр, клубное агитационно-художественное объединение[4, с.65].

В праздничном и повседневном агитационно-художественном оформлении в 20-е гг. художники начинают использовать унифицированные деревянные или металлические конструкции, которые были дешевы в исполнении, просты в применении и являлись предметом многократного использования. Классическим примером такого оформления была Красная площадь как исторически сложившееся место для проведения агитационно-массовых кампаний различной направленности – от всенародных праздников до шествий, митингов и политических манифестаций.

В целом, наглядные средства агитации и пропаганды, являлись сильнейшими в агитационно-пропагандистской работе. Чтобы быть действенными, они должны были быть понятными, выразительными,

доходчивыми, желательно крупными по размеру и, что особенно важно, политически грамотно составленными. Местные партийные работники практически всегда правильно ориентировались в области идеологической работы. Во избежание политической неграмотности каждый плакат, диаграмма, лозунг, прежде чем дойти до населения, утверждался. В целом, политическая наглядная агитация должна была быть не только красочной, но и идейно выдержанной, содержательной, злободневной, оперативной и выразительной.

Руководители партии большевиков требовали от живописцев неразрывной связи искусства с жизнью простого народа. Художники должны были убедительно демонстрировать в своих работах великую преобразующую силу нового советского строя, его благородные цели. Одной из задач, стоящих перед работниками искусства была задача сознательного служения своим творчеством интересам партии большевиков. Особенно ярко подобная направленность искусства и его идейно-политический смысл проявляли себя в художественно-образном решении колонн демонстраций трудящихся являвшихся кульминацией любого праздника. Именно в этот период закладывались основные принципы художественного оформления элементов агитационно-пропагандистских кампаний подобного рода.

Приоритетными в оформлении демонстрации как события политической важности выступали вопросы совмещения злободневности, высокой политической идейности, глубокого пролетарского содержания и, одновременно, торжественности, праздничного настроения, где-то помпезности и, к сожалению, перенасыщенности не всегда оправданными художественными элементами – огромными лозунгами, транспарантами и живописными панно.

Не забывали большевики и о культурном наследии императорской России, проведя ряд мероприятий по уничтожению памятников,

одновременно поддерживалась идея на их сохранность. Так, 8 (21) ноября 1917 года, народный комиссар просвещения А.В. Луначарский издал приказ о взятии на учет всех художественных ценностей, находящихся во дворцах, а в начале 1918 года при Народном комиссариате просвещения РСФСР были организованы несколько отделов – Отдел изобразительных искусств, Отдел музеев и охраны памятников искусства и старины. По декрету СНК от 24 сентября 1918 года вывоз за границу предметов искусства и старины был запрещен[5].

10 октября 1918 года Совет Народных Комиссаров в целях охранения, изучения и ознакомления населения с сокровищами искусства и старины, находящимися в стране издает декрет «О регистрации, приеме на учет и охране памятников искусства и старины, находящихся во владении частных лиц, обществ и учреждений»[6]. Советское руководство берет на учет находящиеся во владении обществ, учреждений и частных лиц монументальные памятники, собрания предметов искусства и старины, а также отдельные предметы, имеющие большое научное, историческое или художественное значение, тем самым продолжая сохранять и формировать историко-культурное наследие государства исходя новым идеологическим подходам.

В июне 1918 г. был опубликован декрет о национализации Третьяковской галереи, подписанный Владимиром Ильичем Лениным. Примерно в это же время начинают функционировать Русский музей и Эрмитаж в Петрограде, коллекции, которых были пополнены рядом достойных, с точки зрения новой власти, произведений искусства[7].

7 января 1924 г. ВЦИК издает Декрет «Об учете и охране памятников искусства, старины и природы»[8], на основании которого 7 июля 1924 г. утверждается «Инструкция об учете и охране памятников искусства, старины, быта и природы»[9]. Эта инструкция касалась любых памятников зодчества, среди которых упоминались сооружения религиозного культа,

теперь уже прочно занявшие место в перечне после сооружений гражданских и крепостных, непосредственно перед завершающим и т. п.

Декрет 1924 г. стал последним правительственным документом по рассматриваемому вопросу, появившимся в 1920-е гг. Практические же шаги, предпринимавшиеся в отношении культовых памятников, свидетельствуют о пересмотре отношения к ним государства, общества и даже специалистов (среди которых все меньше остается представителей дореволюционной интеллигенции). Тенденция – не признавать за культовыми сооружениями высокой ценности – наметилась к середине 1920-х гг. и полностью возобладала после 1927 г.

Агитационно-пропагандистским содержанием было наполнено праздничное оформление городов и населенных пунктов, от столицы до самых маленьких провинциальных селений. Нужно особо отметить, что революционные события серьезным образом всколыхнули художественную жизнь провинции и в период первого десятилетия советской власти заставили художников заново оценить свою роль в обществе. Огромную роль в этом сыграли идеи В. Ленина о привлечении к созданию нового искусства широких народных масс. В своей статье «О пролетарской культуре», написанной в 1920 г., он отмечал, что в «Советской рабоче-крестьянской республике вся постановка дела просвещения, как в политико-просветительной области вообще, так и специально в области искусства, должна быть проникнута духом классовой борьбы пролетариата за успешное осуществление целей его диктатуры, т. е. за свержение буржуазии, за уничтожение классов, за устранение всякой эксплуатации человека человеком. Поэтому пролетариат, как в лице своего авангарда, коммунистической партии, так и в лице всей массы всякого рода пролетарских организаций вообще, должен принимать самое активное и самое главное участие во всем деле народного просвещения...» [10, с. 336].

Художественно-политическое оформление площадей, улиц, общественных зданий должно было способствовать созданию праздничного настроения, повышению трудовой, идеологической и общественно-политической активности трудящихся. В то же время, некоторые шаблоны, штампы композиций, казенный язык не всегда способствовали многослойному запоминанию и качественному воздействию на сознание населения, и в какой-то мере даже приводили к противоположным результатам. Поэтому художественное оформление агитационно-пропагандистских материалов требовало от авторов профессиональной подготовки и напряженного творческого труда, новых интересных приемов подачи иллюстрированного и текстового материала, использование объемно-пространственных композиций.

В целом, в городах был утвержден принцип зонально-тематического размещения наглядной агитации. Агитационно-пропагандистские материалы в соответствии с указаниями из Москвы размещались в основном в информационно-политических центрах, многолюдных местах, по ходу движения основных потоков пешеходов. Власти систематически проводили подробный анализ содержания, количества и художественного исполнения наглядных средств. Продумывался и эмоциональный фактор – как будет восприниматься тот или иной элемент оформления. Это было связано, в первую очередь с тем, что все средства наглядной агитации и пропаганды требовали систематического обновления, поскольку сроки эффективности ее воздействия на один и тот же контингент составляли примерно неделю. Учитывая не долгосрочность влияния - актуальны был вопрос снижения затрат на создание настенные панно, информационных плакатов с военными сводками, агитплакатов, красочных воззваний, листовок.

В целом, содержание и художественное решение форм агитационно-массового искусства зависело от политического и культурного уровня

населения тех местностей, где они применялись. Наибольшая их концентрация наблюдалась, в основном, в праздничные дни и во время проведения разнообразных агитационно-пропагандистских кампаний.

Таким образом, в 1920-е гг. формы агитационно-массового искусства выступая в роли политических символов, целью властей сами по себе не являлись, они скорее становились инструментом советской пропаганды и агитации, в результате чего создавалась почва для развития и внедрения идей, планов, программ новой власти.

В изучаемый период, формы агитационно-массового искусства выступали мощным элементом реализации власти. Одновременно они являлись эффективным методом психологического воздействия, незаменимым средством в борьбе за утверждение и укрепление советской власти, которая изменив вековой политический режим, сразу приступила к созданию нового типа человека[11]. Важная роль в этом процессе отводилась политическим символам, составной частью которых, как уже отмечалось, выступали различные формы агитационно-массового искусства. Власть создавала новые формы агитации и пропаганды посредством искусства, осуществляя поворот к новизне содержания, глубине эмоционального воздействия, тематической грамотности и конкретности для формирования необходимого психологического настроения общества, «выплескивания» его внутреннего состояния, воздействия на эмоции и сознание людей.

Список литературы

1. Мальцева Н.Л., Салько Н.Б. Советская живопись и графика. М.,1961.
2. Эстетическая культура советского человека / под ред. М.С. Кагана. Л., 1976
3. ГАКК. Ф. Р.-365. Оп.3. Д.17.
4. Саруханов В.А. Агитбригада: Проблемы. Рекомендации. Сценарии. М., 1989.
5. Декрет СНК РСФСР «О запрещении вывоза за границу предметов искусства и старины» от 24 сентября 1918 г. URL. <http://istmat.info/node/31524> (дата обращения 11.07.2016)

6. Декрет СНК РСФСР «О регистрации, приеме на учет и охране памятников искусства и старины, находящихся во владении частных лиц, обществ и учреждений» от 10 октября 1918 г.- URL. <http://istmat.info/node/31571> (дата обращения 13 июля 2016)
7. Постановление СНК о национализации Третьяковской галереи от 3 июня 1918 г. URL. <http://istmat.info/node/30019> (дата обращения 13 июля 2016)
8. Декрет СНК РСФСР «Об учете и охране памятников искусства, старины и природы». URL. http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_1916.htm (дата обращения 15 июля 2016)
9. Постановление Народного Комиссариата Просвещения РСФСР «Инструкция об учете и охране памятников искусства, старины, быта и природы» от 7 июля 1924 г. URL. http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_2079.htm (дата обращения 15 июля 2016)
10. Ленин В.И. Полн. собр. соч. М., 1964. Т. 41.
11. См. подробнее о механизмах преобразования общества в переломные эпохи см.: Эйзенштадт Ш. Революция и преобразование обществ. Сравнительное изучение цивилизаций. М., 1999.

References

1. Mal'ceva N.L., Sal'ko N.B. Sovetskaja zhivopis' i grafika. M.,1961.
2. Jesteticheskaja kul'tura sovetskogo cheloveka / pod red. M.S. Kagana. L., 1976
3. GAKK. F. R.-365. Op.3. D.17.
4. Saruhanov V.A. Agitbrigada: Problemy. Rekomendacii. Scenarii. M., 1989.
5. Dekret SNK RSFSR «O zapreshhenii vyvoza zagranicu predmetov iskusstva i stariny» ot 24 sentjabrja 1918 g. URL. <http://istmat.info/node/31524> (data obrashhenija 11.07.2016)
6. Dekret SNK RSFSR «O registracii, prieme na uchet i ohrane pamjatnikov iskusstva i stariny, nahodjashhihsja vo vladenii chastnyh lic, obshhestv i uchrezhdenij» ot 10 oktjabrja 1918 g.- URL. <http://istmat.info/node/31571> (data obrashhenija 13 ijulja 2016)
7. Postanovlenie SNK o nacionalizacii Tret'jakovskoj galerei ot 3 ijunja 1918 g. URL. <http://istmat.info/node/30019> (data obrashhenija 13 ijulja 2016)
8. Dekret SNK RSFSR «Ob uchete i ohrane pamjatnikov iskusstva, stariny i prirody». URL. http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_1916.htm (data obrashhenija 15 ijulja 2016)
9. Postanovlenie Narodnogo Komissariata Prosveshhenija RSFSR «Instrukcija ob uchete i ohrane pamjatnikov iskusstva, stariny, byta i prirody» ot 7 ijulja 1924 g. URL. http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_2079.htm (data obrashhenija 15 ijulja 2016)
10. Lenin V.I. Poln. sobr. soch. M., 1964. T. 41.
11. Sm. podrobnее o mehanizmah preobrazovanija obshhestva v perelomnye jepohi sm.: Jeizenshtadt Sh. Revoljucija i preobrazovanie obshhestv. Sravnitel'noe izuchenie civilizacij. M., 1999.