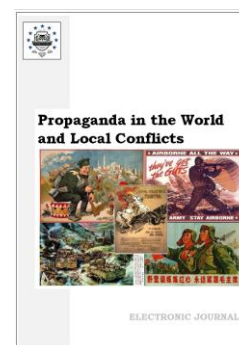


Copyright © 2023 by Cherkas Global University



Published in the USA
 Propaganda in the World and Local Conflicts
 Issued since 2014.
 E-ISSN: 2500-3712
 2023. 10(1): 37-55

DOI: 10.13187/pwlc.2023.1.37
<https://pwlc.cherkasgu.press>



The Preservation of Military Secrets in the Poster Art of the Soviet State in the 1930s and 1950s

Anvar M. Mamadaliev ^{a, *}

^a East European Historical Society, Russian Federation

Abstract

The manuscript is devoted to the preservation of military secrets using propaganda techniques and through poster art. The chronological framework of the study is the 30-50s of the XXth century. The source was the well-known posters of the pre-war, war and post-war period; a total of 16 propaganda posters were analyzed.

Such methods of scientific research as historical-typological, historical-systemic, historical-genetic, as well as historiographic and synthesis methods were used in the work.

In the process of work, the conclusions were drawn that ideology and art in the Soviet Union were interrelated. One example is propaganda posters, the target audience of which were Soviet citizens. One of the most common applications of these posters was information security.

A whole galaxy of famous Soviet cartoonists, graphic artists and illustrators were engaged in propaganda posters. Pre-war posters, as a rule, were mainly associated with the theme of repression and formed the image of the so-called “enemy of the people”, that is, the internal enemy; they also inspired an atmosphere of suspicion, a sense of distrust of their own fellow citizens, the hostile political environment of the USSR, etc.

Wartime posters (1941–1945) redirect the image of the enemy from the inside to the outside; the target audience was as wide as possible (all Soviet citizens, including children), propaganda was aimed at showing consciousness and vigilance.

Posters of the post-war period (the second half of the 1940s – 1950s) again shift the focus to the internal enemy, but often an external enemy appears in the person of employees of Western special services; vigilance is formed not only in the political, but also in the economic and social spheres.

The propaganda posters of all three periods are united by the formation of a sense of fear for inappropriate conversations; a lot of people who are speaking and not to the point are associated with a criminal.

Keywords: propaganda, Soviet propaganda, military propaganda, “military secret”, Soviet Army, Red Army, USSR, Great Patriotic War, wartime posters.

1. Введение

В военное время проблемы, связанные с информационной безопасностью и недопущением попадания ценных сведений противнику, являются одними из наиболее актуальных. В военной истории известно немало случаев, когда случайно полученная информация может стать переломной в истории войны. Одним из ярких примеров является работа профессионального разведчика Красной Армии Н.И. Кузнецова, случайно

* Corresponding author

E-mail addresses: anvarm@mail.ru (A.M. Mamadaliev)

добывшего от рейхскомиссара Украины Э. Коха сведения об операции вермахта «Цитадель» за несколько недель до ее начала. Находясь на аудиенции у Коха и понимая, что выполнить задание – убийство рейхскомиссара, – и одновременно остаться в живых невозможно, Кузнецов принял единственно верное решение – не выполнять задание, а передать полученные сведения в штаб советских войск. В том числе и благодаря полученным сведениям Красная армия сумела оперативно перегруппировать силы и подготовиться к наступлению вермахта, что в итоге обеспечило победу советским войскам на Курской дуге; данная победа стала началом коренного перелома в Великой Отечественной войне.

Вместе с тем сохранение так называемой «военной тайны»¹ имеет важное значение и в мирное время, причем не только в условиях социально-экономического и политического противостояния с конкурирующими государствами.

На примере плакатного творчества Советского государства в данной статье мы попробуем проанализировать методы пропагандистской работы, направленной на сохранение военной тайны как в военный период, так и в мирное время (довоенный и послевоенный периоды).

2. Материалы и методы

Материалом для данной статьи послужили плакаты, выпущенные в СССР в 30-50-х годах XX века и находящиеся в открытом доступе в сети Интернет.

Методический комплекс нашей работы составляют как исторические, так и общенаучные методы исследования. Из специальных исторических методов научного исследования применялись:

- историко-типологический метод: применялся для классификации методов пропаганды, а также для классификации историографии по проблемам военной пропаганды и плакатного творчества;
- историко-системный метод: применялся для анализа плакатного творчества в соответствии с политической, экономической и военной обстановкой в период из издания;
- историко-генетический метод: применялся для изучения плакатного творчества в неотрывной связи с предыдущими событиями в мирное время государстве, а также на фронте и в тылу в военное время.

Из общенаучных методов применены метод историографического анализа (для исследования доступных источников и литературы по проблеме исследования) и метод синтеза (для формулирования выводов исследования).

3. Обсуждение

Научных работ, освещающих тематику военной пропаганды в мирное и военное время, достаточно много.

Условно их можно разделить на несколько групп.

1. К первой группе отнесем исследования по теории пропаганды. В основе теории военной пропаганды, прежде всего, лежат труды трех исследователей: Гарольда Л. Лассвела, Вальтера Липпмана и Джона Дьюи. Согласно Липпману, сущность военной пропаганды заключается в сокрытии важной информации для широких масс населения, в то время как руководящие элиты обязаны обладать всей полнотой информации; причем скрупулезно отредактированная и тщательно отобранная информация должна преподноситься массам исключительно в выгодном для государства ракурсе. По мнению В. Липпмана, широкие массы не обладают хорошей образованностью и далеко не всегда в состоянии отличить пропагандистскую ложь от правды (Lippmann, 1922). Г. Лассвелл в своих работах не только конкретизировал идеи В. Липпмана, но и выделил методики пропагандистской работы (Lasswell, 1938), в основе которых лежит страх человека за жизнь близких и свою собственную, потеря собственности и пр.; именно эгоистические интересы отдельно взятого человека и являются целью пропагандистской работы (Lasswell, 1927). Д. Дьюи, будучи

¹ Военная тайна – сведения военного характера, имеющие ограниченный доступ и специально охраняемые государством; одна из разновидностей государственной тайны. Термин широко применялся в советский период; в настоящее время вооруженных силах Российской Федерации официально не применяется.

прежде всего философом, а не только теоретиком пропаганды, полагал, что эрудированность личности, ее образованность и умение найти нужную информацию в широком информационном потоке поможет человеку самостоятельно отграничить фальшь официальной пропаганды от правдивых сведений (Дьюи, 2000; Дьюи, 2002).

Более поздние работы по теории пропаганды так или иначе опираются или повторяют вышеуказанные труды.

Из ранних исследований современников вышеуказанных трудов отметим работы А. Понсонби, который обосновывал не только полезность, но и необходимость использования ложных сведений и искажения информации в военное время (Ponsonby, 1928), а также труды Ж. Демарсьяля о взаимосвязи военных событий, патриотизма и необходимости лжи государственной пропаганды (Demartial, 1916), о проблемах мобилизации сознания и патриотизма средствами пропаганды (Demartial, 1922) и о пропагандистских мифах, связанных с развязыванием агрессивной войны в якобы в «оборонительных целях» (Demartial, 1930).

Из современных работ отметим исследование А. Морелли, которая весьма четко классифицировала и конкретизировала основные методы военной пропаганды (Morelli, 2001).

2. Вторая группа исследований связана с изучением отдельных сфер пропагандистской работы: отдельных методов, способов и средств пропаганды в военное и мирное время, пропаганда противоборствующих сторон в конфликтах различного масштаба и пр. К таким трудам отнесем диссертационное исследование А.О. Буранка (Буранок, 2009) и статью Д.В. Ливенцева (Ливенцев, 2012) об особенностях военной пропаганды в Русско-японской войне, монографию Е.С. Сенявской об идеологических особенностях и проблемах формирования понятия «противник» и эволюции данного понятия в России на протяжении XX века (Сенявская, 2006), а также ряд других работ (Mamadaliyev, 2020a; Mamadaliyev, 2020b; Mamadaliyev, 2021a; Mamadaliyev, 2021b; Mamadaliyev, 2022 и др.).

Из трудов, посвященных непосредственно плакатной пропаганде в СССР, прежде всего следует выделить две монографии советского периода под авторством Г.Л. Демосфеновой и ее соавторов: «Советский политический плакат» (Демосфенова и др., 1962) и «Советские плакатисты – фронту» (Демосфенова, 1985), в которых дается не только анализ плакатного творчества, но и содержатся огромные количества плакатов довоенного, военного и послевоенного времени. К сожалению, как и многие работы советского периода, указанные монографии не свободны от весьма значительной идеологической составляющей.

Отдельные монографии посвящены непосредственно художникам – Борису Широкограду (Гольцов, 1970), Петру Голубю (Июффе, 1957) и др.

3. И, наконец, третья группа работ связана с общими понятиями пропаганды и носит скорее справочный характер (см., например, БСЭ, 1975; О военной пропаганде..., 2020; Философия, 2006 и др.).

Безусловно, перечень исследований по проблемам пропаганды весьма широк, и многие труды не были освещены в нашей работе, однако не указывать их полный перечень в рамках данной рукописи мы считаем уместным, так как мы обозначили лишь те работы, которые были использованы в нашем исследовании.

4. Результаты

Пропагандистские плакаты в СССР регулярно издавались, начиная с Октябрьской социалистической революции. Однако с момента усиления личной диктатуры в начале 30-х годов XX века в плакатном творчестве начинает проследиваться ярко выраженный охранительный характер: Советское государство посредством жестко централизованной командно-административной системы управления уделяли самое пристальное внимание вопросам сознательности, бдительности и безопасности – агитационных¹ плакатов на данную тематику выпускали весьма много, и в стране всячески насаждалась атмосфера подозрительности.

¹ Агитация – одна из форм массовой пропаганды. В данной работе термины «агитация» и «пропаганда» будем считать синонимами.

Плакатов, пропагандирующих информационную безопасность, в открытом доступе весьма много, и сделать анализ каждого из них представляется нецелесообразным. Мы взяли наиболее интересные с точки зрения пропаганды советские экземпляры и условно разделили их на три раздела по временному признаку: довоенного (30-е годы XX века) периода, а также военного (1941-1945 годы) и послевоенного (вторая половина 40-х годов – 50-е годы XX века) времени.

Также можно выделить несколько художников, которые профессионально занимались агитационным плакатным творчеством, в том числе и на тему сохранения военной тайны, таких как: Кукрыниксы (творческий коллектив художников М.В. Куприянова, П.Н. Крылова и Н.А. Соколова: название является аббревиатурой фамилий и имени – **КУ**приянов-**КРЫ**лов-**НИК**олай-**СО**колов), П.С. Голубь, Н.Н. Ватолина, А.А. Кокорекин, В.С. Иванов, В.Н. Дени (Денисов), В.Б. Корецкий и др.

4.1. Довоенные пропагандистские плакаты (30-е годы XX века)



Рис. 1. Советский информационный плакат, 1939 г.

Плакаты 30-х годов связаны прежде всего с темой репрессий и так называемых «врагов народа». Ярким примером может служить плакат, изображенный на рис. 1 и датированный 1939-м годом. Как видим, плакатное творчество прямо апеллировало к сознательности и бдительности, а также насаждало образ врага, «осадного положения» советского государства, то есть окружения враждебно настроенными странами, а также обстановку подозрительности.

4.2. Плакаты военного времени (1941–1945 годы)

Одним из наиболее известных плакатов военного времени является работа Нины Ватолиной и Николая Денисова (работавшего под псевдонимом «Дени») «Не болтай!», выпущенная в 1941 году. В эпиграфе в стихотворной форме говорится о необходимости сохранять бдительность и не говорить лишнего, даже если ситуация кажется безопасной: «Будь начеку. В такие дни подслушивают стены. Недалеко от болтовни и сплетни – ДО ИЗМЕНЫ!». Данный агитационный плакат имел широкий тираж и призывал население СССР не распространять сплетни и слухи, то есть соблюдать информационную безопасность. Прямо указывалась возможность нести уголовную ответственность за измену, за «неосторожные» разговоры.



Рис. 2. Плакат «Не болтай». Художники Н.Н. Ватолина, Н.В. Дени, 1941 год



Рис. 3. Плакат «Телефонный болтун – пособник фашистского шпиона»
Художник В.Б. Корецкий, 1941 год

Агитационный плакат работы Виктора Корецкого (Рисунок 3) вновь апеллирует к сдержанности в телефонных разговорах. Прямо указан и «бенефициар» неосторожных переговоров – шпион/разведчик Третьего рейха. Таким образом, советская агитация делала особый упор на телефонных разговорах, которые легло было прослушать и сделать определенные выводы из полученной информации.

На Рисунок 4 представлена работа художника-живописца, а также автора агитационных плакатов Иосифа Серебряного, датированная 1941-м годом. Содержание плаката затрагивает больше экономическую сферу: нарочито непрезентабельного вида черная рука нацелилась на социалистическую собственность – промышленное предприятие, однако ее перехватывает крепкая красная рука советского гражданина. Агитплакат прямо призывает к бдительности: имеется ввиду не только неразглашение, а прежде всего, бдительность на производстве, усиленное внимание к хищению государственного имущества и т.п. Как известно, 1941-й год стал сильнейшим ударом не только по Красной Армии, но и по промышленности Советского государства: предприятия, заводы и фабрики приходилось спешным образом эвакуировать в тыл, и в этой связи разного рода хищения вполне могли быть расценены как диверсия.



Рис. 4. Плакат «Будь бдительным». Художник И.А. Серебряный, 1941 год.



Рис. 5. Плакат «Ребята защищайте Родину! Выслеживайте врагов, сообщайте взрослым!», 1941 год.

В качестве цели агитационной пропаганды зачастую являлись и дети, доказательством чем является плакат «Ребята защищайте Родину! Выслеживайте врагов, сообщайте взрослым!» 1941 года выпуска. На репродукции изображены двое детей, на вид лет 6-8, которые заметили высадку вражеских агентов-парашютистов – один мальчик, вероятно, лидер в группе, указывает рукой другому, со сжатыми кулаками, на необходимость сообщить о высадке, вероятно, в ближайший населенный пункт, в соответствующие структуры. У обоих детей пионерские галстуки; данная символика советского государства, вероятно, особо должна была подчеркивать их сознательность и лояльность политике советского государства, а сжатые кулаки символизируют решительность и желание бороться с врагом.



Рис. 6. Плакат «Находясь за рубежом родной земли, будьте особенно бдительны!», 1945 г.

И, наконец, нельзя не затронуть тему бдительности красноармейцев в зарубежном походе при освобождении Европы от нацистов. Плакат «Находясь за рубежом родной земли, будьте особенно бдительны!», датируемый 1945-м годом, апеллирует к Приказу № 20 Верховного Главнокомандующего Маршала Советского Союза И.В. Сталина. На картине изображен крепкий советский матрос с боевыми наградами и винтовкой в руке, который ловит непрезентабельного вида вражеского солдата, переодетого в гражданскую верхнюю одежду, держащего факел и роняющего гранату; надо полагать, схваченный планировал какую-либо диверсию. Целевая аудитория данного агитационного плаката – военнослужащие, участвующие в денацификации Европы. Бдительность подразумевается не только в плане упреждения действий диверсантов, но и в информационном плане.

В целом можно отметить, что агитплакаты военного периода отличаются широкой целевой аудиторией, на которую была направлена пропаганда. Это и военнослужащие, и гражданское население, и даже дети. Пропаганда была нацелена на проявление сознательности и бдительности. В отличие от предвоенных агитплакатов, в большинстве картин был четко обозначен враг – внешний противник, то есть акцент смещается с внутреннего врага на внешнего.

4.3. Плакаты послевоенного времени (вторая половина 1940-х годов – 1950-е годы).



Рис. 7. Плакат «Не болтай у телефона! Болтун – находка для шпиона»
Художник П.С. Голубь. 1951 г.

Один из наиболее известных агитплакатов руки художника П. Голубя, который специализировался на репродукциях такого плана. Фраза «болтун – находка для шпиона» и

вовсе стала поговоркой, которая активно используется в бытовом обиходе вплоть до настоящего времени. По срокам издания плаката существуют расхождения. Одни авторы считают, что плакат был выпущен в военное время: на иллюстрации персонажи в военной форме, а фраза «болтун – находка для шпиона» вырвана из контекста статьи в газете «Известия» от 26 июля 1941 года: «революционная бдительность – одно из важнейших условий организации победы над врагом. Поря понять, что болтун, словоохотливый человек - прямая находка для шпиона, вольный или невольный пособник врага...» ([Агитационные плакаты, 2023](#)). Другие же авторы считают, что данный плакат датируется послевоенным временем, а именно – 1951-м годом (см., напр., [Демосфенова и др., 1962](#)). Мы же считаем более валидным источником профильную советскую монографию 1962 года, поэтому поместили этот плакат в 3-й раздел. На изображении, вероятно, изображены военнослужащие срочной службы; разговор по телефону солдата с погонями рядового принудительно прекращает старший сержант посредством прерывания телефонной связи. Плакат касается отнюдь не только военнослужащих, а призывает всех граждан СССР быть бдительными при разговоре по телефону и не говорить ничего «лишнего».



Рис. 8. Плакат «Строго храни государственную и военную тайну!»
Художники А.И. Интезаров и Н.А. Соколов, 1952 год.

На плакате «Строго храни государственную и военную тайну!» иллюстраторы Аркадий Интезаров и Николай Соколов апеллируют к надлежащему хранению документов, представляющих государственную тайну: на репродукции изображен военнослужащий офицер, убирающий в сейф конверт, скрепленный сургучом. Агитплакат формирует чувство ответственности (а именно – ответственного/надлежащего хранения секретных документов) и дисциплинированности, а также сознательности и бдительности.



Рис. 9. Плакат «Будь зорким на посту!». Художником П.С. Голубь, 1953 г.



Рис. 10. Плакат «Бдительность – наше оружие. Будьте бдительны!»
Художник Б.Н. Широкопад, 1953 г.

Плакат «Будь зорким на посту!» художника Петра Голубя датируется 1953 годом – во многом переломным для СССР: в этом году заканчивается так называемая диктатура И.В. Сталина и к власти приходит Н.С. Хрущев, который несколько смягчает режим (так называемая «хрущевская оттепель»), одновременно стараясь очернить период сталинизма. Данная картина – одна из последних работ художника-графика, плакатиста и иллюстратора Петра Семеновича Голубя, который трагически погиб в возрасте 40 лет в этом же 1953-м году. На плакате изображен не солдат, а «путеец» – железнодорожный рабочий. Плакат призывает к качественному выполнению своей работы и, одновременно, к бдительности в отношении всякого рода диверсий.

Картина Бориса Широкограда «Бдительность – наше оружие. Будьте бдительны!» призывает к бдительности граждан Советского Союза. Рука, держащая меч с символикой Страны Советов – серпом и молотом – разрушает змею. Плакат поделен по диагонали: верхняя диагональ черная, символизирующая «темную» («неправильную» капиталистическую) сторону, нижняя – «светлая» («правильная» социалистическая) сторона, на которой изображены памятники-достижения советского государства. Целевая аудитория пропаганды – советские граждане; цель агитации – информационная и экономическая безопасность: предотвращение шпионажа, диверсий, вредительства и провокаций (что и символизирует разрубленная змея).



Рис. 11. Плакат «Бдительность – наше оружие!»
Художник В.С. Иванов, 1953 г.

Агитационный плакат «Бдительность – наше оружие!» датируется 1953-м годом и принадлежит перу художника Виктора Иванова. Данное средство пропаганды нацелено на формирование и поддержание чувства бдительности граждан в экономической сфере: на фоне строительства гидроэлектростанции рабочий ловит черную руку недобросовестного гражданина/шпиона с эмблемой доллара на ладони, которая, предположительно,

расхищает социалистическую собственность. Фраза «бдительность – наше оружие!» также стала легендарной.



Рис. 12. Плакат «В письме домой, смотри, случайно не разболтай военной тайны!»
Художник К.К. Иванов, 1954 год



Рис. 13. Плакат «Болтовня, сплетни – на руку врагу»
Художники К.К. Иванов и В.М. Брискин, 1954 год

Агитплакат «В письме домой, смотри, случайно не разболтай военной тайны!» иллюстратора Константина Иванова (не следует путать с В. Ивановым) 1954 года, мы вновь возвращаемся к военной тематике, но уже в мирное время. Рядовой военнослужащий срочной службы пишет домой письмо своей матери, которая с удивлением на лице (а то и переходящим в ужас) читает сведения, которые ее сыну не следовало бы писать в письме; односельчанка матери военнослужащего с умилением слушает текст письма. В данном плакате формируется негативное отношение к бахвальству. Цель плаката – формирование бдительности к сохранению военной тайны, даже если доступ к таковой положен по должности.

Константин Иванов и Вениамин Брискин на плакате «Болтовня, сплетни – на руку врагу» указывают на неуместность «лишних» разговоров в общественных местах. На верхней части репродукции две дамы, вероятно во время «похода» в магазин, с интересом обсуждают какую-то тематику, а где-то поблизости «наострил уши» ухмыляющийся вражеский агент с блокнотом и авторучкой в руке. В нижней части картины изображены два сплетника мужского пола, сидящих в открытом кафе и горячо обсуждающих что-то; рядом с листиком и карандашом притаился и подслушивает тот же самый шпион, что и на верхней части картины. Плакат апеллирует к сдержанности в разговорах в общественных местах, а также к бдительности, так как шпион может притаиться в любых местах.



Рис. 14. Плакат «Болтать – врагу помогать»
Художник В.Б. Корецкий, 1954 год

Плакат «Болтать – врагу помогать» художника Виктора Корецкого (1954 год) создавался в условиях окружения Советского Союза внешними врагами и в условиях процветания шпионажа. Как известно, период середины 50-х – начала 60-х годов характеризуется некоторым смягчением режима и, соответственно, усилением шпионажа западных стран в отношении СССР. Данная иллюстрация является одной из самых известных: на картине изображен комичного вида человек, с интересом рассказывающий располагающему с виду молодому человеку какую-то недавнюю интересную историю, даже указывая на событие большим пальцем. Однако вторая половина внимательно слушающего

привлекательного мужчины совершенно другая – судя по форме одежды, витым погонам и пенсне, перед нами офицер Абвера¹. Плакат формирует чувство сознательности и бдительности, а также недоверия к согражданам, за благовидной наружностью которых может скрываться вражеский шпион. Данная картина В. Корецкого получила весьма широкое распространение, и практически каждое исследование, посвященное агитационным плакатам СССР, включает ее в свой перечень пропагандистских иллюстраций, а фраза «болтать – врагу помогать» стала нарицательной. Изображение именно немецкого военнослужащего неслучайно: несмотря на то, что потенциальным противником СССР уже стали США, плакат призван напомнить гражданам о недалеком прошлом – весьма тяжелой войне, о том, сколько бед советскому народу принесла война с нацистской Германией и как вредны могут быть «лишние» разговоры.



Рис. 15. Плакат «Не болтай! Строго храни военную и государственную тайну!»
Художник Ю.Н. Чудов, 1958 год

Плакат «Не болтай! Строго храни военную и государственную тайну!» художника-карикатуриста и промышленного графика Юрия Чудова, выпущенный в 1958 году, призывает к бдительности военнослужащих срочной службы. На иллюстрации рядовой военнослужащий срочной службы с бахвальским видом рассказывает какую-то интересную историю, активно жестикулируя руками, в то время как старший по званию, более опытный и сознательный сослуживец-ефрейтор жестом (аккуратно и незаметно приложив палец ко рту) намекает ему прекратить рассказ, так как на заднем плане идет прохожий, который внимательно смотрит на военнослужащих и пытается прислушаться к их разговору.

¹ Абвер – западно-германская военная контр- и разведслужба, созданная в 1921 году в Веймарской республике, но прославившаяся в годы второй мировой войны своей деятельностью в Третьем Рейхе.



Рис. 16. Плакат «Иностранные разведчики усиленно охотятся за любителями выпить», 1959 год

И, наконец, завершает наш обзор получивший весьма широкое распространение агитационный плакат «Иностранные разведчики усиленно охотятся за любителями выпить», репродукции которого продаются в России и сегодня (2023 год) на различных маркетплейсах и интернет-площадках. Вместе с тем, несмотря на широкое распространение, достоверно выяснить его авторство нам не удалось. Год издания, как правило, фигурирует 1959-й. Заголовок плаката дополняет текст: «Достаточно известна пословица: что у трезвого на уме, то у пьяного на языке». На картине изображены два неприглядного вида персонажа, распивающих спиртные напитки в общественном заведении, сзади которых расположился хитрого вида человек, с интересом подслушивающий беседу незадачливых алкоголиков. Карикатура преследует сразу несколько целей: пропагандирует здоровой образ жизни и вред пьянства, а также формирует чувство ответственности.

В целом можно сделать вывод, что послевоенные плакаты направлены, прежде всего, на внутреннего врага, воспитывают чувство сознательности и бдительности, но вместе с тем и насаждают ситуацию подозрительности и недоверия в обществе; безусловно, такая ситуация вполне на руку режиму: вредные для него идеи, а также сведения, представляющие государственную тайну и, соответственно, интерес для вражеских спецслужб, будут распространяться значительно медленнее. Еще один пропагандистский элемент в плакатах – это формирования чувство страха за «лишние» разговоры, так как «болтун» в этих картинах априори получает образ преступника; данный элемент объединяет агитплакаты всех трех периодов.

5. Заключение

Подытоживая сказанное, отметим ключевые моменты, обозначенные выше:

1. Идеология и искусство в Советском Союзе были связаны весьма сильно. Одним из примеров могут служить агитационные плакаты, целевой аудиторией которых были советские граждане. Одной из распространенных сфер применения данных плакатов была информационная безопасность.

2. Агитационными плакатами занималась целая плеяда известных советских карикатуристов, художников-графиков и иллюстраторов, таких как творческий коллектив Кукрыниксы, П.С. Голубь, Н.Н. Ватолина, А.А. Кокорекин, И.А. Серебряный, В.С. Иванов, В.Н. Дени (Денисов), В.Б. Корецкий, В.С. Иванов, К.К. Иванов, Ю.Н. Чудов и др.

3. Плакаты 30-х годов связаны в основном с темой репрессий и формировали образ так называемого «врага народа», то есть враг был прежде всего внутренним. Плакаты этого периода не только формировали образ врага, но и внушали «осадное положение» советского государства, окруженного враждебными капиталистическими государствами, и всячески воспитывали обстановку подозрительности и чувство недоверия к собственным согражданам.

4. Плакаты военного времени (1941–1945 годы), такие как «Не болтай», «Телефонный болтун – пособник фашистского шпиона», «Будь бдительным», «Ребята защищайте Родину! Выслеживайте врагов, сообщайте взрослым!» и др. отличаются широкой целевой аудиторией, на которую была направлена пропаганда: к таковой относятся и военнослужащие, и гражданское население, и дети. Пропаганда была нацелена на проявление сознательности и бдительности. В отличие от предвоенных агитплакатов, в большинстве картин был четко обозначен образ врага – внешнего противника в лице нацистской Германии, то есть акцент сместился с внутреннего врага на внешнего.

5. Плакаты послевоенного времени (вторая половина 1940-х годов – 1950-е годы), такие как «Не болтай у телефона! Болтун – находка для шпиона», «Строго храни государственную и военную тайну!», «Будь зорким на посту!», «Бдительность – наше оружие. Будьте бдительны!», «Болтать – врагу помогать», «Иностранные разведчики усиленно охотятся за любителями выпить» направлены, прежде всего, на внутреннего врага, воспитывают чувство сознательности и бдительности. Также послевоенные плакаты насаждают ситуацию подозрительности и недоверия в обществе; безусловно, так как такая ситуация весьма удобна для действующего режима, так как препятствует распространению вредоносных идей.

6. Объединяет все эти плакаты важный пропагандистский элемент – формирования чувство страха за «лишние» разговоры, так как негативный образ «болтуна» в них выступает в роли преступника.

Литература

БСЭ, 1975 – Пропаганда / Большая советская энциклопедия. В 30 т. / Гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд. Т. 21. М.: Советская энциклопедия, 1975.

Буранок, 2009 – Буранок А.О. Информационное обеспечение русско-японской войны в провинции (на примере Самарской губернии): автореф. дис. канд. ист. наук. Самара, 2009.

Дьюи, 2000 – Дьюи Дж. Демократия и образование / Пер. с англ. М.: Педагогика-пресс, 2000.

Дьюи, 2002 – Дьюи Дж. Общество и его проблемы / Пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002.

- Куланов, Молодяков, 2007** – Куланов А., Молодяков В. Россия и Япония: имиджевые войны. М.: АСТ, 2007.
- Ливенцев, 2012** – Ливенцев Д.В. Военная пропаганда в период русско-японской войны в 1904-1905 гг. // *Сова*. 2012. № 4 (15). С. 25-32.
- О военной пропаганде..., 2020** – О военной пропаганде – плохой и хорошей // Военное обозрение. Электронный журнал. 21.11.20. [Электронный ресурс]. URL: <https://topwar.ru/177267-o-voennoj-propagande-plohoj-i-horoshej.html> (дата обращения: 31.07.22).
- Сенявская, 2006** – Сенявская Е.С. Противники России XX века: эволюция образа врага в сознании армии и общества. М., 2006.
- Философия, 2006** – Философия: энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. М.: Гардарики, 2006.
- Демосфенова и др., 1962** – Демосфенова Г.Л., Нурок А.Ю., Шантыко Н.И. Советский политический плакат / Общая редакция Ф. Калошин. М.: Искусство, 1962.
- Демосфенова, 1985** – Демосфенова Г.Л. Советские плакатисты – фронту. М.: Искусство, 1985.
- Агитационные плакаты, 2023** – Агитационные плакаты по борьбе со шпионами времен СССР. [Электронный ресурс]. URL: <https://holidaylink.ru/by-name/budte-zorki-i-bditelny-plakat-ne-boltai-po-telefonu/> (дата обращения: 11.11.23).
- Плакат «Не болтай», 2022** – Плакат «Не болтай». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.raritetus.ru/texts/plakat-ne-boltaj/> (дата обращения: 11.11.23).
- Гольцов, 1970** – Гольцов Д. Сатирическая графика Бориса Широкограда. К.: Картя Молдовеняскэ, 1970.
- Иоффе, 1957** – Иоффе М.Л. Петр Семенович Голубь. М., 1957.
- Demartial, 1916** – Demartial G. Les responsabilités de la guerre, le patriotisme et la vérité. P., 1916.
- Demartial, 1922** – Demartial G. La guerre de 1914: la mobilisation des consciences. P., 1922.
- Demartial, 1930** – Demartial G. Le mythe de la guerre de légitime défense. P., 1930.
- Lasswell, 1927** – Lasswell H.D. Propaganda Technique in the World War. New York, 1927.
- Lasswell, 1938** – Lasswell H.D. Propaganda Technique in the World War. New York, 1938. Ch. 4: Satanism. Pp. 71-100.
- Lippmann, 1922** – Lippmann W. Public Opinion. New York, 1922.
- Mamadaliyev, 2020a** – Mamadaliyev A.M. Russian Propaganda during the Russo-Japanese War of 1904–1905 // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2020. 7(1): 27-37.
- Mamadaliyev, 2020b** – Mamadaliyev A.M. Military Propaganda around the 2020 Nagorno-Karabakh War: Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries (as illustrated by the first day of the conflict – September 27, 2020) // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2020. 7(2): 29-40.
- Mamadaliyev, 2021a** – Mamadaliyev A.M. Military Propaganda at the First Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (September 27 – October 11): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2021. 8(1): 42-51.
- Mamadaliyev, 2021b** – Mamadaliyev A.M. Military Propaganda at the Second Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (October 12 – November 10): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2021. 8(2): 99-114.
- Mamadaliyev, 2022** – Mamadaliyev A.M. The Methods and Principles of Propaganda Employed by the Soviet Pro-Nazi Collaborationists During World War II (Based on Materials From the Roul Newspaper) // *Propaganda in the World and Local Conflicts*. 2022. 9(2): 57-67.
- Morelli, 2001** – Morelli A. Principes élémentaires de provande de guerre. Br., 2001.
- Ponsonby, 1928** – Ponsonby A.A.W.H. Falsehood in War-time. L., 1928.

References

- Агитационные плакаты, 2023** – Агитационные плакаты по бор'бе со шпionами времен СССР [Propaganda posters for the fight against spies from the USSR era]. [Electronic resource]. URL: <https://holidaylink.ru/by-name/budte-zorki-i-bditelny-plakat-ne-boltai-po-telefonu/> (date of access: 11.11.23). [in Russian]
- BSE, 1975** – Propaganda [Propaganda]. Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya. V 30 t. Gl. red. A.M. Prokhorov. 3-e izd. T. 21. M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1975. [in Russian]

- Buranok, 2009** – Buranok, A.O. (2009). Informatsionnoe obespechenie russko-yaponskoi voiny v provintsii (na primere Samarskoi gubernii) [Information support of the Russian-Japanese war in the provinces (using the example of Samara province): avtoref. dis. kand. ist. nauk. Samara. [in Russian]
- Demartial, 1916** – *Demartial, G.* (1916). Les responsabilités de la guerre, le patriotisme et la vérité. P.
- Demartial, 1922** – *Demartial, G.* (1922). La guerre de 1914: la mobilisation des consciences. P.
- Demartial, 1930** – *Demartial, G.* (1930). Le mythe de la guerre de légitime défense. P.
- Demosfenova i dr., 1962** – Demosfenova, G.L., Nurok, A.Yu., Shantyko, N.I. (1962). Sovetskii politicheskii plakat [Soviet political poster]. Obshchaya redaktsiya F. Kaloshin. M.: Iskusstvo. [in Russian]
- Demosfenova, 1985** – *Demosfenova, G.L.* (1985). Sovetskie plakatisty – frontu [Soviet poster artists to the front]. M.: Iskusstvo. [in Russian]
- D'yui, 2000** – *D'yui, Dzh.* (2000). Demokratiya i obrazovanie [Democracy and Education]. Per. s angl. M.: Pedagogika-press. [in Russian]
- D'yui, 2002** – *D'yui, Dzh.* (2002). Obshchestvo i ego problemy [Society and its problems]. Per. s angl. I.I. Myurberg, A.B. Tolstova, E.N. Kosilovoi. M.: Ideya-Press. [in Russian]
- Filosofiya, 2006** – *Filosofiya: entsiklopedicheskii slovar'* [Philosophy: encyclopedic dictionary]. Pod red. A.A. Ivina. M.: Gardariki, 2006. [in Russian]
- Gol'tsov, 1970** – *Gol'tsov, D.* (1970). Satiricheskaya grafika Borisa Shirokorada [Satirical graphics by Boris Shirokorad]. K.: Kartya Moldovenyaske. [in Russian]
- Ioffe, 1957** – *Ioffe, M.L.* (1957). Petr Semenovich Golub' [Petr Semenovich Golub]. M. [in Russian]
- Kulanov, Molodyakov, 2007** – *Kulanov, A., Molodyakov, V.* (2007). Rossiya i Yaponiya: imidzhevye voiny [Russia and Japan: image wars]. M.: AST. [in Russian]
- Lasswell, 1927** – *Lasswell, H.D.* (1927). Propaganda Technique in the World War. New York.
- Lasswell, 1938** – *Lasswell, H.D.* (1938). Propaganda Technique in the World War. New York. Ch. 4: Satanism. Pp. 71-100.
- Lippmann, 1922** – *Lippmann, W.* (1922). Public Opinion. New York.
- Liventsev, 2012** – *Liventsev, D.V.* (2012). Voennaya propaganda v period russko-yaponskoi voiny v 1904-1905 gg. [Military propaganda during the Russian-Japanese War in 1904-1905]. *Sova.* 4(15): 25-32. [in Russian]
- Mamadaliyev, 2020a** – *Mamadaliyev, A.M.* (2020). Russian Propaganda during the Russo-Japanese War of 1904–1905. *Propaganda in the World and Local Conflicts.* 7(1): 27-37.
- Mamadaliyev, 2020b** – *Mamadaliyev, A.M.* (2020). Military Propaganda around the 2020 Nagorno-Karabakh War: Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries (as illustrated by the first day of the conflict – September 27, 2020). *Propaganda in the World and Local Conflicts.* 7(2): 29-40.
- Mamadaliyev, 2021a** – *Mamadaliyev, A.M.* (2021). Military Propaganda at the First Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (September 27 – October 11): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries. *Propaganda in the World and Local Conflicts.* 8(1): 42-51.
- Mamadaliyev, 2021b** – *Mamadaliyev, A.M.* (2021). Military Propaganda at the Second Stage of the 2020 Nagorno-Karabakh War (October 12 – November 10): Official Materials of Armenia and Azerbaijan Defense Ministries. *Propaganda in the World and Local Conflicts.* 8(2): 99-114.
- Mamadaliyev, 2022** – *Mamadaliyev, A.M.* (2022). The Methods and Principles of Propaganda Employed by the Soviet Pro-Nazi Collaborationists During World War II (Based on Materials From the Roul Newspaper). *Propaganda in the World and Local Conflicts.* 9(2): 57-67.
- Morelli, 2001** – *Morelli, A.* (2001). Principes élémentaires de provande de guerre. Br.
- O voennoi propagande..., 2020** – O voennoi propagande – plokhoy i khoroshei [About military propaganda – good and bad]. *Voennoe obozrenie.* Elektronnyi zhurnal. 21.11.20. [Electronic resource]. URL: <https://topwar.ru/177267-o-voennoj-propagande-plohoj-i-horoshej.html> (date of access: 31.07.22). [in Russian]
- Plakat «Ne boltai», 2022** – Plakat «Ne boltai» [“Don’t Talk” Poster]. [Electronic resource]. URL: <https://www.raritetus.ru/texts/plakat-ne-boltaj/> (date of access: 11.11.23). [in Russian]
- Ponsonby, 1928** – *Ponsonby, A.A.W.H.* (1928). Falsehood in War-time. L.

Senyavskaya, 2006 – *Senyavskaya, E.S.* (2006). *Protivniki Rossii KhKh veka: evolyutsiya obraza vraga v soznanii armii i obshchestva* [Opponents of Russia in the 20th century: the evolution of the image of the enemy in the minds of the army and society]. M. [in Russian]

Сохранение военной тайны в плакатном творчестве Советского государства в 1930–1950 гг.

Анвар Мирзахматович Мамадалиев^{a, *}

^a Восточно-европейское историческое общество, Российская Федерация

Аннотация. Рукопись посвящена вопросам сохранения военной тайны использованием пропагандистских методик и посредством плакатного творчества. Хронологические рамки исследования – 30-50-е годы XX века. Источником послужили получившие широкую известность плакаты довоенного, военного и послевоенного времени; всего было проанализировано 16 агитплакатов.

В работе применялись такие методы научного исследования как историко-типологический, историко-системный, историко-генетический, а также историографический и метод синтеза.

В ходе работы были сделаны выводы о том, что идеология и искусство в Советском Союзе были взаимосвязаны. Одним из примеров могут служить агитационные плакаты, целевой аудиторией которых были советские граждане. Одной из распространенных сфер применения данных плакатов была информационная безопасность.

Агитационными плакатами занималась целая плеяда известных советских карикатуристов, художников-графиков и иллюстраторов. Довоенные плакаты, как правило, были связаны в основном с темой репрессий и формировали образ так называемого «врага народа», то есть внутреннего врага; также они внушали обстановку подозрительности, чувство недоверия к собственным согражданам, враждебного политического окружения СССР и т.п.

Плакаты военного времени (1941–1945 годы) перенаправляют образ врага с внутреннего на внешнего; целевая аудитория была максимально широкой (все советские граждане, включая детей), пропаганда была нацелена на проявление сознательности и бдительности.

Плакаты послевоенного времени (вторая половина 1940-х годов – 1950-е годы) вновь переносят акцент на внутреннего противника, однако часто фигурирует и внешний противник в лице сотрудников западных спецслужб; бдительность формируется не только в политической, но и в экономической и социальной сферах.

Объединяет агитплакаты всех трех периодов формирование чувство страха за неуместные разговоры; много и не по делу говорящего человек ассоциируют с преступником.

Ключевые слова. Пропаганда, советская пропаганда, военная пропаганда, «военная тайна», Советская армия, Красная Армия, СССР, Великая Отечественная войны, плакаты военного времени.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: anvarm@mail.ru (А.М. Мамадалиев)