

державотворення є:

- усна й писемна комунікація однією мовою – українською;
- боротьба за вільне володіння мовою нашого етносу;
- об'єднання слов'янських народів в одну державу, яку вважають своєю корінною територією;
- створення різних таємних і відкритих організацій, головною метою яких була – пропаганда української мови та залучення до володіння нею;
- патріотичний дух та соборність єдиномовців.

Однак після того, як Україна стала Незалежною, а українська мова визнана державною, майже половина населення спілкується все ж таки російською. У нашій країні присутня двомовність, хоч і неофіційно. А деякі українські міста формально вважаються російськомовними, в яких чисту українську мову зустріти та почути дуже важко.

Отже, підбивши підсумки, можемо сказати, що українська мова послугувала значимою провідною силою в державотворенні, об'єднавши собою єдиномовне населення, тим самим розбудивши в них дух нації і відчуття спільного корінного етносу. Як результат, ми досягли бажаного – Україна визнана Незалежною, а державною мовою стає українська.

Однак після численних поразок і перемог, деякі верстви нашого населення все ж не бажають комунікувати національною мовою. Тож спеціальне завдання – єдність, ще не досягнуто.

1. Магрицька Ірина «Українська мова як чинник державотворення». URL: <https://universum.lviv.ua/magazines/universum/2004/4/mova.html>.

Тен К. Р.

здобувач вищої освіти 1 курсу
юридичного факультету,

Маргулов А. Х.

доктор історичних наук, доцент,
професор кафедри
соціально-гуманітарних дисциплін
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

РАДЯНСЬКІ ПЛАКАТИ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬСТВО

У Радянському Союзі і Україні держава була єдиним замовником масової візуальної комунікації. Плакати – важливий інструмент політичної пропаганди, тому на їх публікацію не шкодували ресурсів - виділялися великі

гроші. Стати членом Спілки художників означало, що ви могли отримати ці кошти, і ви могли отримати хороший дохід і безпечне життя за умови дотримання гласних і негласних правил. При створенні плаката автор міг отримувати суму, еквівалентну зарплати робітника за кілька місяців. Різні видавництва по-різному ставилися до творчості художників-плакатистів. «Политиздат» і «Арт» платили більше (до 600 рублів за плакат), а «Агітплакат» - дешевше (до 200 рублів).

Роль плакатів в радянській пропаганді важко переоцінити. Комуністичне суспільство сприяє формуванню світогляду і поведінки людини. Політика і мистецтво Радянського Союзу були взаємопов'язані і взаємозалежні. Використання твору як наочної пропаганди допомагало досягти політичних цілей партії і її лідерів. Інша справа, що мистецтво необ'єктивне, зазвичай не має такої художньої цінності, тому що не виражає естетики. Відносини між мистецтвом і політикою залежать в основному від визначення пріоритету. У Радянському Союзі цей пріоритет - політика, а не естетика. Тому метою даної роботи є вивчення плакатів, які створено в 1920-30-і рр. як історичний матеріал і особливий контент.

Зразок візуальної комунікації, спрямованої на пропаганду і ідеологічний вплив на завершення, повністю підрозумовлюють радянську владу. А у висновках буде цілком зрозуміло, що влада СРСР досконало володіла технікою «промивання мізків», а мистецтво слугувало «ідейній переробці трудящих у дусі соціалізму». Жертви тоталітарної пропаганди вірили в неймовірне – безкласовий устрій чи комунізм через 20 років, і не бачили очевидного – проведення прискореної індустріалізації, голодомору 1932–1933 рр. і грубих порушень прав людини.

Мистецтво плаката привернуло увагу багатьох українців і зарубіжних країн. Дослідники і мистецтвознавці (Авраменко А.В., Демосфенова Г. А. Нурок, Н. Шантико, Л. Гарольд), але в основному ніяка робота не може повністю вирішити цю проблему, вона лише пригнічує більшість досліджень по цій темі. Важливі для нашого дослідження теоретичні основи пропагандистських елементів в радянських плакатах. У статті А.В. Авраменко автор згадує про мистецтво пропаганди в період становлення і зміцнення тоталітарних режимів. Радянський Союз візуально розглядав перехід від авангарду до соцреалізму, взявши плакат як зразок мистецтва і визначивши його роль в радянській пропаганді за довоєнні роки.

У будь-який момент талант художника – це свідчення величі, витримки і законності, підтримка органів влади. Мистецтво завжди виконувало певні політичні функції у талановитих художників, скульпторів і архітекторів як серйозні аргументи в руках правлячої еліти. Роботи допомагають маніпулювати свідомістю громадян, вони розглядаються як інструменти для задоволення духовних потреб. По-перше, необхідно дати визначення поняттю «пропаганда», хоча варіантів його тлумачення багато, і всі вони містять такий ключ, як «маніпулювання», «контроль», «формування

погляду», «право думки і поведінки людей». Таким чином, використання інформації керується натовпом і створює знання про певні громадські емоції, стимули до вжиття відповідних заходів. Тому його використовують і застосовують хоча б у вигляді реклами. Ефективна пропаганда заснована на таких принципах: завоювання довіри людей, простота і повторення ідей (зазвичай використовуються слогани), використання символів (специфічних картинок, ідей, дій та ознак речей) і зв'язування їх з висловлюваннями пропагандистів, спотворення і приховування «несприятливих» фактів, обман і цензура. Засобами пропаганди є пропозиції, які будуть просувати певні дії, підказки, побічно пропонувати ідеї, звернення до суспільства. Рекомендації можуть бути засновані на заперечення типу «краще або гірше» або «Друзі та вороги».

Отже, плакат показує всі ці дії всебічної тріумфальності, ураження менталітету відсталого сільського господарства у старій імперії, де її анархія була хаотичною і безладною. Історія і політичні дослідження, а також радянське суспільство існували довгий час. Після революції, розрухи та громадянської війни під керівництвом Сталіна радянські республіки відкрили для себе новий фундамент і перспективи життя. Таким чином, «успіх» і «перемога» стали ключовими словами тієї епохи. Крім того, можна вказати на реальні досягнення - з'явилися певним чином під обраним кутом (перша і друга п'ятирічки, Стахановський рух керівників виробництва та ін.). Все це виводиться з фактів економічного розвитку. «Перемога» означає не тільки коли потрібна важлива «перемога», виникає «синдром промаху». Вони розширюються до повсякденного життя, створюючи у людей враження, що життя кожного поліпшується. Реальність така, що реальний дохід робітників становить знижено в дореволюційний період і великі досягнення тільки за рахунок істотного обмеження споживання. Однак в суспільній свідомості така теорія не діє. Насправді це слід пояснити державною політикою і особистою стабільністю як досягнення Сталіна. Перспективи дослідницьких питань пов'язані з аналізом важливих проблем, художник-плакатник повинен був виконати цікавий елемент національного замовлення. Однак в деяких роботах, навіть якщо сюжет - це таємний потяг до публіки, який надихнуло його діяльність та думки, викликає питання про ставлення художника до влади і суспільства.

1. Авраменко А. В. Радянський плакат 1920-1930-х рр. як засіб пропаганди. Київ: Наукові записки НаУКМА, 2010. Т. 101: Теорія та історія культури. С. 66-76.

2. Бабурина Н. Н. Советский политический плакат. Москва: Сов. художник. 1984. Ч. I-III. 342 с.

3. Владич Л. В. Майстри плаката. Київ: Мистецтво, 1989. 150 с.

4. Сысоев В. П. Александр Дейнека. Москва: Арт-Родник, 2010. 100 с.

5. Демосфенова Г., Нурук А., Шантик Н. Советский политический плакат. Москва: Сов. художник, 1962. 442 с.

6. Лукьянов М. В. Искусство плаката. Москва: Юный художник, 2003. 32 с.

7. Радянський політичний плакат. Колекція плакатів Серго Григоряна.