

М. Б. Ворошилова  
Екатеринбург, Россия

**«ДРУЖБА КРЕПКАЯ НЕ СЛОМАЕТСЯ»:  
ВИЗУАЛЬНЫЕ СИМВОЛЫ ДРУЖБЫ В СОВЕТСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПЛАКАТЕ**

**АННОТАЦИЯ.** Проанализирована визуальная образная система концепта «дружба народов» в советском политическом плакате периода холодной войны. Выделены 7 ключевых визуальных символов (учитывались символы, несущие смысловую нагрузку, занимающие определенное композиционное место, повторяющиеся не менее 5 раз). Выделенные визуальные символы были проанализированы с трех позиций: 1) частотность; 2) соответствие эпохе; 3) соотношение с вербальным рядом. Среди наиболее частотных нами были выделены следующие символы: антропоморфные, идеологические, символы власти, символы доверия и другие. Визуальные символы, на которых базируется концептуальная система плаката, выполняют самые разные функции: идеологическую, аксиологическую и идентифицирующую. Используемые в советском плакате периода холодной войны визуальные образы дружбы народов стереотипны, клишированы, что в полной мере соответствует и анализируемому жанру, и анализируемому пропагандистскому дискурсу. Именно стереотипность лежит в основе и вербального компонента плаката о дружбе. Семантическое ядро советского политического плаката, посвященного дружбе народов, можно представить следующим образом: дружба — это мир и сотрудничество, дружба народов нерушима. По мнению исследователей, в современном мире идеологема «братской дружбы» характеризуется деградацией и исчезновением, однако в контексте мировой политики она становится все более востребованной при выстраивании межгосударственных отношений.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** креолизованный текст; политический плакат; холодная война; дружба народов; визуальные символы; вербальный ряд; корреляция.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Ворошилова Мария Борисовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, оф. 221; e-mail: shinkari@mail.ru.

Братская дружба — одна из ключевых советских идеологем. «Братское доверие, великая дружба между народами нашей страны» [Хрущев 1940] были залогом благополучия, успехов и общих побед: «Дружба народов стала одним из решающих источников успехов в социалистическом и коммунистическом строительстве, движущей силой развития нового общества. Она позволяет наиболее целесообразно использовать материальные и людские ресурсы в интересах всех народов, быстрее решать задачи повышения материального благосостояния и культурного уровня трудящихся, укреплять оборонную мощь социалистического Отечества, обеспечивать безопасность и суверенитет каждого народа» [ФЭС 1983].

Особую актуальность понятие «братская дружба» получает в период холодной войны — именно политические плакаты этого периода мы рассматривали в рамках настоящего исследования. Политический плакат представляет собой классический пример креолизованного текста, а именно текста, обладающего сложной формой, т. е. основанного на сочетании единиц двух и более различных семиотических систем, которые вступают в отношения взаимосвязи, взаимодополнения, взаимовлияния, что обуславливает комплексное воздействие на адресата [Ворошилова 2013: 22].

С точки зрения композиции любой политический плакат построен на сочетании вербальных и невербальных кодов, причем в подавляющем большинстве примеров центральное и основное пространство плакатов занимает рисунок, текст же, содержащийся в плакате, зачастую представляет собой лозунг, расположенный с края плаката (как правило, сверху или внизу листа). Данное соотношение иллюстрации и текста определяет порядок восприятия текста плаката: зритель вначале обращает внимание на рисунок и лишь за-

тем начинает читать текст. Данный прием современные исследователи нередко называют «визуальным насилием» [см., напр.: Есимова 2010].

Итак, основной стратегией в политическом плакате является визуализация: вербальный текст (лозунг) визуализируется, и именно он становится композиционным центром плаката. Так, С. С. Фоминых справедливо характеризует плакат как «ориентированное на оптическое воздействие средство коммуникации, состоящее, как правило, из двух различных семиотических кодов: вербального и изобразительного» [Фоминых 2009: 132].

Данная особенность политического плаката определяет выбор методов его анализа. Уже традиционно основным предметом исследований становится визуальная образная система, в центре внимания ученых оказываются семантические структуры, которые выделяются при визуальном восприятии. Социальные и идеологические изменения, актуализация тех или иных проблем и тем отражаются в количественном преобладании тех или иных визуальных образов, а также в их композиционном оформлении. Как справедливо отмечает Г. Г. Почепцов, «визуальные символы очень четко отражают свое время» [Почепцов 2004: 237].

Действительно, визуальные, изобразительные элементы политического плаката, с одной стороны, являются средством распространения требуемых представлений, с другой — отражением социальных проблем своего времени. Поэтому именно визуальные компоненты и стали предметом нашего исследования. Итак, нами были отобраны методом сплошной выборки 90 советских плакатов, созданных в послевоенное время, в период холодной войны, посвященных проблеме братской дружбы между народами СССР и «братскими» странами (Китай, Куба и др.).

Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда: проект 14-04-00268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».

© Ворошилова М. Б., 2015

В исследованных плакатах мы выделили визуальные элементы и проанализировали их с трех позиций:

- 1) частотности;
- 2) соответствия эпохе;
- 3) соотношения с вербальным рядом.

В ходе анализа нами были выделены 7 ключевых визуальных символов, учитывались символы, несущие смысловую нагрузку, занимающие определенное композиционное место, повторяющиеся не менее 5 раз.

Самыми частотными стали антропоморфные образы (зафиксированы в 76 примерах из 90). Образ человека всегда был и остается самым привлекающим и понятным образом, о его высоком воздействующем потенциале неоднократно говорили и говорят исследователи.

Чаще всего героем советского плаката о дружбе народов становится мужчина (65 примеров), причем в 16 примерах это образы вождей «братских» стран (И. Сталин, Н. Хрущев, Ф. Кастро и др.), в 11 примерах это рабочие самых разных специальностей (чаще — строители, рабочие заводов), что полностью соответствует традициям советского плаката. Отметим, что образы мужчин чаще используются, когда речь идет о дружбе народов разных стран, если же на плакате изображены мужчина и женщина, чаще речь идет о дружбе народов РСФСР.

Менее чем в 5 примерах были зафиксированы образы космонавтов, моряков и спортсменов; данные образы были отражением конкретных

исторических событий и довольно быстро уходили с плакатов.

Женские образы были отмечены всего в 24 примерах, причем, в соответствии с традициями советского плаката, в подавляющем большинстве примеров перед нами женщина-труженица, женщина-соратник. Лишь в 7 примерах перед нами предстает образ женщины-матери, женщины с ребенком на руках, причем центральным в данных примерах становится именно образ ребенка, символизирующий переход дружбы народов из поколения в поколение. Данный образ используется только в отношении дружбы народов, проживающих на территории нашей большой страны.

Удивительно, но нами было зафиксировано всего 5 примеров, где дети выступали как самостоятельные герои.

Итак, проанализировав только одну группу символов в политическом плакате о дружбе народов, можно отметить ее идеологичность, что полностью соответствует задачам и традициям советского плаката.

Действительно, одна из основных функций плаката — пропаганда господствующей идеологии. На большинстве политических плакатов можно увидеть самые различные идеологические символы, наиболее заметными и узнаваемыми являются портреты вождей, но не менее значимы и такие классические символы, как красный флаг, звезда, Кремль и др. Весь этот идеологический фон является неотъемлемой частью плакатов XX в., и в нашей подборке он занимает второе место по частотности (71 пример).



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6

Самым востребованным образом, конечно, становится красный флаг (55 примеров из 71), но именно этот символ часто становится лишь фоном или идентифицирующим знаком, позволяющим охарактеризовать героя плаката.

Второе место по степени частотности среди идеологических символов по справедливости разделили серп и молот (19 примеров) и красная звезда (16 примеров).

Третье место заняли герб СССР (7 примеров) и Кремль (6 примеров). И если первый символ — герб СССР — зачастую занимает центральную позицию в тексте плаката, что обусловлено его тесной связью с темой дружбы народов, ставшей залогом успеха Союза Советских Социалистических Республик, то второй — Кремль — вновь выполняет лишь идентифицирующую функцию и чаще всего используется вместе с образами вождей, подчеркивая значение власти.

Следующая группа символов по частотности объединила два важных для русской культуры символа: объятия (35 примеров) и рукопожатия (30 примеров). Символы, несущие значения доверия и поддержки, очень важны для концепта «дружба».

Символ рукопожатия имеет более официальное значение, и в политическом плакате о дружбе народов зачастую используется в связи с темой дружбы представителей разных стран. Большинство плакатов с изображением политических вождей (15 из 16 зафиксированных нами примеров) содержат и образ рукопожатия.

Говоря о жестах, необходимо отметить и обилие в советском плакате открытых жестов: открытые руки для будущего объятия или протянутая рука с открытой ладонью. Но тем или иным образом данные жесты связаны с доверием, открытостью, желанием идти на контакт.

Четвертым по степени частотности является символ земного шара, особенно востребованный в советской символике именно периода холодной войны. Отметим, что данный символ тесно связан с многозначностью слова «мир»: мир как планета и как согласие, не война.

Не менее символичен и следующий визуальный образ — образ корабля. С одной стороны, корабль связан с путешествиями, с большими



Рис. 7



Рис. 8

пространствами, является тем средством, которое проложит путь в дальние края и объединит народы. С другой стороны, корабль во многих культурах символ свободы, а свобода как элемент дружбы — очень важный ее компонент: мы предлагаем дружить двум равным и свободным народам, мы не захватываем, не навязываем, не завоевываем. Отметим, что образы земного шара и корабля зачастую используют вместе.

Наименее частотным из всех проанализированных является милитарный символ. Нами были отмечены лишь 5 примеров использования образа оружия, причем важно, что данный образ построен на отрицании: образ оружия либо перечеркнут, либо оружие сломано. Так, на рисунке 8 милитарный образ сочетается с образом земного шара (традиционного образа мира) и образом советского спутника: «Мы за мир. Мы за дружбу». Данный плакат воспринимается как обращение-призыв остановить гонку вооружений.

Итак, используемые в советском плакате периода холодной войны визуальные образы дружбы народов стереотипны, клишированы, что в полной мере соответствует и анализируемому жанру, и анализируемому пропагандистскому дискурсу. Стереотипность лежит и в основе вербального компонента плаката о дружбе. Подавляющее большинство исследованных креолизованных текстов базируется на следующих клише:

- мир и дружба: «Спорт. Мир. Дружба»; «Мы за мир. Мы за дружбу»; «Мир, дружба, разоружение»;
- крепкая дружба: «Крепим дружбу во имя мира и счастья!»; «Из поколения в поколение крепите дружбу народов СССР»;
- нерушимая дружба: «Наша дружба нерушима»; «Пусть живет и крепнет нерушимая дружба и сотрудничество русского и китайского народов!».

Семантическим ядром советского политического плаката, посвященного дружбе народов, становятся следующие ключевые слова: *дружба* (87 упоминаний), *мир* (31 упоминание), *народ* (26 упоминаний), *нерушимый* (19 упоминаний), *сотрудничество* (16 упоминаний). Данные наблюдения полностью подтверждают ранее получен-

ные результаты и еще раз указывают основные тематические векторы: дружба — это мир и сотрудничество, дружба народов нерушима.

Безусловно, братская дружба народов, особенно славянских, была и остается прочной основой для взаимовыгодного сотрудничества, особенно в современном мировом контексте. Хотя исследователи все чаще говорят, что в современном мире «идеологема „братской дружбы“, некогда характеризующая межнациональные отношения, погружена в контекст деградации, исчезновения» [Иссерс, Рахимбергенова 2007], она по-прежнему остается ключевой для мировой политики. Так Е. Н. Рошин [Рошин 2002] отмечает, что участники международных отношений, помимо вхождения в формальные коллективные международные организации, продолжают обращаться к образу «дружбы» для построения отношений с остальными государствами. Договоры о дружбе способствуют их признанию как легитимных участников международной системы. Сообщества либеральных демократий также начинают осмысливать свои отношения в терминах дружбы.

**M. B. Voroshilova**  
Ekaterinburg, Russia

#### “A FRIEND IN NEED IS A FRIEND INDEED”: VISUAL SYMBOLS OF FRIENDSHIP IN THE SOVIET POLITICAL POSTER

**ABSTRACT.** *The article analyzes the system of visual images of the concept “international friendship” in the Soviet political poster of the Cold War period. The author singles out seven key visual concepts (i.e. notional concepts, included in the composition and recurring at least five times). The identified visual symbols have been analyzed from three points of view: 1) recurrence; 2) conformity with the epoch; 3) correlation with the visual text. The following symbols were found among the most recurrent ones: anthropomorphic symbols, ideological symbols, symbols relating to power, trust, etc. The visual symbols, on which the conceptual system of the poster is based, perform various functions: ideological, axiological and identifying. The images of international friendship used in the Soviet political poster of the Cold War period are stereotyped and clichéd, which is fully in line with the analyzed genre and the studied propaganda discourse. It is stereotypicality that lies at the basis of the verbal component of the poster about friendship as well. The semantic center of the Soviet political poster on international friendship may be represented in the following way: friendship means peace and cooperation, international friendship is indestructible. According to many scholars, the modern ideologeme of “fraternal friendship” is characterized by degradation and disappearance, but in the context of the world politics it is becoming more and more popular in the conduct of international relations.*

**KEYWORDS:** creolized text; political poster; Cold War; international friendship; visual symbol; verbal text; correlation.

**ABOUT THE AUTHOR:** Voroshilova Mariya Borisovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

#### REFERENCES

1. Bushev A. Germenevtika aktual'nogo mediynogo diskursa // Sovremennyy diskurs-analiz. 2012. Vyp. 6. URL: [www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org).
2. Voroshilova M. B. Politicheskii kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochleniyu : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2013.
3. Esimova A. B. Vizual'nye materialy v provedenii demograficheskoy politiki (sovetskii i kitayskii opyt) // Problemy narodonaseleniya v zerkale istorii : Shesty Valenteevskie chteniya (Moskva, 22—24 apr. 2010 g., MGU im. M. V. Lomonosova) : sbornik dokladov / red. V. V. Elizarov, I. A. Troitskaya. — M. : MAKSS Press, 2010. S. 125—135.
4. Issers O. S., Rakhimberganova M. Kh. Yazykovye markery etnicheskoy ksenofobii (na materiale rossiyskoy pressy) // Politicheskaya lingvistika. 2007. № 3 (23). S. 90—96.
5. Pochepstov G. G. Imidzhelogiya. — M. ; Kiev, 2004.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бушев А. Герменевтика актуального медийного дискурса // Современный дискурс-анализ. 2012. Вып. 6. URL: [www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org).
2. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013.
3. Есимова А. Б. Визуальные материалы в проведении демографической политики (советский и китайский опыт) // Проблемы народонаселения в зеркале истории : Шестые Валентьевские чтения (Москва, 22—24 апр. 2010 г., МГУ им. М. В. Ломоносова) : сборник докладов / ред. В. В. Елизаров, И. А. Троицкая. — М. : МАКС Пресс, 2010. С. 125—135.
4. Иссерс О. С., Рахимбергенова М. Х. Языковые маркеры этнической ксенофобии (на материале российской прессы) // Политическая лингвистика. 2007. № 3 (23). С. 90—96.
5. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. — М. ; Киев, 2004.
6. Рошин Е. Н. Понятие «дружба» как инструмент политического взаимодействия: опыт Великобритании и США : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. — М., 2007.
7. Философский энциклопедический словарь / гл. ред.: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. — М. : Советская энциклопедия, 1983. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/4301/ДРУЖБА](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/4301/ДРУЖБА).
8. Фоминых С. С. Политический плакат ГДР как тип текста // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер.: Филология. Искусствоведение. 2009. Вып. 31. С. 132.
9. Хизова М. А. Концепт «дружба» в русской и английской лингвокультурах : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. — Краснодар, 2005.
10. Хрущев Н. Сталин и великая дружба народов // Сталин. К шестидесятилетию со дня рождения. — М., 1940. С. 93—101.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов.**