

**А. Толкачева, А. Ахраменко**

## СОВЕТСКИЕ ПЛАКАТЫ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

В работе рассматривается история советских плакатов с точки зрения целенаправленного формирования общественного мнения по тем или иным животрепещущим вопросам и проблемам, встававшим перед страной как в период ее формирования, защиты от врагов, так и в мирное время. Проведен анализ самых знаменитых плакатов разных периодов советской истории для наглядного представления видимых и не всегда бросающихся в глаза различий в изобразительном, композиционном и цветовом решении, исходя из задачи, которую раскрывал плакат. Цель ставилась в понимании актуальности такой пропаганды в настоящее время и гипотетической возможности использования подобных изобразительных средств.

Каждый этап истории страны актуализировал разные темы, которые диктовали свои выразительные средства. Для периодов войн наиболее характерными являлись скупые по цветовому решению графические изображения, содержащие в текстах метафоры и гиперболы. Плакаты являлись средствами агитации и пропаганды, воздействующими на сознание и настроение людей, чтобы решить жизненно необходимые вопросы, такие как призыв в армию, поддержание высокого боевого духа и т.п.

В послевоенные годы плакаты становятся более красочными и жизне-радостными, в отличие от тематики катастроф, к которым также было необходимо привлечь внимание (они были более мрачными и пугающими). Яркие, позитивные плакаты поднимали настроение: вместе с насыщенными изображениями и мир вокруг становился приятнее. В 1960–70-е гг. особое распространение, наряду с политическим, получили рекламные, театральные, выставочные, санитарно-просветительские плакаты. Отдельное внимание заслуживают плакаты, посвященные достижениям СССР, особенно успехам в освоении космоса. Перестройка отличилась малым количеством плакатов, так как их актуальность сходила на нет.

Для нашего времени довольно актуальна тематика ностальгии по XX веку, а потому, мы предполагаем, что социальная реклама, отсылающая к плакату времен СССР, выполняла бы свою функцию по привлечению внимания к различным вопросам. Выбранная тема для созданной рекламы – мошенничество с помощью телефонных звонков, являющаяся серьезной проблемой на данный момент. Наиболее близок к этой теме плакат Корецкого «Болтун – находка для врага!» (1954) и именно его мы выбрали как референс к своему плакату.

Проанализировав историю советских плакатов, мы исследовали, какие темы были популярны в разные периоды нашей истории и способствовали формированию общественного мнения, и отразили это в практической части, создав социальную рекламу, основанную на плакате советского периода.