Е.В. ЖЕРДЕВ
Доктор искусствоведения, профессор кафедры «Промышленный дизайн» РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

ТАНЬ ИФУ
Аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: 277981887@qq.com

E.V. ZHERDEV
Doctor of Art History, Professor of the Department of Industrial Design, Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

TAN YIFU
Postgraduate Student at the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: 277981887@qq.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_373_383

СОВЕТСКИЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ ВО ВРЕМЯ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ

SOVIET POLITICAL POSTER DURING THE CIVIL WAR

В статье рассматриваются плакаты, выпускаемые «Окнами сатиры РОСТА», с осени 1919 года по январь 1922 года во время Гражданской войны и интервенции в Российской Советской Республике.

The article examines the posters produced by the ROSTA Satire Windows from the autumn of 1919 to January 1922 during the Civil War and the intervention in the Russian Soviet Republic.

Ключевые слова: плакат, «Окна РОСТА», Гражданская война, интервенция, советская власть, сатира.
Keywords: poster, “Windows of Growth”, Civil War, intervention, Soviet power, Entente, satire.

После Великой Октябрьской социалистической революции 1917 года началось становление советской власти в России. Это вызвало решительное сопротивление не только свергнутых эксплуататорских классов внутри страны, но и всего мирового империализма. Однако революция началась в тот момент, когда главные империалистические державы участвовали в Первой мировой войне и ни одна из их группировок не могла оказать немедленную помощь свергнутому буржуазно-помещичьему правительству России. Но обе враждующие коалиции (страны Антанты, с одной стороны, и Германия и ее союзники — с другой) уже тогда установили тесные связи с внутренними контрреволюционными силами России с целью свергнуть Советскую власть, реставрировать капитализм и поставить ослабленную Россию в кабальную политическую и экономическую зависимость от крупных империалистических держав Запада. Выступление внутренней и внешней контрреволюции происходило в условиях, когда только создавалось государство диктатуры пролетариата, которое еще не имело мощной Красной Армии, а старая армия находилась в состоянии развала. Трудности борьбы усугублялись экономической разрухой и серьезными продовольственными затруднениями в городах и на фронте.

Установление Советской власти во многих районах произошло мирным путем, но в ряде районов и городов, где против Советов выступили контрреволюционные силы, оно приняло характер гражданской войны. В это время Коммунистическая партия и Советское правительство во главе с В.И. Лениным в процессе борьбы за установление Советской власти сумели организовать разгром контрреволюционных очагов. Советская власть получила поддержку рабочего класса и широких слоев крестьянства.

В связи с высоким процентом неграмотности среди населения в годы революции и гражданской войны агитационный плакат приобрел важнейшее значение. В эти тяжелые годы выходило много газет. Очень часто газету заменял плакат. Искусство плаката было доступно широким массам, его образы были понятны каждому, а короткий энергичный текст — лозунг, сопровождавший изображение, — запоминался и призывал к действию. Агитационные плакаты посылались на фронты гражданской войны, наравне с патронами и снарядами, их расклеивали всюду. В этом контексте огромную роль играли «Окна РОСТА» — сатирические политические агитационные плакаты, которые создавались с осени 1919 года по январь 1922 года во время Гражданской войны и интервенции в

Российской Советской Республике. Плакаты выпускались Российским телеграфным агентством и позже Главным управлением политико-просветительных учреждений Наркомпроса РСФСР. Над их созданием работало множество известных поэтов и художников Советской России, например, В.В. Маяковский, А.М. Родченко, В. Н. Дени, Д.С. Моор, М.М. Черемных, И.А. Малютин, К. С. Малевич и др.

«Окна РОСТА» сыграли значительную роль в становлении советского изобразительного искусства. Ясность изобразительных средств, наглядность образов, возможность быстрого отклика на происходящие события и быстрое распространение обусловили применение плакатного искусства как наиболее эффективного средства вовлечения народа в общественную жизнь. Советское правительство нуждалось в пропаганде и агитации своих политических идей и целей. Язык художника звучал наравне с речью политического оратора. И можно сказать, что речь далеко не всякого оратора обладала такой яркостью и мобилизующей силой, какая была свойственна плакатам Гражданской войны. Вот почему все агитационные поезда: «Октябрьская революция», «Агитпоезд им. В.И. Ленина», «Красный казак», знаменитый агитационный пароход «Красная звезда» были украшены яркими убедительными плакатами. Первые советские политические плакаты были выпущены издательством ВЦИК в августе 1918 года. Позднее крупнейшими издателями плакатов стали Центропечать с сетью губернских агентств РОСТА, Всероссийское бюро военных комиссаров, Литературно-издательский отдел Реввоенсовета Республики. Центрами по выпуску советских плакатов были Москва, Петроград, Казань, Киев, Одесса, Смоленск, Харьков.

Основными темами плакатов были: разгром Деникина, Юденича, Колчака, Врангеля и др., внутренняя политика, третий поход Антанты, съезд советов, вопрос НЭПа, голод в Поволжье. «Окна РОСТА» сформировали новый жанр — сатирический агитационный политический плакат. «Окна РОСТА» выпускали плакаты, создававшиеся советскими художниками и поэтами, работавшими в системе Российского телеграфного агентства (РОСТА). «Окна РОСТА» — самобытный вид агитационно-массового искусства, возникший в период Гражданской войны и военной интервенции 1918–20-х годов. Острые доходчивые сатирические плакаты с краткими, легко запоминающимися стихотворными текстами разоблачали врагов молодой Советской республики, освещали злободневные события, иллюстрировали телеграммы, передававшиеся агентством в газеты. Плакаты, за исключе-

нием первых, нарисованных от руки, выполнялись и размножались с помощью трафарета до 150 и более экземпляров, затем выставлялись в витринах в Москве и других городах. В «Окнах РОСТА» широко использовались традиции лубка и раёшника и т. д. Рисунки в сериях до 12 на одном листе отличались подчеркнутой простотой и лаконизмом изобразительных средств (выразительность силуэтов, раскраска в 2–3 цвета) [1; 2; 3].

Первым в «Окнах РОСТА» исполнил рисунок в октябре 1919 года М.М. Черемных. Затем к нему присоединились В.В. Маяковский, создававший яркие, меткие рисунки и подписи, а также Д.С. Моор и др.



Рис. 1. В.Н. Дени. Деникинская банда. 1919 г.

Советский плакат был весьма актуален в период построения армии нового типа — Рабоче-Крестьянской Красной Армии. Армия укреплялась организационно. На смену принципу добровольности пришел принцип всеобщей воинской обязанности. Стабилизировалась структура органов военного руководства, которую возглавил Реввоенсовет Республики. Красной армией приобретался боевой опыт, повышалась ударная и огневая мощь, что позволило не только сдерживать противника, но и на ряде направлений наносить успешные контрудары. Плакат способствовал формированию у населения представления о Красной Армии как защитнице интересов граждан республики.

Большое количество плакатов было посвящено борьбе с генералом А.И. Деникиным. Он был с января 1919 года Главнокомандующим Вооруженными Силами Юга России, лидером Белого движения. Главными идеями его программы были борьба с большевиками и восстановление «Великой Единой Неделимой России». Одним из ярких плакатов на эту тему выполнил В.Н. Дени (Денисов).

На первом плане карикатурно изображены генерал А.И. Деникин и видный русский политический деятель, монархист В.М. Пуришкевич. Их окружают фигуры, которые для художника ассоциируются с представителями реакционных кругов дореволюционной России: казак, священник, кулак и жандарм. Над рисунком надпись: «Деникинская банда», в центре призыв: «Защищайте Советы! Защищайте свою волю, свою власть».

В соответствии с Постановлением ВЦИК от 29 мая 1918 г. об обязательном наборе в РККА, Красная Армия комплектовалась по принципу мобилизаций. В июле 1918 года 5-й Всероссийский съезд Советов законодательно установил всеобщую воинскую повинность трудящихся в возрасте от 18 до 40 лет. В крупных населенных пунктах запись в Красную Армию проводили военные комиссариаты, в сельской местности эти функции выполняли приезжие сотрудники уездных военкоматов, инструкторы. В этом плане представляет интерес плакат Дмитрия Стахиевича Моора (Орлов, 1883–1946) «Ты записался добровольцем?». На плакате изображен красноармеец в красной буденовке, направивший указательный палец своей правой руки на зрителя, призывая записываться добровольцем в Красную Армию. Глаза красноармейца из плаката устремлены прямо на зрителя. В левом верхнем углу плаката располагается аббревиатура «Р. С. Ф. С. Р.» в правом верхнем углу — лозунг «Пролетарии всех стран, соединяйтесь».

Моор прекрасно понимал, что Великая Октябрьская социалистическая революция всколыхнула многомиллионные слои рабочих и крестьян, пробудила их к сознательной жизни. Он осознавал и всю глубину опасности, нависшей над молодой Советской республикой в результате нападения Антанты и контрреволюции внутри России. Для победы необходимо было сплотить рабочих и крестьян, воодушевить их на борьбу с превосходящим по силе врагом, необходимо было найти такие формы массовой пропаганды, которые были бы понятны народу и могли бы быстро откликаться на различные события, охватывая многомиллионные слои населения.

Такие плакаты, как «Ты записался добровольцем?», «Красный подарок белому пану» и другие говорят о творческой зрелости художника. Собранность и простота композиции, ее завершенность и отточенность, суровая выразительность облика красноармейца, его повелительный жест в плакате «Ты записался добровольцем?» звучат как призыв, как приказ защищать достояние народа. Четкий и лаконичный текст, органически вписанный в композицию, является как бы логическим ее завершением. Удачно сочетание положительных персонажей рабочего и крестьянина с карикатурным изображением белого пана в плакате «Красный подарок белому пану». Сопоставлением огромного красного снаряда, поддерживаемого дружными усилиями рабочего и крестьянина, и маленького белого пана на черном фоне Моору удалось выразить уверенность в победе и залог этой победы — единение фронта и тыла.

Подлинной вершиной в творчестве Моора этого периода является плакат «Помоги!». Он создан в 1921 году, когда необходимо было быстро и безотлагательно помочь голодающим. Предельная выразительность этого плаката и родилась из сознания глубины опасности, угрожающей тысячам человеческих жизней. Сначала Моор хотел дать фигуру крестьянина, окруженную изображениями страданий и бедствий голодающих, но затем отказался от этого замысла и пошел по пути концентрации центрального образа. Страшная изможденная фигура голодающего, похожая скорее на оживший скелет, чем на живого человека, страстным всплеском поднятых рук, всем своим видом кричит: «Помоги!» Засохшая былинка и поникший колос — это символы стихийного бедствия.



Рис. 2. Дмитрий Стахиевич Моор. Ты записался добровольцем? 1920 г.

Плакат «Помоги!» — большое достижение Моора — свидетельствовал о силе и жизненности советского искусства, о его глубокой связи с народом. Советский плакат, в частности плакат Моора, был первым серьезным завоеванием пролетарского изобразительного искусства.



Рис. 3. Дмитрий Стахиевич Моор. Помоги. 1921 г.

26-летний Владимир Маяковский пришел в художественный отдел РОСТА в октябре 1919-го. Он увидел на углу Кузнецкого и Петровки, где теперь Моссельпром, первый вывешенный двухметровый плакат и обратился к М.М. Черемных. Второе окно они делали вместе (Михаил Черемных, на тот момент 29-летний, автор первого плаката РОСТА, надолго пережил Маяковского, получил Сталинскую премию и умер в 1962 году) [4].

Для Маяковского «Окна» стали творческой лабораторией. Он всегда стремился сделать поэтическое слово максимально активным, действенным. В «Окнах РОСТА» поэтическая эффективность слова должна была давать прямой политический результат.

Владимир Маяковский быстро стал фактическим руководителем проекта «Окон», хотя художественным отделом РОСТА заведовал Ми-





Рис. 4. М.М. Черемных. Ленин вышел из подполья. 1922 г.

Рис. 5. Товарищ Ленин очищает землю от нечисти» создан в 1920 году. В. Дени по рисунку М. Черемных 1918 года

хаил Черемных. В «Окнах» в разное время работали художники Дмитрий Орлов (Моор), Иван Малютин, в создании плакатов участвовали Казимир Малевич и Илья Машков. Рисовал часто и сам Маяковский. В создании текстов к плакатам участвовали, помимо него, Михаил Вольпин — поэт и киносценарист, Борис Тимофеев-Еропкин — писатель и автор текстов нескольких популярных в то время песен. Маяковский руководил литературной и политической частью работы, намечал темы и писал тексты для плакатов. В сравнительно редких случаях, когда в качестве автора содержательной части выступал другой человек, Маяковский вычитывал тексты и принимал их в работу, а иногда браковал.

Стиль Маяковского в стихах иногда не похож на другие его вещи, но очень характерен. Для этой работы нужен был не только литературный дар, но и политический кругозор, и талант агитатора, способного говорить с людьми на их языке.

Тексты плакатов были предельно просты по форме и содержанию. Иногда в виде подписи к рисункам использовались переиначенные пословицы, что делало агитпродукцию еще более популярной среди недавних окопников. Сложился стиль «Окон» — далеко не самый изящный, но узнаваемый и понятный. Текст Маяковского давал художнику не только тему для изображения, он предопределял и само изобразительное решение.

Плакаты были придуманы в разгар Гражданской войны, когда РОСТА не хватало ни денег, ни технических средств. Нарисованные и напи-

санные от руки, плакаты постепенно стали тиражировать через трафареты, вывешивать в людных местах в Москве и отправлять в другие города.

Михаил Черемных вспоминал, что техника размножения и рассылки сатирических рисунков была молниеносной. Получив оригинал, трафаретчик должен был на следующий же день уже принести готовыми 25 экземпляров, на второй день — еще 50, через несколько дней бывал готов весь тираж, доходивший до 300 экземпляров. Трафаретчик работал обычно с семьей или с небольшим коллективом. Первые копии, полученные от трафаретчиков, сейчас же рассылались в самые отдаленные отделения. Позднее, кроме копий, посылали и трафареты, чтобы рисунки размножались уже на местах [4; 5].



Рис. 6. Обложка издания «Маяковский. Окна РОСТА и Главполитпросвета. 1919–1921»

Трафаретные рисунки напоминали китайскую ксилографию. Считается, что искусство создания печатных произведений возникло еще в I веке нашей эры в Китае во времена династии Хань. Такая технология позволяет получать большое количество экземпляров, что коррелировалось с трафаретной техникой Маяковского [6; 7].



Рис. 7. Плакат «Окон РОСТА», созданный Владимиром Маяковским. 1919–1921 годов

С Маяковским в «Окнах РОСТА» сотрудничал Александр Михайлович Родченко. Вместе они организовали «Реклам-конструктор» — первое рекламное агентство в стране. Маяковский писал лозунги и занимался поиском клиентов, а Родченко рисовал макеты. Заказчиками были Моссельпром, Резинотрест, ГУМ, Госиздат, Ленгиз и другие. В рекламных плакатах Родченко выделял текст типографскими средствами — шрифтами, восклицательными знаками, стрелками, вопросительными знаками. Излюбленным элементом в рекламной продукции Родченко была фотография. Интересным в этом плане представляется плакат с изображением Лилии Брик в красной косынке.

Родченко открывает в агитационном искусстве новый вид оформления плаката — фотомонтаж, который тесно связан с развитием

индустриальной культуры и массовых форм художественного воздействия. За годы сотрудничества Родченко и Маяковским были созданы десятки агитационных торговых плакатов [8].



рис.8. А.М. Родченко. Ленгиз: книги по всем отраслям знания. 1925 г.

Огромную роль сыграли плакаты советских художников в борьбе с Антантой, которая поддерживала Белую армию. Одним из преимуществ Белых армий, действовавших на Юге России, был высокий процент кавалерийских соединений. В Донской армии генерала П.Н. Краснова и в Кавказской армии генерала П.Н. Врангеля доля кавалерийских соединений достигала 50 % от общей численности войск.

Советская армия испытывала острый недостаток обмундирования и вооружения, а текущее производство не покрывало расходов. Это задерживало формирование новых частей и соединений и пополнение войск фронта. На востоке страны активно выступал адмирал А. В. Колчак, объединивший силы контрреволюции в Сибири и на Урале. На юге командовал генерал А.И. Деникин, подчинивший себе казачье войско и создавший «Вооруженные силы Юга России». На севере и западе действовал Н.Н. Юденич, сформировавший Северо-западный добровольческий корпус в Эстонии. От Антанты белогвардейцы получили сотни тысяч винтовок (Колчак — около 400 тыс., Деникин — свыше 380 тыс.), тысячи пулеметов (Колчак — свыше 1000, Деникин — около 3000), сотни орудий (например, Деникин в 1919 — 217 орудий), большое количество обмундирования, снаряжения и боеприпасов. В 1919 Деникин получил свыше 100 танков и бронемашин, 194 самолета, 1335 автомашин. В белогвардейские войска было направлено много иностранных специалистов и инструкторов (только английских — около 2000 чел.). В начале 1919 правительства Великобритании, Франции и США начали готовить новый поход против Советской России, намечая в качестве основных ударных сил армии Колчака и Деникина и подчиненных им войск Юденича и др. Главный удар предполагалось нанести на Восточном фронте силами колчаковской армии. Советское Главное

и фронтовое командования пытались выполнить указание Ленина об овладении Челябинском, но их план оказался неудачным.

В Красной армии первые кавалерийские части начинают формироваться в январе 1918 из солдат-добровольцев. В это же время создаются и первые конные краснопартизанские отряды, влившиеся позже в кавалерию Красной Армии. Но маневренный характер войны и широкое использование кавалерии противником ускорили процесс формирования кавалерийских соединений — бригад, дивизий, корпусов стратегической кавалерии, ставшей основным средством развития прорыва, разведки. Строительство регулярных частей было относительно полно осуществлено лишь на Восточном фронте; на Южном фронте и Северном Кавказе сохранялись остатки партизанщины, на Украине войска почти полностью были партизанскими.



Рис. 9. В.Н. Дени. Антанта под маской мира. 1920 г.



Рис. 10. В.Н. Дени. Антанта: Деникин, Колчак, Юденич. 1919 г.

Лидеры Белого движения в период Гражданской войны опирались на военную помощь Великобритании, Франции, США, которые к этому времени играли ведущую роль в Антанте (союз «Сердечное согласие»). На эту тему В.Н. Дени создал плакат под названием «Антанта». На плакате изображены генералы А.И. Деникин, А.В. Колчак, Н.Н. Юденич в виде свирепых псов с воинскими знаками различия и отличия на поводках у лидеров Антанты. Карикатурный образ лидеров Белого движения как «хищных псов» был призван объяснить рабочим и крестьянам зависимость белогвардейцев от помощи Антанты. В плакате использовались такие изобразительные средства, как лаконичность формы, образная символика. На цилиндрах трех империалистов изображены национальные флаги США, Франции, Великобритании. Преобладанием в палитре плаката черного цвета художник подчеркивает антинародность, антигуманность режима, который несут с собой руководители Белого движения при поддержке мирового империализма. Надписи

сверху слева — «Российская Социалистическая Федеративная Советская Республика», справа — «Пролетарии всех стран, соединяйтесь». В нижней части плаката помещены сатирические стихи, характеризующие политику Антанты в отношении Советской России.

«Окна РОСТА» сформировали новый жанр — сатирический агитационный политический плакат. Вновь такие плакаты стали выпускать в СССР во время Великой Отечественной войны, они получили название «Окна ТАСС».

Яркие образы, заложенные в основу плакатов РОСТА, остались в авангардном искусстве и находили отражение в произведениях мастеров на протяжении всего XX века.

Список литературы:

1. *Полонский В.* Русский революционный плакат. — Москва, 1925; Лебедев П.И. Советское искусство в период иностранной военной интервенции и гражданской войны. — Москва-Ленинград, 1949.

2. *Бутник-Сиверский Б.* Советский плакат эпохи гражданской войны. 1918—1921. — Москва, 1960.

3. *Демосфенова Г.Л.* Советский политический плакат [Текст] / Г. Демосфенова, А. Нурок, Н. Шантыко; под общей редакцией Ф. Калошина; Академия художеств СССР. Научно-исследовательский институт теории и истории изобразительных искусств. — Москва: Искусство, 1962. — 443с.

4. *Лазарев С.Е.* Черемных Михаил Михайлович // Россия в Гражданской войне. 1918–1922: Энциклопедия: в 3 томах / ответственный редактор А.К. Сорокин. Т. 3: Р-Я. — Москва: Политическая энциклопедия, 2021. — С. 650–652.

5. *Лаврентьев А.* Лаборатория конструктивизма. — Москва: Грантъ, 2000. — 256 с.

6. *Чжао Лилэ*. Образы и их символика в новогодних ксилографических картинах центра Чжусянь // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2023. — № 1. — Часть 1. — С. 337–346.

7. *Ван Сиси*. Полнофигурное изображение как переносимый прием: от китайской ксилографии Чэнь Хуншоу к визуальным решениям УКИЁ-Э // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2025. — № 4. — Часть 1. — С. 287–295.

8. *Лаврентьев А.Н., Жердев Е.В.* Творчество А.М. Родченко как предтеча экранного искусства // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2022. — № 1. — Часть 2. — С. 46–68.