

Жіноче питання в радянському плакатному мистецтві

Дар'я Житнікова, студентка ¹ (ORCID:0009-0003-5659-9489)

¹Київський національний університет будівництва і архітектури, Україна

АНОТАЦІЯ

Радянська гендерна політика, особливо в перші два десятиліття, сформувала ідеал «нової жінки», який вплинув на цілі покоління. У 1920–1930-х роках хвиля емансипації жінок охопила суспільство, а нова модель гендерних відносин активно впроваджувалася через пропаганду. Ця стаття ґрунтується на аналізі українських агітаційних плакатів того часу, де жінка зображалася як сильна, впевнена та віддана ідеї творення соціалістичного суспільства. Через художні образи плакатів можна виокремити ключові іконографічні типи та простежити соціальні чинники, що їх сформували.

Ключові слова: жіноче питання, радянські плакати, емансипація, гендерна політика, іконографія, пропаганда, нова жінка, український жіночий рух, соціальні зміни, візуальна культура.

1. ВСТУП

Жіночі об'єднання на українських землях почали з'являтися в другій половині XIX століття під впливом загальноєвропейського феміністичного руху. Жінки боролися проти дискримінації, прагнули створювати організації для підтримки своєї участі в громадському житті та переосмислювали патріархальні гендерні ролі. В Україні цей рух тісно переплітався з національною боротьбою, що робило його унікальним. Прагнення до рівних прав – доступу до освіти, політичного представництва та влади – розглядалися як частина ширшої боротьби за національну ідентичність. Поняття «піднесення свідомості», яке в 1970-х роках стало популярним серед західних феміністок, в Україні мало глибший, національно забарвлений зміст. За часів Російської імперії жіночий рух зосереджувався на культурній, освітній і благодійній діяльності. Першою організацією стало Товариство допомоги вищій жіночій освіті, засноване в 1840 році в Харкові. Пізніше, у 1878 році в Києві та в 1880 році в Харкові, відкрилися Вищі жіночі курси, що стали важливим кроком до розширення освітніх можливостей для жінок [1].

2. МЕТА

Дослідити українські агітаційні плакати того часу, де жінка зображалася як сильна, впевнена та віддана ідеї творення соціалістичного суспільства. Через художні образи плакатів можна виокремити ключові іконографічні типи та простежити соціальні чинники, що їх сформували.

3. ЖІНОЧИЙ РУХ У РАДЯНСЬКІЙ УКРАЇНІ

У радянській Україні жіночий рух контролювала Компартія. З 1919 року діяли жінвідділи, які займалися політичною агітацією та ліквідацією неграмотності серед жінок. Журнали «Селянка України» та «Трудівниця» виступали рупорами офіційної ідеології. Завдяки квотам жінки отримували місця в органах влади, але реальні керівні посади залишалися доступними лише для одиниць [1]. Як писала Симона де Бовуар у «Другій статі» (1949), радянська система обіцяла світ, де чоловіки й жінки були б рівноправними, але ця обіцянка часто залишалася лише на папері [2].

Більшовицька влада зробила кілька кроків для розв'язання «жіночого питання». У грудні 1917 року декрети про цивільний шлюб і розірвання шлюбу, розроблені за

участю Олександри Коллонтай, заклали основу для нових сімейних відносин. У 1926 році кодекс законів легалізував цивільне співжиття, гарантуючи жінкам захист прав, зокрема можливість вимагати аліменти. Діти, народжені поза шлюбом, отримали рівні права. У 1920 році Радянська Росія однією з перших легалізувала аборти, а вагітні жінки та матері немовлят отримали оплачувану відпустку. Домашня праця жінок прирівнювалася до трудового внеску чоловіків, а розлучення стало простою процедурою – достатньо було повідомлення до РАЦСу [3].

4. ПЛАКАТ ЯК ІНСТРУМЕНТ АГІТАЦІЇ

Плакат, як найдешевший і найдоступніший засіб пропаганди порівняно з радіо чи кіно, став провідним інструментом агітації для неписьменної жіночої аудиторії. Він закликав, примушував, кричав із вулиць, транспорту, вітрин крамниць і стін ленінських куточків у хатах-читальнях чи жіночих кімнатах на підприємствах. «Треба поширювати художні плакати та малюнки з культурно-освітнім змістом, – писав один із сільських кореспондентів. – Яскравий і зрозумілий плакат є ефективним засобом агітації. Візуальний образ краще впливає на психіку селян, досягаючи потрібного ефекту та задовольняючи естетичні потреби» [4]. Червона хустка, зав'язана на манер фрігійського ковпака, стала символом свободи, відомим ще з часів Давнього Риму. Коротко стрижена пролетарка в такій хустині уособлювала емансиповану особистість. Відрізані коси також вважалися ознакою емансипації, хоча в селі це сприймалося негативно, адже довга коса була атрибутом жіночої вроди. Художники використовували антураж для позначення класової належності: селянку зображали біля трактора чи в полі, часто в українському національному вбранні, а робітницю – на тлі індустріального пейзажу чи верстата, в уніформі. Деякі митці, як-от В. Матюх і П. Горілий у плакаті «Ясла на селі – могутнє знаряддя розкріпачення жінки» (1931), представляли селянку в новому, емансипованому образі. Проте плакатна пролетарка контрастувала з «іконами стилю» жіночих журналів. «Я не знаю, куди поділися жіночі стегна та груди, але вони десь зникли. Мрія сучасної жінки – виглядати по-хлоп'ячому», – так описували модний ідеал того часу. Плакати ж акцентували на силі, витривалості та трудовій ролі жінок, а не на їхній зовнішній привабливості.

Плакат 1929 року «Житлова кооперація – шлях до нового побуту» А. Старчевського зображує жінку, яка керує будівництвом житлового комплексу (Рис.1). Яскраві кольори, чіткі лінії та динамічна композиція робили плакат помітним і зрозумілим. Червоний колір відсилав до революційних ідеалів і соціалізму.



Рисунок 1. «Житлова кооперація – шлях до нового побуту»

На плакаті Оксани Павленко «Відпочинок на маневрах» дівчина сама запрошує хлопця до танцю, і вони разом поринають у запальний рух (Рис.2). Це відображає нову гендерну поведінку: жінки стають активними, незалежними, беруть ініціативу не лише в танці, а й у житті. Такий образ «нової радянської жінки» – сильної, впевненої, що буде суспільство нарівні з чоловіками, – став ключовим у пропаганді.



Рисунок 2. Відпочинок на маневрах

5. ПОВОЄННІ ЗМІНИ

У 1940–1950-х роках, особливо після війни, образ жінки на плакатах змінився. Роль робітниці відійшла на другий план, а на перший вийшла жінка-мати, берегиня сім'ї. Це створювало подвійне навантаження: жінки працювали нарівні з чоловіками, але також відповідали за дім і дітей (Рис.3). Такий нереалістичний ідеал тиснув на жінок, які не

могли чи не хотіли йому відповідати, призводячи до стресу та обмеження кар'єрних можливостей [5].



Рисунок 3. Жінці в СРСР надаються рівні права з чоловіком

6. ВИСНОВКИ

Агітаційні плакати Радянського Союзу 1920–1930-х років відігравали значну роль у формуванні суспільного уявлення про «нову жінку» лояльну до ідеалів соціалізму. Ці візуальні матеріали демонстрували наявні суперечності. Образ, створений у масовій культурі, часто не відповідав дійсності, де жінкам доводилося справлятися з подвійним навантаженням – трудовим і домашнім. Радянські плакати залишаються важливим джерелом для аналізу гендерної політики та соціальних змін тієї епохи.

Список літератури

- [1] Богачевська-Хомяк М., Веселова О.М. Жіночий рух в Україні. Енциклопедія історії України: Т. 3: Е-Й К.: В-во "Наукова думка", 2005. 672 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=Zhinochy_rukh_v_Ukraini
- [2] Грушева Т. В., Рябчевська А. Р., Седенкова А. С. Соціальний статус жінки в радянській Україні у 20–30-ті рр. XX ст. Праці історичного факультету Запорізького національного університету. 2017. Вип. 47. С. 122–126.
Палагута Л. Росповіджуймо на селі плакати культосвітнього змісту. Більшовик.1924.№199. URL:<https://libraria.ua/issues/955/>
Владич Л.В.Український політичний плакат.К.: Політвидав України, 1981. 119 с
- [5] Український радянський плакат 1920–1930 років. Електронна бібліотека «Україніка» НБУВ ім.В.Вернадського.URL:http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_vom/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=PLK T&P21DBN=PLKT&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=