

УДК 745.521:008

Советский агитационный текстиль в контексте современной культуры

Филиппенко Н.А.

Учреждение образования «Белорусская государственная академия искусств», Минск

Советский агитационный текстиль, изначально мощный инструмент идеологической пропаганды, сегодня переосмысливается как ценный источник вдохновения для современного дизайна. Он создавался для формирования советской идентичности и трансляции коммунистических ценностей, но благодаря участию талантливых художников-авангардистов обрел высокую художественную ценность. В постсоветском пространстве мотивы агитационного текстиля используются в дизайне интерьеров, графике, моде и современном искусстве, придавая произведениям ностальгический, ироничный или бунтарский оттенок. Исследование этого феномена позволяет понять особенности советского дизайна и пропаганды, оценить его вклад в нынешнюю культуру и выявить потенциал для дальнейшего творческого переосмысливания, обогащая дизайн новыми идеями.

Ключевые слова: печатный текстильный рисунок, конструктивизм, агитационный текстиль, идеология.

(Искусство и культура. — 2025. — № 4(60). — С. 49–52)

Soviet Propaganda Textiles in the Context of Contemporary Culture

Filippenko N.A.

Education Establishment "Belarusian State Academy of Arts", Minsk

Soviet propaganda textiles, originally a powerful tool for ideological dissemination, are now being reinterpreted as a valuable source of inspiration for contemporary design. Created to shape Soviet identity and convey communist values, they acquired high artistic value thanks to the involvement of talented avant-garde artists. In the post-Soviet era, motifs from propaganda textiles are used in interior design, graphics, fashion, and contemporary art, giving works a nostalgic, ironic, or rebellious touch. Studying this phenomenon allows us to understand the specifics of Soviet design and propaganda, appreciate its contribution to contemporary culture, and identify the potential for further creative reinterpretation, enriching modern design with new ideas.

Key words: printed textile design, constructivism, propaganda textiles, ideology.

(Art and Cultur. — 2025. — № 4(60). — P. 49–52)

Советский агитационный текстиль, возникший в 1920-е годы, представлял собой мощный инструмент идеологического воздействия на население. Яркие рисунки, лозунги и символика, нанесенные на ткани, проникали во все сферы жизни советского человека — от домашнего быта до общественных пространств. В современной России и мире советский агитационный текстиль перестал быть инструментом пропаганды и превратился в источник вдохновения для дизайнеров и художников. Актуальность изучения данной темы подтверждается активным интересом к ней со стороны известных ученых, в числе которых Н.П. Бесчастнов, З.А. Таньшина, М.А. Блюмин, Ф.С. Рогинская, А.С. Дембицкая, Т.Е. Патина и В.Л. Соловьев.

В работе прослеживается феномен советского агитационного текстиля как уникального явления в истории дизайна и пропаганды. Определяется его роль в формировании советской идентичности и трансляции идеологических установок. Особое внимание уделяется влиянию советского агитационного текстиля на современный дизайн, его переосмысливанию и адаптации в контексте постсоветской культуры.

Цель статьи — проанализировать эволюцию советского агитационного текстиля от инструмента идеологической пропаганды и фактора формирования советской идентичности до источника вдохновения для нынешних дизайнеров, оценивая его культурную ценность и выявляя причины его востребованности в искусстве и моде сегодня.

Адрес для корреспонденции: e-mail: Nattka_86@mail.ru — Н.А. Филиппенко

Исследование истоков советского агитационного текстиля требует рассмотрения его в рамках соответствующего исторического дискурса.

Революция 1917 года и последовавшая за ней Гражданская война остро поставили перед большевиками задачу формирования новой советской идентичности и распространения коммунистической идеологии в массы. В условиях низкой грамотности населения, согласно переписи 1897 года, общий уровень грамотности составлял 29,6%. При этом наблюдалась существенная разница между городским и сельским населением: в городах грамотными были 61,1% населения, а в сельской местности — лишь 24,6% [1, с. 69]. Текстиль стал единственным средством передачи визуальной информации. В рамках ограниченных технологических возможностей текстильной промышленности и «сырьевого кризиса» 1920-х гг., повлекшего нехватку красителей, требовалось создание простых в производстве тканей. Несмотря на минимальный набор выразительных средств — часто использовались цвет фона и 1–2 красителя (красный, черный, темно-синий), художники находили декоративно выразительные графические решения, применяли выверенные композиции для создания содержательных работ.

Первые начинания агитационного текстиля воплощались художниками авангарда. В 1923 году А. Кабанов в приложении к изданию «Известия текстильной промышленности» призывал, что вместо «буржуазных, мещанских цветочков и амурчиков... дать новые расцветки и рисунки тканей, которые, будучи беднее по волокну, победят мировую конкуренцию богатством своего замысла, смелостью и революционной красотой мысли...» В данный период на производственных цехах трудились художники, сознательно переходившие на язык супрематизма, конструктивизма и других авангардных направлений. Так возникали лаконичные конструктивные композиции. С течением времени изменяется тематика изображений и добавляются идеологические тезисы. Вместо минималистичных и абстрактных узоров появляются изображения снопов и тракторов, марширующих колонн, электрификации и дымящихся заводов, которые противопоставляются паровозам, заменяющим лошадей и верблюдов.

Текстиль находил широкое применение в изготовлении одежды, платков, скатерей, занавесок и других предметов быта. Таким образом агитационные мотивы проникали в повседневную жизнь, формируя сознание советских граждан и укрепляя их лояльность к существующему политическому устройству.

Можно обозначить несколько функций советского агитационного текстиля в прошлом:

- идеологическая пропаганда: текстиль служил для распространения коммунистической идеологии, прославления советского строя и его лидеров;
- формирование советской идентичности: агитационные мотивы способствовали формированию чувства общности и принадлежности к советскому народу;
- мобилизация масс: текстиль призывал к трудовым подвигам, участию в общественной жизни и защите родины;
- эстетическое воспитание: благодаря участию выдающихся художников агитационный текстиль оказывал сильное влияние на формирование художественного вкуса и эстетических представлений советских людей.

Агитационный текстиль был ярким явлением, но в 1933–1934 годах после выхода постановления ЦК ВКП(б) от 23 апреля 1932 года «О перестройке литературно-художественных организаций» были подвергнуты несправедливой критике многие формы художественной практики. Однако агитационная направленность текстильного рисунка существовала вплоть до 30-х годов в виде ручной росписи головных платков в цехах Всероссийского кооперативного товарищества «Художник» [2, с. 209].

В настоящее время подлинные текстильные артефакты, равно как и оригинальные графические работы художников соответствующей эпохи, экспонируются в рамках музеиных и выставочных коллекций. Частные коллекционеры предоставляют в распоряжение исследователей исторически значимые предметы из своих собраний с целью их всестороннего изучения и документирования. Демонстрация данных артефактов осуществляется в ходе ретроспективных мероприятий, фестивалей, а также в контексте телевизионных и кинематографических проектов, что способствует обеспечению исторической достоверности и воссозданию аутентичной атмосферы определенного исторического периода.

Агитационный текстиль в современном контексте. Советский агитационный текстиль в современной культуре прошел путь переосмысления и адаптации. Сегодня он видится своеобразной вдохновляющей составляющей, а именно источником инспирации.

После распада СССР интерес к советскому наследию, в том числе к агитационному текстилю, возрос. Дизайнеры и художники начали переосмысливать и адаптировать советские мотивы в собственных работах, создавая новые интерпретации и контексты.

И в наши дни советский агитационный текстиль можно увидеть в разных направлениях искусства.

Советские мотивы интегрируются в дизайн интерьеров, придавая им ностальгический и аутентичный вид. Коллекции домашнего текстиля с историческими мотивами выпускаются к значимым датам, а многие темы переходят в другой сегмент и несут совершенно иной посыл. Изображения рабочих и крестьян заменяются популярными героями, спортивная и условно техническая тематика широко демонстрируется в детском ассортименте. Мотивы сюжетных орнаментальных композиций и сейчас не теряют актуальности, уходя от агитации, но поднимая злободневные темы и проблемы. Тему «покорения космоса» можно увидеть в коллекциях постельного белья «Звездный путь» БПХО «Блакіт», шрифтовые композиции продемонстрированы в коллекции постельного белья «Mauri» бренда SAMSARA.

Советское графическое наследие, с его монументальными шрифтами, агитационными плакатами и самобытными иллюстрациями, служит неиссякаемым источником вдохновения для современных графических дизайнеров, подпитывая их творческие поиски и рождая новые яркие проекты.

Художники используют советский агитационный текстиль как основу для создания коллажей, текстильных инсталляций, перформансов и других провокационных произведений искусства.

Указанный вид текстиля достаточно широко представлен как в высокой моде, так и повседневной. Дизайнеры используют советские принты для создания одежды, обуви и аксессуаров, сочетая их с современными трендами и материалами. Наиболее яркий пример — бренд Tata-Naka сестер Тамары и Наташи Сургуладзе.

Дизайнеры Сургуладзе специализируются на разработке юбок и платьев, отличительными чертами которых являются драматическая архитектурность конструкции, лаконичные силуэты и изысканная геометрия форм. Данная эстетика демонстрирует отчетливое влияние конструктивизма как художественного направления, возникшего в период социокультурных трансформаций.

Бренд Tata-Naka черпает вдохновение в советских агитационных текстильных принтах начала 1920-х годов, интегрируя в свои дизайнерские решения экспрессивные мотивы, включая символику, такую как серп и молот, и детализированные орнаментальные элементы, выполненные в насыщенной

хроматической гамме основных цветов. Этническая составляющая, отражающая культурное наследие Грузии и сопредельных турецких регионов, выражается в акценте на удлиненных юбочных изделиях и сапогах, выступающих в качестве доминирующих элементов в представленной коллекции осень 2002/зима 2003.

В 1985 году Жан-Поль Готье представил коллекцию, ознаменовавшую собой заметное явление в истории моды: использование кириллицы в качестве декоративного элемента. Буквы славянского алфавита были интегрированы в орнаментальный рисунок, формирующий логотип Jean-Paul Gaultier на предметах одежды. Особую популярность приобрела литера «Ж», чья визуальная интерпретация вызывала ассоциации с энтомологическими или восточными мотивами, а это способствовало ее тиражированию.

Вторая половина 1980-х годов отмечена распространением кириллического шрифта в дизайне трикотажных изделий, свитеров, кофт и различных аксессуаров, что свидетельствует о формировании устойчивой тенденции.

В агитационном текстиле часто можно было увидеть аббревиатуры и шрифтовые композиции, которые несли в себе закодированные лозунги и призывы. Этот прием, представляющий собой наследие советского конструктивизма и пропаганды, используется и сегодня в современной моде, но сейчас это уже иные идеи и смыслы. В коллекциях масс-маркета аббревиатуры и графические элементы добавляют ироничный акцент. У локальных брендов, стремящихся подчеркнуть свою идентичность и транслировать собственные ценности. В штучных дизайнерских единицах, где подобные элементы становятся частью сложного концептуального высказывания. Шрифтовые композиции разнообразны: от лаконичных слоганов до сложных типографических экспериментов. Этот прием позволяет одежде «говорить».

Применение надписей и элементов визуальной агитации в дизайне одежды и аксессуаров является устойчивой тенденцией в истории моды. От шуточных моментов, запечатленных в кинематографе, когда режиссеры отразили агитационную тему в своих произведениях («А нет ли у вас там чего-нибудь поиндустриальнее?» — «Поиндустриальнее? Вот есть нефтяные вышки. По талии можно фабрики пустить, заводы...», цитата из фильма «Светлый путь» 1940 года) до инкорпорирования букв в структуру изделия, что формировало определенный визуальный код. Кроме

того, надписи, интегрированные в орнамент, могут служить средством выражения мировоззрения, интересов и предпочтений владельца. Как в коллекции белорусского бренда *Mark Formelle* ко Всемирному дню писателя. «Молчать хорошо, безопасно и красиво» (Достоевский), «Есть еще порох в пороховницах» (Гоголь), «Вино какой страны вы предпочитаете в это время дня?» (Булгаков) — данные фразы становятся элементом коммуникации и самоидентификации в социокультурном пространстве.

Агитационный текстиль всё еще используется в различных формах и целях. Вот несколько примеров:

1. Политическая агитация — баннеры, флаги, одежда с символикой.
2. Социальная кампания. Чаще проявляется через одежду с символикой благотворительных организаций, также экосумки с призывом к защите окружающей среды и многое другое.
3. Коммерческая реклама и брандинг. Данное направление широко используется в Беларуси: фирменная одежда для сотрудников, текстильные сувениры с логотипом, иногда можно увидеть рекламные баннеры и флаги из тканей.

Агитационный текстиль сейчас остается важным инструментом для выражения мнений. Он служит для привлечения внимания к проблемам и продвижения определенных идей, будь то государственных или отражением личного. Это уже не просто «Ленинский план монументальной пропаганды» 1918 года, а отображение социальных изменений.

Популярность советского агитационного текстиля в современной культуре объясняется несколькими взаимосвязанными факторами. Во-первых, такой вид текстиля обладает сильной связью с исторической памятью. Простые изображения предметов объектов, сюжетных сцен и каллиграфических композиций, темы спорта, труда, космоса, отдыха и другие позволяют сохранять коллективную идентичность и формируют эмоциональный отклик. Во-вторых, советский агитационный текстиль представляет собой уникальный культурный феномен, не просто отражающий специфику советской эпохи, включая ее идеологические и художественные особенности, а быстро развивающийся период индустриального становления страны. Третий важный аспект — эстетическая ценность этих изделий. Разнообразие композиций: от конструктивных динамических изображений до соцреалистических сюжетных сцен, изображение условно пятновых фигур

человека до проработанных портретов вождей. И все это с использованием простых выразительных средств в рамках экономии и дефицита материалов. Наконец, социальная значимость советского агитационного текстиля заключается в том, что он видится весьма важным объектом для исследования и интерпретации в контексте не только художественной текстильной области, но культурологии и истории.

Заключение. Советский агитационный текстиль, пройдя сложный и противоречивый путь, превратился из мощного инструмента идеологической пропаганды в ценный источник вдохновения для современного дизайна. Изначально созданный для внедрения в общественное сознание новой советской идеологии, прошедший этапы развития и отказа, он сегодня переосмысливается и адаптируется в различных сферах искусства и моды. Многие темы актуальны и сейчас, но заменяются новыми предметами.

Несмотря на идеологическую нагрузку, агитационный текстиль создавался с участием талантливых художников-авангардистов, что обусловило его высокую художественную ценность и эстетическое воздействие.

Сегодня советские мотивы в текстиле находят отражение в дизайне интерьеров, графическом дизайне, моде, современном искусстве, выступая в качестве отправной точки для создания новых оригинальных и популярных произведений. Дизайнеры и художники используют советское наследие для придания своим работам ностальгического колорита, ироничного звучания. Примеры успешной интеграции советских мотивов в современные коллекции известных брендов подтверждают востребованность и актуальность данного направления.

Таким образом, исследование советского агитационного текстиля позволяет не только установить особенности развития советского дизайна и пропаганды, но и оценить его вклад в современную культуру, а также выявить потенциал для дальнейшего творческого переосмысления. Дальнейшее изучение этого феномена может способствовать обогащению современного дизайна новыми идеями и формами, основанными на богатом культурном наследии прошлого.

ЛИТЕРАТУРА

1. Население России за 100 лет (1897–1997): стат. сб. / Госкомстат России. — М., 1998. — 222 с.
2. Бесчастнов, Н.П. Ткань авангарда / Н.П. Бесчастнов, А.Н. Лаврентьев. — М.: Издательский дом «РИП-холдинг», 2020. — 336 с.

Поступила в редакцию 06.06.2025