

## ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ „ДОСТОЙНОЙ ЖИЗНИ” в советских молодежных журналах 1950-х годов

**Мария Литовская**

Уральский государственный университет им. А. М. Горького  
Екатеринбург

Формирование законопослушного гражданина в тоталитарном государстве сопровождается индоктринацией системы аудиовизуальных образов, в том числе и связанных с позиционированием «своего» государственного строя как представляющего оптимальный вариант «достойной жизни» человека. Вполне неопределенное понятие «достойной жизни» в государстве подобного типа закрепляется в жестких формулах, с которыми советский человек знакомился уже в детстве, например, принимая клятву юных пионеров: „Я, пионер Советского Союза, [...] клянусь: горячо любить свою Родину, жить, работать и учиться, как завещал великий Ленин, как учит Коммунистическая партия”.

К середине 1930-х годов в СССР сложилась прагматическая по сути, обслуживающая государственную идеологию культура социалистического реализма. В рамках этой культуры СМИ было предписано непрерывно воспроизводить образ достойной – в рамках советского понимания – жизни. В таком контексте даже

искусство превращается в иконографию идеологических форм [...]. В этом новом поле реальности то, что пишут, снимают, ставят, существует на самом деле, в то время как многообразие непосредственного восприятия повседневности превращается в „не-что субъективное”, в случайное, в «отдельный недостаток». Тем самым чтение обретает фундаментальный характер процедуры, в которой совпадает идентификация сознания и реализации власти<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Э. Надточий, *О власти исчисления над жизнью и смертью*, [в:] *Тоталитаризм как*

СМИ, таким образом, становятся пространством тотального создания «реальной иллюзии», в данном случае – социализма<sup>2</sup>.

Поскольку любое издание в жестко контролируемом государством обществе является частью общего медиального проекта, то в нем происходит легитимация определенного типа создания иллюзии. Сложившаяся унифицированная система видения с начала 1950-х годов претерпевает своего рода трансформации, распадаясь на несколько более или менее либерализованных вариантов, просуществовавших до начала 1990-х годов. Эпоха «оттепели» предполагала не плюрализм в строгом смысле этого слова, но возможность некоторых разночтений в узких рамках общих целей и задач<sup>3</sup>.

Так, в одном и том же государственно-партийном издательстве „Молодая гвардия“ в 1950-е годы выходят четыре журнала, предназначенные для молодежи: „Молодой большевик“ (с 1954 года – „Молодой коммунист“), „Молодой колхозник“ (с 1962 года – „Сельская молодежь“), „Молодая гвардия“ и „Юность“. В совокупности эти издания представляли единый сектор медиального поля, предназначенный для воспроизводства и поддержания ценностных установок „будущих строителей коммунизма“. Через них осуществляется молодежная политика, сориентированная на воспитание „достойной советской молодежи“, которой старшим поколением был предложен „единственно правильный“, хотя и с «отклонениями от основной линии», путь развития. Репрезентация „единственной правильности“, оформленная в достаточно строгую систему знаков, в советских изданиях ревизии не подлежала. А вот в демонстрации того, в каких условиях должен пролегать этот путь, журналы отличались друг от друга, демонстрируя узаконенные разночтения.

СМИ, обращаясь к своему адресату, „структурируют“ действительность, создавая определенную конкретными задачами картину мира. Средствами репрезентации ценностей в журналах становятся принципы отбора информации, построения визуальных и текстовых сообщений, система по-

---

*исторический феномен*, ред. А. Кара-Мурза и др., Москва 1989, с. 344-345.

<sup>2</sup> Подробнее эта точка зрения представлена в: Е. Добренко, *Политэкономия соцреализма*, Москва 2007.

<sup>3</sup> Подробнее об этом см., например: *Шестидесятые как историко-культурный феномен*, „Искусство кино“ 1992, № 4; А. Прохоров, *Унаследованный дискурс: парадигмы сталинской культуры в литературе и кинематографе „оттепели“*, Москва 2007.

стоянных рубрик издания. Специфика содержательности визуального применительно к изданиям, имеющим значение, в первую очередь, благодаря качеству своих вербальных текстов, видится в особом способе корреляции визуального и вербального дискурсов<sup>4</sup>. На материале анализа журналов „Молодой большевик [коммунист]“ и „Юность“ мы рассмотрим один аспект – трансформацию в визуальной репрезентации образа „достойной жизни“ молодого человека, основной акцент сделав не на анализе собственно содержания визуального сообщения, а на типе архитектурной организации журнального текста. Эта информация, по сути дела являясь имплицитной – невидимой, встроенной в текст, слабо рефлектируется адресатом, но от этого не становится менее значимой.

Журнал „Молодой большевик“ был создан «в помощь самообразованию комсомольцев, мечтающих попасть в ряды партии». Выходил он раз в две недели, как и партийное издание для взрослых „Большевик“, ориентировался на тот же тип оформления, что и журнал, принадлежащий ЦК ВКП(б).

Как большинство партийных изданий, „Молодой большевик“ отличало постоянство рубрик и их расположения. Это придавало известную ритуализованность чтению журнала, задачей которого было проведение линии партии. Каждый номер открывали тексты постановлений ЦК ВКП(б) и ЦК ВЛКСМ, а также статьи „вождей“, затем следовали безымянные «Передовые статьи», представлявшие толкование выше напечатанных постановлений или ключевых «текстов момента». Рубрика „Статьи, лекции, консультации“ содержала авторские тексты, разъясняющие сложные, с точки зрения редакции, то есть нуждающиеся в дополнительной аргументации общественно-политические вопросы с заголовками-темами или заголовками-формулами: „О неодолимости нового в развитии“; „Наука и техни-

---

<sup>4</sup> Любое издание является креолизованным типом текста, в котором вербальные и визуальные коды вступают в комплементарные, интерпретативные, аддитивные, выделительные, изобразительно-центрические коррелятивные отношения. См. об этом: М.Б. Шинкаренкова, *Метафорическое моделирование художественного мира в дискурсе русской рок-поэзии*, автореферат диссерт. на соиск. ученой степени канд. филол. наук., Екатеринбург 2005. Основы теории креолизованного текста также изложены в следующих работах: Е.Е. Анисимова, *О целостности и связности креолизованного текста (к постановке проблемы)*, „Филологические науки“ 1996, № 5; Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, *Креолизованные тексты и их коммуникативная функция*, [в:] *Оптимизация речевого воздействия*, Москва 1990.

ка – великим стройкам коммунизма”; „Идеология поджигателей войны”; „О смелости и отваге”. Постоянной была также рубрика „Комсомольская жизнь”, представлявшая информацию о „передаче передового опыта”, даже если эта передача носила характер вполне умозрительных инструкций: *О работе комсомольских организаций колхозов, где нет партийных организаций; Газета и воспитание молодежи в духе советского патриотизма*. Затем шли рубрики „Методика пропагандистской работы”, „На международные темы”, а также „Литература, искусство, критика и библиография”.

Расположение рубрик в издании выстраивает не подлежащую пересмотру или обсуждению иерархию говорящих: от высказываний вождя или Центрального комитета партии как источника коллективного разума до неустойчивых в своей идеологической безупречности литературы и искусства. Содержание рубрик от выпуска к выпуску качественно не меняется, даже темы статей и комментариев повторяются. Дискуссионность, присутствующая в содержании журнала, носит специфический характер: и вопросы, и ответы формулируются от лица неперсонализированной редколлегии. Тем самым осуществляется как стратификация проблем с точки зрения их актуальности для воспитания молодого коммуниста, так и символическая монополизация истины. То, что все материалы журнала отличает содержательно безупречная большевистская выверенность, формально проявляется, например, в практически полном отсутствии сносок. Общение с молодой аудиторией, как явствует из подобной организации издания, не предполагает реального обсуждения с ней проблем, не предусмотрены даже вопросы от нее: канализация информации происходит в единственном направлении – от старших к младшим. Аудитории тем самым предложено пассивно внимать и принимать сказанное.

Полиграфически текст „Молодого большевика” выглядит почти однородным. Он плотный, лишен знаков актуализации семантики текста (курсивов, подчеркиваний и т.п.). Единственная иллюстрация в журнале – повторяющаяся из номера в номер на последней странице реклама – призыв Главкоопутильсырья сдавать вторсырье – также отличается подчеркнута консервативным визуальным рядом: государство символизируют высотное здание, завод с трубами, плотина ГЭС. Полиграфические средства (шрифты, системы заголовков, выделение значимых элементов в тексте, организация

иллюстративного материала и прочее) являются сильными приемами, могущими не прямо, но действительно отразить намерения автора<sup>5</sup>. В „Молодом большевике“ подчеркнута неактивное использование приемов текстового дизайна формирует особую семиотику журнального текста.

Отсутствие элементов оформления, привлекающих читателя, подчеркивает своеобразную позицию издания. Необходимость приобщения к партийному знанию для „настоящего советского человека“ не нуждается в дополнительной актуализации. Тираж издания определяется ЦК ВЛКСМ, чтение журнала является обязательным для комсомольских работников-пропагандистов. Все, о чем повествует это издание, является равно значимым, на повышенную важность того или иного положения указывает его повторение в виде цитат или заголовков. Подчеркнуто сдержанное оформление издания было сориентировано на традиции „толстых“<sup>6</sup> или научных журналов, несомненно, обладавших специфической поэтикой оформления, правила которой были известны аудитории. Отсутствие иллюстраций, сдержанная цветность, однообразные шрифты – все это задает идею благотворного отсутствия суеты, создания особых условий для потребления „высокой“ культуры. Традицию строгости оформления „перехватили“ советские партийные издания; таким образом культура и наука, то есть «высокая» духовность, символически соотносились с „высокой“ идеологией.

Сдержанность оформления издания для молодых коммунистов противопоставлялась также символической „пестрой“ буржуазности, прикрывающей гнилую сущность яркостью оформления. Партийная духовность, не нуждающаяся в приукрашивании, аскетическая сухость задают образ идеального читателя, достойная жизнь которого проходит в разреженной атмосфере непрерывной партийной учебы, то есть

<sup>5</sup> А. А. Реформатский, *Техническая редакция книги*, [в:] *idem, Лингвистика и поэтика*, Москва 1987.

<sup>6</sup> „Толстые“ журналы в России традиционно играли особую роль в формировании общественного мнения. авторитет участвующих в журнале писателей и других духовных лидеров эпохи заведомо делал их суждения авторитетными. Подробнее о роли этого типа изданий в советском культурном пространстве см., например: Л. Гудков, Б. Дубин, *Издательское дело, литературная культура и печатные коммуникации в современной России*, [в:] *Либеральные реформы и культура*, ред. Д. Драгунский, Москва 2003; Р. Магуайр, *Красная новь. Советская литература в 1920-х*, Санкт-Петербург 2004.

формирования из партийных идей интерпретационной рамки для восприятия реалий жизни.

Журнал „Юность“ создавался в 1955 году как принципиально новый для послевоенной советской культуры по типу издания ежемесячник. Он должен был символически закрепить происходящие в обществе перемены. Новизна его была обозначена уже в названии, где подчеркивался определенный период жизни человека, а не его возрастная недостаточность<sup>7</sup>. Журнал был рассчитан на учащуюся молодежь, причем имелись в виду не только школьники старших классов и студенты, но и все молодые люди, готовые преодолевать свою ограниченность. Редакция „Юности“, возглавляемая сформировавшимся в дореволюционные времена В. Катаевым, вне сомнения, осознавала, что эта ограниченность во многом вызвана специфическими условиями формирования советского молодого человека в военные и послевоенные годы, когда государство стремилось очертить круг культурных впечатлений, а также жестко регламентировать систему интерпретации этих впечатлений. Аудитория журнала не изучала в школе Достоевского и Есенина, не слыхала про Бунина, не читала Блока или раннего Маяковского, жила в строгой изоляции от внешнего мира. Изменившиеся политические условия позволили старшим приоткрыть младшим мир недоступной им ранее культуры, журнал должен был способствовать этому.

Изначально „Юность“ задумывалась как издание широкого спектра, сочетающее в себе черты издания литературно-художественного, общественно-публицистического и научно-популярного<sup>8</sup>. Новый журнал стремился прививать читателю вкус к извечным молодежным увлечениям: спорту, путешествиям, приключенческой литературе, популярной музыке, к новому в науке, литературе, искусстве. В нем публиковались произведения молодых авторов, в соответствующих рубриках помещалась информация о достижениях молодых художников, музыкантов, спортсменов, открытиях молодых ученых, отечественных и зарубежных молодежных инициативах. Молодые люди были главной аудиторией журнала, а юность стала главным его героем<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> Слово «молодой» в своей семантике имеет значение «начинающий, неопытный». Молодой большевик воспринимается как начинающий, неопытный большевик.

<sup>8</sup> Подробнее о стратегических задачах редакции „Юности“ см.: М. Литовская, *Феникс поет перед солнцем: Феномен Валентина Катаева*, Екатеринбург 1999. Гл. 5.

<sup>9</sup> Визуально это проявлялось в эмблеме журнала: графическом портрете девушки ра-

Редколлегия заявляла о необходимости воспитывать человека, которому свойственны любознательность, готовность знакомиться с чужими точками зрения и пытаться соотносить их со своими ценностями<sup>10</sup>. Создатели журнала учитывали реальные возможности читателей, а также идеологическую ситуацию в стране.

Воображаемое сообщество читателей „Юности“, как неоднократно заявлялось в журнале, – сообщество строителей „светлого будущего“. Общественная функция периода юности в жизни человека – приближение юноши или девушки к образу человека „коммунистического завтра“. Доминирующей остается идея значимости „долга“ и „нравственных обязанностей“ перед государством, но идея беспрекословного подчинения государственной воле сменяется идеей приобщения к государственной воле. Молодой человек должен искать себя, пробовать себя в разнообразных формах деятельности, он даже может совершать ошибки, но лишь для того, чтобы потом, обогащенным новым, в том числе и отрицательным опытом, добровольно вернуться на общую дорогу<sup>11</sup>. Общество не утрачивает мобилизационности, но, в соответствии с измененной концепцией, в жизни человека борьба с пережитками и недостатками за светлое будущее этого общества должна соединяться с борьбой со своими недостатками и пережитками за лучшего человека в себе<sup>12</sup>. Молодой читатель должен стремиться к достойной жизни, чтобы соответствовать достойной жизни страны<sup>13</sup>.

---

боты литовского художника-графика С. Краскаускаса.

<sup>10</sup> Воображаемое сообщество читателей молодежных журналов представляется как имеющее определенные ценности (единство, сила, цель, моральная устойчивость) не потому, что этими сущностными качествами обладают все его представители, а из-за циркуляции этих ценностей в медиа. При этом затушевываются личные интересы издания в движении собственного дискурса, он предлагается аудитории как прямой и непредумышленный. Подобная специфика СМИ позволяла „Юности“ избегать обвинений в „подрывной деятельности“.

<sup>11</sup> На коллизии приобщения через преодоление индивидуализма основана молодежная „исповедальная“ повесть – „фирменный“ жанр „Юности“ эпохи „оттепели“.

<sup>12</sup> Мобилизационная готовность в журнале транслировалась через отчетливое противопоставление наших (=достойных) / ненаших (=недостойных), для чего в журнале была введена специальная сатирическая рубрика.

<sup>13</sup> Достойная жизнь в советских молодежных изданиях 1950-х годов никогда не соотносится с зажиточностью, которая символически связывается с однообразием, старостью, тогда как важнейшим свойством, соответствующим возрасту аудитории и потребностям страны является динамическое экстенсивное освоение нового, что

Являясь, как большинство молодежных изданий, ты-журналом, редколлегия предлагала читателю свое видение юности как периода в жизни человека, естественными и неотъемлемыми качествами которого являются широта интересов, любознательность, склонность искать ответы на волнующие вопросы. Представители старшего поколения призваны были выступать в качестве терпеливых наставников, которые рассказывают о себе, готовы отвечать аудитории, даже вступать с ней в споры. Но – при наличии в издании дискуссионных рубрик – журнал отличало прямо выраженное позитивное стремление к „улучшению коллективного и индивидуального опыта человека и человечества“<sup>14</sup>, желание научить свою аудиторию лучше видеть, слышать и узнавать мир, быть самими собой, не забывая об общем благе.

Содержательным задачам журнала служил его специфический визуальный ряд. Визуальное в оформлении журнала поддерживало вербальное. Количественно „буквы“ в „Юности“ всегда превалировали над „картинками“, но само наличие „картинок“ играло важную роль. По замыслу, „Юность“ должна была не просто расширять кругозор каждого отдельно взятого молодого человека, но создавать новую общность молодых людей эпохи перемен с единым полем интересов вне зависимости от места проживания и профессии. Воспитывая широту взглядов, аргументированную убежденность, издание балансировало на грани лояльности/оппозиционности, проводя характерную для «оттепели» половинчатую идеологию.

Сам тип оформления демонстрировал установку на репрезентацию перемен. Советский зритель привык считывать коды государственной идеологии. Поскольку опыт его был ограничен, он легко мог замечать и нарушения этих кодов. Можно сказать, что сверхсемиотичность тоталитарной культуры породила „идеального“ советского читателя, наделявшего особым значением малейшие отклонения от нормы, способного улавливать даже намек на новую идеологическую информацию. Новый тип издания, каким была „Юность“, предполагал тренировку глаза через отбор и сери-

---

тематизируется в образах целины, романтики дальних дорог, освоении культурного наследия, расширения круга чтения и т.п. В то же время партийная учеба переставала изображаться как самое важное в жизни молодого советского человека, что тоже обозначалось через соответствующие визуальные решения.

<sup>14</sup> М. Маклюэн, *Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего*, Москва 2005, с. 352.



ализацию новых образов, освоение контекстуализации и интерпретации увиденного. Визуальный образ, как известно, производится согласно определенным социальным и политическим конвенциям, которые приходилось учить видеть и понимать.

Вторая и третья страницы обложки „Юности“ всегда были с цветными иллюстрациями, практически во всех номерах были цветные вклейки с репродукциями известных или вновь появившихся картин, из номера в номер публиковались черно-белые иллюстрации к текстам, репортажные фотографии, фотоизображения авторов публикуемых текстов. Иллюстрации выполняли своего рода объединительную или выравнивающую функцию, так как предоставляли равные возможности читателям, живущим в разных населенных пунктах, увидеть то или иное изображение, получить зримое подтверждение тому, о чем пишут, возможность оставить об это свое представление, раздвинуть тогда еще лишенный телевидения мир, наконец, задать аудитории общую интерпретационную рамку. С помощью иллюстраций происходило объединение читателей за счет обретения ими общего опыта увиденного.

В журнале сформировалось семиотически маркированное пространство, в котором располагались легко считываемые визуальные образы. Изображения, связанные с официальной партийной идеологией – традиционные эмблематические изображения красных гвоздик в ноябрьских номерах как знака революции, цветов яблони в майских номерах как знака Первого Мая; портретов революционных деятелей: Ленина, Крупской и других в качестве иллюстраций к отдельным материалам, располагались обычно в строго отведенном месте: на второй странице обложки. Тем самым место репрезентации „партийности“ строго отграничивалось, хотя одновременно символически подчеркивалась его приоритетность. В журнале существовали также иные формы тематизации и иерархизации визуального ряда. Через яркие цветные вклейки – репродукции картин советских художников преимущественно жанрового содержания – обозначалось идеальное советское. Цветом выделялись также публикуемые в журнале на первых порах репродукции произведений «высокого» искусства. Основной текст журнала снабжался черно-белыми иллюстрациями, репортажными и постановочными фотографиями, карикатурами. Подобное деление можно проинтерпретировать как то, что жизнь заведомо уступала в яркости воображаемому, художественно обработанному идеологическим

образам. Но черно-белые фотографии, помещаемые в журнале, хоть и выполняют свойственную фотографии функцию производства знания „объективного“, независимого от опыта зрителя, также воспроизводили только положительные примеры достойного – будь то авторы принятых в журнал и опубликованных, то есть прошедших строгий экспертный отбор текстов, или изобретенные приборы. Фотография, как это было принято в советском обществе, выполняет функцию не столько свидетельскую, сколько мобилизующую. Фотоизображение перерастает видимое, как бы прозревает „сущность“ явления, подчиняется конкретному политико-идеологическому заданию. В сопровождающей публикации рассказов фотопортрете начинающего автора Василия Аксенова нет и следов стилистичности – образцовый советский молодой человек с соответствующей прической и соответствующим выражением лица.

Изобразительный ряд издания демонстрирует «причастность любого изображенного объекта к общему идеологическому целому: такой объект обретал свое значение, смысл и красоту лишь через свою причастность к высшим ценностям социальной доктрины или философии жизни и истории»<sup>15</sup>. В журнале представлена динамично развивающаяся страна с увлеченными трудом, учебой, чтением, спортом молодыми людьми. В подписях к фотографиям подчеркиваются молодость героев, их принадлежность к учащейся молодежи. Документальные кадры подкрепляются изображениями, в том числе и цветными, где обобщенно-наглядно создается зримый идеальный образ воображаемой молодой аудитории.

В то же время, внешне сохраняя идеологическое единообразие, редакция стремится расширить представления читателей о формах выражения, постепенно расшатывая стилевое единообразие эпохи. «Юность», как отмечают все тогдашние читатели журнала, удивляла сразу своей обложкой, неожиданной для советской аудитории. Важное средство адресации к потенциальному читателю, обложка „Юности“ была яркой и каждый раз новой. В отличие от выходивших в СССР иллюстрированных еженедельников на обложке не было репортажных или постановочных цветных фотографий из советской жизни, низкое качество полиграфии которых не позволяло

<sup>15</sup> И. Голомшток, *Соцреализм и изобразительное искусство*, [в:] *Соцреалистический канон*, Санкт-Петербург 2002, с. 137.

добиваться чистоты цвета и броской контрастности. Редколлегия „Юности“ предпочла более эффектный вариант. Обложка была рисованной и горизонтально делилась на две части: ярко одноцветная и с изображением сцен из молодежной жизни, выполненных в условно-обобщенной манере на белом фоне.

В основе оформления журнала находилась вполне модернистская мифология юности как особого периода в жизни человека – периода самоопределения и выбора, широты интересов и связанной с этим известной неустойчивости, изменчивости. Цвет связывался с устойчивым образом юности как яркого периода жизни. Смена цвета и рисунка обложек каждого номера при сохранении общего типа оформления соответствовала этой мифологеме. Кроме того, в обществе, поневоле предпочитающем „немаркое“, люди реагировали на непривычную яркость как на признак свободы<sup>16</sup>.

В издании происходит постепенный дрейф от строго жизнеподобных к более условным формам иллюстрации. В отдельных случаях один и тот же текст может иллюстрироваться двумя авторами с отличными друг от друга творческими манерами, что позволяет наглядно продемонстрировать возможную разность взгляда на один и тот же предмет.

Редакция вносит изменения в оформление и содержание книг журнала, предлагает неожиданные средства выразительности, приучает к ним читателя. Как это ни парадоксально, но по результату издание ЦК ВЛКСМ совпало с устремлениями стиляг, чья роль в советской культуре будет осмыслена значительно позже:

Смелые юноши вышли на Невский, чтобы уточнить историческое время в деталях... и мы им обязанные не только этим (брюками), не только через годы последовавшей возможности их расширения (брюк), но и нелегким общественным привыканием к допустимости другого: другой мысли, другого образа, другого, чем ты, человека<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Так, писатель Валерий Попов вспоминал о своей встрече с цветом: „Помню, был какой-то разоренный склад с нарезанными тонкими лоскутами материи – самых невозможных и совершенно невозможных в суровое сталинское время расцветок: нежно-лимонной, преступно-розовой, неправильно зеленой (то есть не тот зеленый, что на военных)... Мы потом обвязывали этими лоскутами шеи и выходили на Невский – с отчетливым ощущением преодоленной запретности. Я чувствовал, что пересекаю эстетические границы сталинизма“.

<sup>17</sup> А. Битов, *Пушкинский дом*, Санкт-Петербург 2000, с. 24-25.

Эффективность форм воздействия, найденная редакцией „Юности“, доказывается тем, что в течение пяти-семи лет была воспитана новая аудитория, способная воспринимать идеологию и эстетику переходной эпохи, когда происходит незаметный на первый взгляд, но последовательный конфликт идеологий. Идеологии, если понимать под ней широкий, но необходимый, сформированный круг ценностей и убеждений, через которые индивид оценивает действительность, подчинения государственной воле журнал противопоставил идеологию любопытства к различным явлениям культуры, выработки системы собственных предпочтений. В журнале этот конфликт осуществлялся преимущественно через визуальный ряд, основанный, в частности, на противоборстве локализованных заостренных в своей неизменности символов государства и меняющейся, многообразной картинки „живой жизни“, что подкрепляло и дополняло задаваемые в текстах образы ищущих себя героев, разнообразно и увлекательно развивающейся культуры. Был создан тип иллюстрированного периодического издания для юношества, который подготавливал „понимающего“, „догадливого“ читателя, способного к самостоятельной интерпретации трудноуловимой оппозиционности производству этой оппозиционности<sup>18</sup>. Не случайно „Юность“ стала своеобразным символом либерализации эпохи.

В общественной жизни эпохи „оттепели“ „Молодой большевик“ и „Юность“, находясь на разных полюсах единого сектора медийного поля, не столько противостояли друг другу, сколько дополняли друг друга. Под строгим надзором отрешенного от соблазнов проходящей мимо жизни молодого коммуниста шла юность советской молодежи, ни на минуту не забывающей об идеале светлого будущего. Но система представлений о достойном незаметно менялась, в том числе и в результате меняющейся визуальной политики новых СМИ. С этой точки зрения „Молодой большевик [коммунист]“ и „Юность“ можно рассматривать как тексты, воспроизводящие сменяющие друг друга типы дискурса. Вербально и визуально выраженный аскетизм сменяется гедонизмом по-советски, целеустремленность – широтой взгляда, однообразие форм выражения – разнообразием. В глазах современников прогрессисты-новаторы из „Юности“ противопостав-

<sup>18</sup> В последующие годы аналогичную тактику применяют такие молодежные издания, как „Ровесник“, „Сельская молодежь“, „Студенческий меридиан“, „Родник“ и др.

лялись консерваторам из „Молодого коммуниста“. Визуальное в „Юности“ по-иному фокусировало зрение, трансформировало старое представление о достойном, формировало видение «Молодого коммуниста» как официоза.

К медийным изданиям вполне применима остроумная идея Е. Добренко, доказывающего, что главной задачей соцреализма было производство „реального социализма“, но подобное производство было, скорее, интенцией, своего рода политической сверхзадачей, которую ставило государство, а решали организаторы и наиболее дисциплинированные участники проекта в целом. Счастьем для культуры было то, что, во-первых, дисциплинированы были не все и не в единой мере. Во-вторых, что журналы делали люди, представления которых о достойной жизни, в том числе и при социализме, существенно различались в деталях, и они вносили незаметные, но аккумулирующиеся в условиях политического единообразия изменения в государственную программу воспитания молодежи. Визуальная репрезентация государственной идеологии, демонстрирующая ограниченность достигнутых советским прогрессивными СМИ результатов, на наш взгляд, не отменяет эффективности конкретных художественных и издательских практик.

#### Visual Image of „Dignified Existence“ in Soviet Teenage Magazines of the 1950s.

„Molodoy Bolshevik“ and „Yunost“ are two of four periodicals for teenagers published in the USSR in the 1950s. These magazines were a part of a uniform media sector dedicated to the transmission and multiplication of moral and ideological attitudes of the „future builders of communism“. However, if „Molodoy Bolshevik“ realised information communication oriented on passive readers assimilating the presented context, „Yunost“ rather created recipient attitudes based on personal interpretation of the published content. For this reason in the popular perception of the „times of the thaw“ the board of „Molodoy Communist“ was seen as a conservative one, while the „Yunost“ team was assumed to be modernisers, and the periodical grew to be a symbol of the liberalisation era. By analysing the shape and content of both titles the Author focuses on one visual aspect: the type of „architectural“ organisation of press text.

Wizualny obraz „godnego życia” w radzieckich  
czasopismach młodzieżowych lat 50. XX w.

„Młodziej Bolszewik” i „Junost” to dwa z czterech czasopism dla młodzieży, które ukazywały się w ZSRR w latach 50. XX w. Czasopisma należały do jednolitego sektora medialnego przeznaczonego do transmisji i multiplikacji postaw moralnych i ideologicznych „przyszłych budowniczych komunizmu”. Jednak o ile „Młodziej Bolszewik” realizował przekaz informacji zorientowany na odbiorców biernie przyzwajających prezentowane treści, „Junost” kreowała postawy odbiorcze polegające na własnej interpretacji zamieszczanego materiału. Dlatego też w powszechnym odbiorze lat odwilży redakcja „Młododogo Kommunisty” uchodziła za konserwatywną, zespół „Junosti” uchodził za nowatorów, samo zaś czasopismo zyskało rangę symbolu epoki liberalizacji. Analizując kształt i zawartość obu tytułów prasowych autorka skupia się na jednym aspekcie wizualnym – na typie „architektonicznej” organizacji tekstu prasowego.