

პროპაგანდა და გენდერული სტერეოტიპები საბჭოთა კავშირის
რეკლამებსა და პოსტერებში

ირაკლი თაკვალანძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი ურთიერთობების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო ნატროშვილი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესის შესაბამისად“.

მადლობა

მადლობას ვუხდით კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს ჩემი საკვალიფიკაციო ნაშრომის სრულყოფაში შეტანილი წვლილისთვის.

განსაკუთრებული მადლობა მინდა, გადავუხადო ჩემი სამაგისტრო ნაშრომის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, ნინო ნატროშვილს მითითებებისთვის, გვერდში დგომისა და კვლევის განხორციელების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის.

აბსტრაქტი

პროპაგანდა საბჭოთა კავშირის რეკლამებსა და პოსტერებში ნაკლებად არის შესწავლილი. გარდა ამისა, მწირია სამეცნიერო კვლევები ქალების როლზე საბჭოთა პოსტერებში. ნაშრომი ანალიზებს საბჭოთა კავშირში შიდა პროპაგანდის ბუნებას. მისი მიზანია ვიზუალური პროპაგანდის როლის შესწავლა, გავლენის ჩარჩოების დადგენა და პოსტერების მაგალითზე, საბჭოთა კავშირის გენდერული პოლიტიკის განხილვა. სამეცნიერო ლიტერატურის აღწერითი მეთოდის საშუალებით, გამოიკვეთა საბჭოთა პროპაგანდის მიზნები, გავრცელების სპეციფიკა და მასშტაბები, აგრეთვე, რატომ გაიზარდა ქალების როლი საბჭოთა სივრცეში და როგორ შეუწყო სამომხმარებლო ქცევამ ხელი რეკლამის განვითარებას საბჭოთა კავშირში. სამაგიდო კვლევის შემდგომ ეტაპზე მომზადდა კითხვები, რათა თვისებრივი კვლევის მეთოდის გამოყენებით, დამტკიცებულიყო ჰიპოთეზები. ჩაღრმავებული ინტერვიუები ჩატარდა დარგის ექსპერტებთან, ადგილობრივი არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლებთან და კვლევითი ფონდების წევრებთან.

ემპირიული კვლევის ანალიზით დადგინდა, რომ რეკლამა საბჭოთა კავშირში წარმოდგენდა სოციალისტური იდეოლოგიის გავრცელების საშუალებას და არ ჰქონდა კავშირი მატერიალური კეთილდღეობის მოპოვებასთან ან პროდუქციის გაყიდვების ზრდასთან, აგრეთვე, გამოიკვეთა, რომ ქალის როლი საბჭოთა პოსტერებში, სხვადასხვა ისტორიულ მონაკვეთში განსხვავებული პოლიტიკური მიზნებისთვის გამოიყენებოდა.

ნაშრომი ასკვნის, რომ პარადიგმის შექმნითა და საზოგადოებაზე კონტროლის შენარჩუნებით, საბჭოთა პროპაგანდამ წარმატებით მიაღწია თავის მიზნებს.

საკვანძო სიტყვები : ვიზუალური პროპაგანდა, საბჭოთა რეკლამები, საბჭოთა პოსტერები, საბჭოთა კავშირი.

Abstract

Propaganda in advertisements and posters of the Soviet Union are studied less by scholars. In addition, scientific studies on the role of women in Soviet posters are scarce. The paper analyzes the nature of internal propaganda in the Soviet Union. The paper aims to study the role of visual propaganda and determine the framework of influence. At the same time, discussing the gender policy of the Soviet Union on the example of posters. Through the descriptive method of scientific literature, the goals of Soviet propaganda, the specifics and extent of its distribution, as well as why the role of women increased in the Soviet space, and how consumer behavior contributed to the development of advertising in the Soviet Union were identified. In the subsequent stage of the desk research questions were prepared to confirm the hypotheses using the qualitative research method. In-depth interviews were conducted among the field experts, such as the representatives of the local non-governmental sector, and members of research foundations. Through the analysis of empirical research, it was determined that advertising in the Soviet Union as a means of spreading socialist ideology and had no connection with obtaining material well-being or increasing sales of products, and it was also revealed that the role of women in Soviet posters was used for different political purposes in different historical periods. The paper concludes that by creating a paradigm and maintaining control over society, Soviet propaganda successfully achieved its goals.

Keywords: visual propaganda, Soviet advertisements, Soviet posters, Soviet Union.