

УДК 159.9

ГРНТИ 15.81.29

ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ ПЛАКАТОВ ПО БЕЗОПАСНОСТИ¹

© 2024 г. Д.И. Рейтынбарг

*Сотрудник Психотехнической лаборатории
Государственного научного института охраны труда
НКТ, НКЗ и ВСНХ СССР,
Москва*

В данной статье² говорится об исследовании воздействующего эффекта плакатов по технике безопасности на зрителей. Исследования начались с 1927 г., когда автор с коллегами обратились к специалистам по плакатам разных стран и, получив их, устроили выставку по охране труда. Далее эта экспозиция повторялась, увеличиваясь в объеме, в 1928, 1929 гг. Первые результаты опроса участников выставки 1927 г. показали, что имеются два направления в плакатной работе: американское и русское. Американские плакаты многообразны и оптимистичны, их содержание связано с различными сторонами поведения рабочего, и они подчеркивают пользу безопасности. В советских плакатах безопасность понимается как момент несчастного случая, с кровью, с перекошенным от ужаса лицом пострадавшего, в производственной обстановке; выделяется вред опасности. Рабочим плакаты были понятны, но они зачастую воспринимали его как урок безопасности, а многие участники выставки давали предложения художникам-плакатистам лучшего воздействия изображения. По своему психологическому тону плакат по технике безопасности мог быть: 1) положительным — изображал, как нужно работать, чтоб избежать несчастного случая; 2) отрицательным — показывал, как не надо вести себя, чтоб не вызвать опасности; устрашающим — с кровью и перекошенными от ужаса лицами пострадавших; 3) комическим — продолжал линию положительного изображения; 4) комбинированным — составлялся из двух частей — как надо и как не надо работать. 5) нейтральным. Наиболее убедителен был признан плакат сюжетный, динамический, содержащий изображение человеческих лиц, инструктивный, наиболее

¹ Впервые опубликовано: Рейтынбарг Д.И. Опыт исследования плакатов по безопасности // Промышленный травматизм и борьба с ним / Под ред. проф. С.И. Каплуна, П.И. Синева. М.—Л.: Гострудиздат, 1930. С. 625-652.

² Аннотация и ключевые слова к статье Д.И. Рейтынбарга составлены Н.Ю. Стоюхиной.

полно воспроизводящий опасность, ее воздействие, способ защиты, объективный и субъективный эффект защиты, по существу, таким образом, плакат контрастный, комбинированный, двухмоментный.

Ключевые слова: история психологии, психотехника, психотехника воздействия, плакат по технике безопасности, несчастный случай, выставка плакатов.

I. АНАЛИЗ ПЛАКАТНОГО МАТЕРИАЛА

Изучать плакат можно либо с точки зрения 1) организационной, т.е. с точки зрения того, как поставить плакатное дело, каковы должны быть взаимоотношения между заказчиком и исполнителем, как должны распространяться и использоваться плакаты на местах; 2) искусствоведческой — сюда включаются вопросы оформления материала — и психотехнической, в круге интересов которой основные вопросы эффективности воздействия плакатом, т.е. вопросы о том, каково психологическое и практическое влияние плаката.

Наиболее близкая нам точка зрения — это точка зрения психотехническая. Начиная работу по плакату, мы не могли, однако, пренебречь точкой зрения организационной и разослали специальную анкету во все страны мира с просьбой прислать нам материал и сообщить, как поставлено плакатное дело.

На наши письма откликнулись: Англия, Северо-Американские Соединенные штаты, Южная Африка, Канада, Германия, Франция, Голландия, Норвегия, Дания, Чехо-Словакия, Эстония, Япония. Присланный материал мы выставляли частично на психотехнической конференции в мае 1927 г., на конференции по охране труда весной 1928 г., на съезде по экономике труда осенью 1928 г., а в конце 1928 г. и начале 1929 г. устроили специальную выставку советских и иностранных плакатов по безопасности, которая была показана в помещении Центрального музея охраны труда, затем была переведена в клуб им. Кухмистерова (один из самых больших Москве рабочих клубов), на ряд предприятий Москвы и в иногородние организации.

Первыми прислали свои материалы САСШ, Англия, Голландия и Германия, и мы поставили перед собой вопрос о том, чем отличаются между собой плакаты названных

стран и каково их отличие от плакатов советских. В нашем распоряжении было: плакатов САСШ – 198, английских – 17, голландских – 48, германских – 110, русских – 44, а всего – 417 шт.: и весь этот материал мы рассмотрели со следующих шести точек зрения.

1. Что изображено на плакате. На плакатах по безопасности встречаются изображения: а) людей (один, два, много), б) предметов (машин, инструментов, мебели и т.п.), в) животных г) частей тела (руки, ноги); встречаются кроме того плакаты, на которых даны только: д) слова (лозунги) и е) символы (например, смерть) и условные знаки.

2. Какова обстановка плаката. Здесь мы различали обстановку производственную и бытовую. Обстановку некоторой части плакатов пришлось отнести к «неопределенной» за отсутствием более точного слова. К этой группе мы отнесли, например, американские плакаты с изображением мудрых слов, изрекающих правила безопасности, знаменитых американцев, карикатурные изображения.

3. Какой момент несчастного случая изображен на плакате. Здесь представляются три возможности: а) плакат изображает самый момент несчастья, б) следствие несчастного случая, в) причину. Группа плакатов «неопределенной», по п. 2, обстановки выпадает из этой схемы, мы отнесли поэтому эти плакаты к «прочим».

3. Какой общий тон плаката. Общий тон плаката может быть либо положительным, когда он вызывает положительную реакцию, либо отрицательным, когда он рассчитан на реакцию отрицательно (кровь, ужас, смерть). Те плакаты, которые одновременно изображают и положительный, и отрицательный момент, мы относили в обе рубрики.

4. Изображен ли на плакате производственный процесс. Плакаты с производственным процессом мы условно назвали динамическими в отличие от статических, на которых производственный процесс не изображен.

5. Есть ли на плакате кровь и юмористичен ли плакат. Ответ на этот вопрос дает косвенно п. 4 об общем тоне плаката. Нам хотелось, однако, остановиться специально на

этих пунктах, которые сами по себе дают красноречивую оценку плакатам различных стран.

Подходя с такого рода критериями к нашему материалу, мы не рассчитывали, во-первых, дать основу для точной классификации плакатов, во-вторых, мы не были заинтересованы в слишком большом дроблении плакатов, — такое дробление было бы практически нецелесообразно, — в-третьих, мы не давали никакой оценки тем или иным особенностям плакатов.

Пункты оценки были в то же время выбраны не случайно: практическая работа в комиссиях по разработке плакатов при Центральном музее охраны труда и специальные работы американских и германских исследователей по психологии рекламы показали, что как раз по вопросам, названным в наших рубриках, возникает больше всего споров, и эти-то пункты в значительной мере определяют эффективность плаката.

Результат анализа показывают приводимые ниже таблицы:

1. Что изображено на плакате (в % %)

Плакаты	Люди (1, 2 много)	Предметы: машины, инструменты, мебель и пр.	Животные	Части тела	Слова	Символы
Американские	88	74	6	6	7	7
Английские	65	31	12	-	-	6
Голландские	81	50	-	15	-	6
Немецкий	94	88	1	9	1	4
Русские	93	95	-	9	-	9

2. Обстановка плаката (в % %)

Плакаты	Производственная	Бытовая	Неопределенная
Американские	54	14	32
Английские	76	-	24
Голландские	77	2	21
Немецкий	91	-	9
Русские	98	-	2

3. Несчастный случай на плакате (в % %)

Плакаты	Самый несчастный случай	Следствие	Причины и предупрежден. несчастн. случаев	Прочие
Американские	25	5	34	36
Английские	47	-	42	12
Голландские	56	13	19	13

Немецкий	59	3	48	5
Русские	77	-	27	-

4. Общий тип изображения (в % %)

Плакаты	Положительный	Отрицательный
Американские	46	54
Английские	47	71
Голландские	19	83
Немецкий	21	81
Русские	11	95

5. Динамические и статистические плакаты (в % %)

Плакаты	Статистические	Динамические
Американские	35	65
Английские	35	65
Голландские	21	79
Немецкий	14	86
Русские	7	93

6. Кровь и юмор на плакатах (в % %)

Плакаты	Кровь	Юмор
Американские	-	13
Английские	-	12
Голландские	2	-
Немецкий	1	1
Русские	16	-

Приведенные таблицы показывают, что в настоящее время имеются два направления в плакатной работе: одно — американское, другое — русское. Американские плакаты характерны прежде всего многообразием. Американцы связывают содержание плаката с самыми различными сторонами поведения рабочего. Советские плакаты, наоборот, умышленно изолируют безопасность и понимают эту безопасность только как момент несчастного случая, с кровью, с перекошенным от ужаса лицом пострадавшего, непременно в производственной обстановке. Американские плакаты установлены оптимистически, стараются больше подчеркивать пользу безопасности, чем, как это делается у нас, вред опасности.

Установку на показ несчастного случая, производственной обстановки и рабочего процесса наши работники плакатного дела переняли от германских. Именно в Германии, в противовес Америке и Англии, зародилось и разрабатывается до настоящего времени «ужасное» направление в плакате по безопасности. Впрочем, в последние годы

раздаются уже в Германии голоса против крови и за жизнерадостность и разнообразие плакатов по безопасности. Вопрос о трактовке темы в плакате, конечно, сложный. Разрешение его требует длительных наблюдений и опытов. Ясно только, что в настоящее время, не имея точных данных об эффективной силе того или другого способа оформления, мы сделаем меньше ошибок, если постараемся внести больше разнообразия в наши плакаты.

Описанная здесь работа проделана мною совместно с Л.И. Бурлюк в конце 1927 года. С того времени русская плакатная практика сделала большие успехи. Издательство «Вопросы труда», Центральный музей охраны труда и социального страхования, который разрабатывает плакаты по безопасности, очень внимательно отнеслись к составленной на основании настоящего исследования докладной за Института охраны труда «О рационализации плакатного дела»³, и многие из плакатов, изданных весной и летом 1928 года и позднее, по разнообразию тем, по оформлению их и тексту значительно выше плакатов, изданных у нас в прежние годы.

2. ПОНЯТЕН ЛИ ПЛАКАТ

Задачи и метод

Плакат по безопасности труда, как и всякий плакат, 1) должен привлечь внимание зрителя, 2) должен быть правильно воспринят, усвоен и удержан в памяти, 3) должен вызвать у зрителя реакцию, на которую собственно плакат и рассчитан. Эта довольно грубая психологическая схема сознательно или бессознательно руководит авторами плакатов, и плакатная практика знает множество способов, помогающих плакату достигать его цели. Так, чтобы привлечь внимание, пользуются цветовыми пятнами, выделяющими предметами, так называемыми «уловителями взгляда». Вторая часть схемы, т.е. правильное усвоение плаката, возможно только в том случае, если тема и ее

³ См. Обзор хозяйственно-издательской деятельности изд-ва «Вопросы труда». Руководящие материалы для работников периферии М. Ноябрь, 1928 г. Статья С. Миньковича «Организация плакатного дела». Докладная записка целиком напечатана в сборнике «Вопросы просвещения по охране труда» («Вопросы труда». М. 1929 г.) под названием «К вопросу об издании плакатов по охране труда, профессиональной гигиене и социальному страхованию».

оформление доступны зрителю, если они соответствуют его опыту и не называют никаких тормозящих восприятие ассоциаций. Точно также можно называть и приемы, служащие для того, чтобы плакат оказал требуемое влияние.

В описываемых ниже опытах нас интересовал вопрос о правильном усвоении плаката: насколько точно зрители могут усвоить содержание плаката, и что может этому усвоению помешать.

Чтобы ответить на этот вопрос, мы остановились на двух выпущенных издательством «Вопросы труда» плакатах. Первый из них «Следи за вагонеткой» относится к серии «Техника безопасности в деревообделочной промышленности», второй «Не открывай крышки над трепалом до полного останова машины» — к текстильной.

На плакате «Следи за вагонеткой» изображен лесопильный завод. На переднем плане — двигающаяся по рельсам на зрителя вагонетка, груженная досками и подталкиваемая сзади рабочим. Перед вагонеткой рабочий, упавший поперек рельс, рядом с ним доска. На заднем плане штабеля досок, работающие на них люди, электрические фонари, корпус заводского здания. Вправо от вагонетки, тоже на переднем плане, два штабеля досок, между ними узкий проход. Дело происходит зимой, на снегу следы упавшего рабочего, вышедшего, по-видимому, из этого прохода. Плакат выдержан в бело-желто-голубом, формат 54 X 72 см и напечатан в ширину. Надпись сделана красным: над изображением «Следи», под изображением «за вагонеткой».

На плакате «Не открывай крышки и т.д.» дана машина и на переднем плане фигура рабочего (до колен), устремленного вправо. Правая рука рабочего окровавлена, левой он схватился за голову, рот и глаза широко открыты. Следы крови видны и на машине. Плакат гораздо темнее первого: здесь преобладают серо-зеленые и коричнево-черные тона. Расположено изображение в длину, надпись над изображением дана на белом фоне: «Не открывай» — красным, «крышки над трепалом» — черным, под изображением на черном фоне: «до полного» — красным, «останова машины» — белым.

Выбор этих плакатов для опыта был обусловлен тем, что обстановка, изображенная на первом (деревообделочном) плакате, предполагалось, всем понятна:

несомненно, что доски, рельсы, вагонетки видели все. Наоборот, текстильная промышленность и, в особенности, слово «трепало» гораздо менее знакомы. С другой стороны предполагалось, что событие, изображенное именно на этом втором, малодоступном текстильном плакате, дано гораздо яснее, красноречивее. Таким образом, по существу, опыт должен был ответить на вопрос о популярности обоих плакатов. Специфичность опыта была в том, что популярное оформление текстильного плаката сочеталась с непопулярностью самой темы и, наоборот, доступность деревообделочной темы сочеталась с несколько трудной ее передачей на плакате.

Испытуемыми в опыте служила экскурсанты Центрального музея охраны труда и социального страхования (в Москве). опыты производились в большом светлом зале этого музея. Перед испытуемыми были повешены на стене, один под другим, оба описанные плаката.

Испытуемые получали бумагу и карандаши и, сидя за столами, должны были описать оба плаката, — сначала деревообделочный, затем текстильный. Временем испытуемые не были ограничены, могли подходить к плакатам и рассматривать их. Внимание обращалось только на то, чтобы каждый из испытуемых работал вполне самостоятельно, чтобы в зале соблюдалась тишина, чтобы испытуемым было удобно писать.

Участвовали в опытах четыре коллектива экскурсантов:

1. Школьные и клубные работницы 28-30 лет и старше (11 чел.). 2. Учащиеся школы фабрично-заводского ученичества деревообделочной промышленности, мальчики 16-18 лет (17 чел.). 3. Учащиеся объединенной школы Управления местного транспорта (ОШКУМТ), мальчики 18-19 лет (17 чел.). 4. Рабочие картонажной фабрики Моссельпрома, 17-18 лет (7 чел.). Всего — 52 чел.

Опыты производились днем 14 и 16 марта, 6 и 24 апреля 1928 года, руководил опытом в трех случаях я, в одном — директор музея д-р О.Л. Кузнецов.

Материал и результаты

Все без исключения испытуемые вполне усвоили инструкцию и отнеслись к работе добросовестно. Материал, таким образом, был доброкачественный.

Описания плакатов более или менее детальны, в зависимости от грамотности испытуемых, грамотность же колеблется в пределах одного и того же коллектива, исключая, конечно, группу учительниц. Профессия участвовавших в опыте лиц в описаниях отражена очень слабо, так что весь материал можно считать однородным. Особенно однороден материал 1-го, 3-го и 4-го коллективов, однородных и по возрастному, и по половому составу.

Плакат «СЛЕДИ ЗА ВАГОНЕТКОЙ»

1. Преподавательница, 50 лет.

Содержание неясное: мало заметны рельсы, не выяснить никак причины, почему произошло несчастье и чья вина — нельзя разобрать: того ли, который везет вагонетку, или того, кто упал. В общем неизвестно, к кому относится надпись.

2. Учительница, 34 лет.

Изображается работа на железной дороге; вследствие того, что рабочий, сопровождающий вагонетку с товаром, не заметил работающего товарища, вагонетка насккивает на рабочего и опрокидывает его. Плакат понятный, краски подходящие и подходят железнодорожникам.

3. Учащийся ОШКУМТа, 19 лет.

На плакате показано (написано) следите за вагонеткой. Изображено там вот что. Проходят рельсы, по которым идет с тесом вагонетка, а по обе стороны этих рельс наложен штабеля тес и довольно близко. — Когда приходится снимать со штабеля тес, приходится заходить с концом тесины на рельсы. И вот на этом плакате напечатано один рабочий с концом в руках зашел на эти рельсы, а другой вез на вагонетке тес и был непредусмотрителен, не крикнув другого рабочего. Он наехал и сшиб его.

4. Учащийся ОШКУМТа, 19 лет.

Глядя на плакат, отчасти получается некоторое недоразумение, чтобы точно этот плакат объяснить. Тут, по-моему, можно для него дать два назначения: 1) шел человек и его толкнула вагонетка с досками, 2) человек сидел на вагонетке с досками и упал. По-моему, если этот плакат предназначить тому, что человек шел поперек хода тележки, из-за угла, и его тележка сбила, то для этого его надо было поместить ближе к углу и показать начало происшествия.

Из четырех приведенных образцов два показывают критическое, а два уверенно-положительное отношение к плакату. Надо сказать, что большая часть ответов не критикует, а просто описывает, и те пункты, которые вызывают у одних явное недоумение, другими подаются без всякого сомнения, как исчерпывающие содержание плаката.

Матерная опытов укладывается в такую схему: 1. Где происходит дело. 2. Как очутился пострадавший под вагонеткой. 3. Чья вина. 4. К кому относится надпись. 5. Понятно ли содержание плаката. 6. Для кого предназначен плакат. 7. Краски. 8. Детали плаката. 9. Общие замечания, предложения.

Первые 4 пункта касаются описательной части ответов, остальные обнимают критические замечания самих испытуемых, в частности в 5-й пункт схемы о понятности или непонятности плаката попадают только прямые заявления испытуемых об этом, из самого же описания, правильно ли оно или неправильно, мы выводов о понятности не делаем.

В нижеследующих сводках материал разбит на 2 группы. Римским I обозначены высказывания первой группы испытуемых — 11 человек учительниц; II — второй, третьей, и четвертой — 41 человек учащихся ФЗУ.

Если сгруппировать все указанные причины, то получим:

1. Отсутствие указаний, неясные, неопределенные указания (п. 1, 2, 3)	9
2. Пассивные причины несчастного случая, вернее, причины, не зависящие от самого рабочего процесса (п. 4, 5, 6, 7, 8)	18
3. Активное участие рабочего — рабочий процесс (9, 10, 11)	25
Всего	52

Где происходит дело

	I	II	Всего
1. На рельсах между досками	-	2	2
2. На железной дороге	1	-	1
3. На заводе	1	-	1
4. На лесопильном складе	-	3	3
5. На лесопильном заводе	1	2	3
6. Нет прямых указаний	8	34	42
Всего	11	41	52

Как очутился пострадавший под вагонеткой

	I	II	Всего
1. Нет указаний	2	2	4
2. «Неизвестно», «непонятно, как очутился впереди»	2	-	2
3. «Один лежит, другой везет», «не следил за вагонеткой в том месте». «возчик не заметил товарища и сшиб его»	1	2	3
4. Передний возчик упал, задний на него наехал	1	-	1
5. Упал с вагона, не заметил доски, споткнулся	-	2	2
6. Доски неправильно сложены, одна упала с вагонетки, рабочий споткнулся о доску	-	2	2
7. Споткнулся о «халатно» оставленную доску, вагонетка на него наехала	-	2	2
8. Выходил «из-за угла», «из узкого прохода», пересекал рельсы, попал под вагонетку	1	10	11
9. Убирал оставленную доску, его сшибло	-	4	4
10. Вагонетка выбила из-под его ног доску, проложенную к штабелю, к вагону	-	3	3
11. Переходил с грузом через рельсы (вышел «из узкого прохода», «из стен досок», «штабеля близко»), нес (или передвигал) доску, поскользнулся («свалился», «замучился»), его сшибла вагонетка	4	14	18
Всего	11	41	52

Из всех указанных в основной таблице причин верна одна — последняя: рабочий переходил с грузом через рельсы, не следил за вагонеткой, вагонетка его сшибла. Но на эту причину указывают только 18 испытуемых, из них 4 из первой группы. Другими словами, правильные ответы составляют только 35% всего количества ответов. Приближается к правильному 8-я причина: рабочий пересекал рельсы, его сшибла

вагонетка, или: правильные ответы вместе с приближенными к правильным составляют 54% всех ответов.

По всем остальным пунктам схемы можно разбить главным образом материал первой группы испытуемых, — учительниц, которые, вполне естественно, более широко и многосторонне подходят к плакату.

На вопрос «Чья вина?» — находим ответ только у трех учительниц: «неизвестно».

Две учительницы отмечают, что «неизвестно», к кому относится надпись.

Понятно ли содержание плаката

	I	II	Всего
Да	1	-	1
Нет	7	1	8
Нет указаний	3	40	43
Всего	11	41	52

«Нет указаний», значит, что испытуемые описывают плакат, не задаваясь вопросом о том, понимают они этот плакат или нет.

Краски

Краски удовлетворительны по мнению двух учительниц, бледны — по мнению одной.

Детали плаката

Отдельных деталей плаката касаются только учительницы, почти все.

1. Рельсы плохо сделаны: неясно, рельсы это или подкладка	2
2. Неестественна поза упавшего	1
3. Плакат мал, мала фигура рабочего на первом плане	2
4. Доски на вагонетке плохо сложены	3

Общие замечания, предложения

I группа	II группа
1. Плакат не дает конкретных указаний, как избежать несчастья.	1. Кроме санитарных условий и предохранительных приспособлений, в работе необходима осторожность самого рабочего (2 раза).
2. Надо было указать, что можно дать сигнал и тем избежать несчастья.	2. Выходя из-за угла, надо осматриваться.
3. Надо было сделать больше фигуру на переднем плане и больше надпись, а то пропадает драматизм положения: не видно катастрофы.	3. Надо убирать доски с дороги.
4. Плакат надо повесить на пути, где производятся работы, подобные изображенной.	4. Несчастье, изображенное на плакате, объясняется тем, что не было предохранительных приспособлений.
	5. Нет предупреждения, что идет вагон.
	6. У возчика не было тормоза.

	7. Если рабочий переходил через рельсы, его надо было поместить ближе к углу.
--	---

Эти замечания и предложения касаются либо непосредственной практики, либо содержания плаката в целом, либо оформления плаката.

Интересно, что практические выводы из плаката делает только вторая группа испытуемых — учащаяся рабочая молодежь. Учительницы говорят о плакате, как о таковом.

Плакат «НЕ ОТКРЫВАЙ КРЫШКИ НАД ТРЕПАЛОМ ДО ПОЛНОГО ОСТАНОВА МАШИНЫ»

1. Учительница, 28 лет.

На плакате изображен рабочий. У этого рабочего при работе попала рука в трепало. Вероятно, этот рабочий не соблюдал то, что требовалось при пользовании машиной. Рука покрыта кровью. На лице написан ужас. Руку, которая попала в трепало, он отстраняет от себя, а другой с ужасом хватается за голову. Следы крови сохранились на крыше трепала. Бросается в глаза, что рабочий на производстве остается в своем домашнем костюме, отсутствие прозодежды. Ужас рабочего виден в глазах, в лице, и в движении. Для меня плакат ясен.

2. Учащийся ОШКУМТа, 19 лет.

На плакате мы видим, что рабочий не дал как следует остановиться машине, снял предохранительную крышку с трепала, которой, идя снизу, ударило его по руке, разбив рабочему руку, который в сильной боли побежал в амбулаторию. И вот, товарищи, прошу быть рабочих осмотрительными и хорошо следить за ошибками своих товарищей.

3. Учащийся ОШКУМТа, 16 лет.

На рисунке изображено: рабочий, работающий у трепалы, на текстильной фабрике, хотел осмотреть машину, открыл крышку не совсем остановившегося мотора и так как мотор был не совсем остановлен и работал по инерции, то по неосторожности рабочего оторвало руку.

4. Учащийся ОШКУМТа, 19 лет.

Плакат очень неярко показывает обстановку, в которой происшествие случилось. Незнающему человеку про трепало очень трудно объяснить это явление. Он задумывается о том, для чего рабочий открыл крышку, если это грозит опасностью. Если крышку можно не открывать, то почему ее не закроют более крепко. Вот такие мысли получаются у человека, незнакомого с этой установкой. Еще можно отметить отрицательную сторону этого плаката. Хорошо бы рядом с этим плакатом дать цифры несчастных случаев в такой обстановке. Может быть, это единичный случай из 1000 человек. Таким образом я думаю, что для того, чтобы плакат был наглядным, нужно (по силе возможности) дать более простую обстановку, в которой это происшествие случилось, потом еще (можно и грубо) указать цифры несчастных случаев в таких явлениях.

Схема для обработки материала по плакату «Не открывай крышки и т.д.» несколько отличается от схемы, принятой для деревообделочного плаката, и состоит из следующих 6 пунктов: 1) понятно ли содержание плаката, 2) для кого предназначен плакат, 3) к чему взывает плакат, 4) оформление плаката, 5) детали плаката, 6) общие замечания, предложения.

В первом пункте, как и в соответствующем пункте предыдущей схемы, учитываются только прямые заявления испытуемых о понятности или непонятности содержания, но отнюдь не правильность или неправильность самого описания.

Понятно ли содержание плаката

	I	II	Всего
Да	8	32	40
Нет	3	7	10
Нет прямых указаний	-	2	2
Всего	11	41	52

Таким образом, 40 испытуемых, или 77% всех испытуемых заявляют, что плакат понятен. Фактически же процент понявших плакат выше, так как в общем правильно описали плакат и те, кто заявляет, что плакат непонятен.

«Плакат будет, может быть, понят рабочими», заявляет одна учительница.

«Плакат взывает к осторожности, предусмотрительности, предупредительности»
(три учительницы).

Оформление плаката «яркое» и «удовлетворительное», — по мнению двух учительниц.

Из деталей плаката учительницы же обращают внимание на то, что:

- 1) машина и фигура рабочего окрашены в один и тот же цвет, — это плохо;
- 2) внимание зрителя должно больше фиксироваться на фигуре рабочего;
- 3) рабочий не в спецодежде, а в своем обычном костюме;
- 4) хороша фигура рабочего на первом плане.

Общие замечания, предложения

I группа	II группа
1. Неясно, зачем рабочий открыл крышку.	1. «Вижу только руку в крови, и он в испуге».
2. На плакате нет причины несчастного случая, а только результаты, — надо показать причину (3 раза).	2. «Вижу машину, кровь и никуда не идет».
3. Плака маловыразителен.	3. Рабочий на плакате поплатился за неосторожность, невнимательность, непредусмотрительность, несоблюдение правил безопасности, незнакомство с производством (8 раз).
4. В надписи «не открывая» должен быть больше шрифт.	4. «Если бы не открыл крышку, не попал бы» (4 раза).
	5. Поэтому нельзя поднимать крышку».
	6. «Не видно, как попал».
	7. Надо сделать так, чтобы крышка не открывалась.
	8. Указать на плакате цифры подобного рода несчастных случаев.

Здесь бросается в глаза, что рабочие, в противовес учительницам, больше (почти исключительно) обращают внимание не на оформление и не на детали, а на непосредственный практический урок (поучение), вытекающий из плаката.

ВЫВОДЫ

1. Целью опытов было выявить понятность ситуации, изображенной 1 плакатах, с психологической, а не с производственно-технической точки зрения. Поэтому испытуемые были подобраны не только из лиц соответствующей профессии, а из числа экскурсантов музея и не принадлежащих к данным профессиям. Материал показывает,

что профессия наших испытуемых почти вовсе не отражается на их описаниях. С другой стороны, описания вполне толковы, добросовестны и не вызывают сомнения в том, что все без исключения испытуемые правильно усвоили данную им инструкцию.

2. На понятность плаката «Следи за вагонеткой» указывает прямо только одно лицо, или 2% всех испытуемых, на понятность плаката «Не открывай крышки и т.д.» — 41 человек, или 77% всех испытуемых. Из непосредственных описаний следует, что первый плакат поняли правильно только 35% испытуемых, второй — почти все. В подобном опыте над двумя немецкими плакатами, отличавшимися между собой способами оформления, Мария Франк⁴ получила процент правильного понимания одного — 64,3, второго — 90,2. Небольшой процент правильно понявших деревообделочный плакат объясняется большой психологической неясностью изображенной на нем ситуации. Плакат не понимают, несмотря на то что производство, к которому он относится, в общем более знакомо, чем изображенное на втором плакате текстильное производство.

3. Материал показывает, что испытуемые рабочие установлены весьма практически. Они обращают внимание на непосредственно вытекающие из плаката практические выводы, несмотря на иначе направленную инструкцию. Плакат воспринимается как урок безопасности.

4. Некоторые из предложений испытуемых (например, предложения не окрашивать в один и тот же цвет машину и фигуру рабочего; давать на плакате цифры несчастных случаев; хорошо прорисовывать передний план плаката и, главное, указывать, что должен делать рабочий, чтобы избежать несчастья) заслуживают самого внимательного к себе отношения со стороны художников и организаций, занимающихся разработкой и изданием плакатов по безопасности.

⁴ Maria Frank. Psychotechnische Begutachtung von Unfallverhütungspakaten // Industrielle Psychotechnik. 1926. № 1.

3. СОДЕРЖАНИЕ И ОФОРМЛЕНИЕ ПЛАКАТА

Задачи и метод

Предметом исследования в настоящих опытах служили два выпущенных издательством «Вопросы труда» плаката на тему «Не надевай ремень на ходу руками».

На первом плакате, изданном в 1926 г., показан рабочий, захваченный приводным ремнем. Руки рабочего обхватили шкив, левая нога его еще на лестнице, но весь он лицом вперед, на зрителя, устремлен движением вала вниз. Плакат разделен на две части. Нижняя часть залита черным, на ней с отогнутым углом белый плакатик с надписью зеленым: «не надевай ремень на ходу руками». Верхняя часть зеленоватая. На ней черно-серым выделяется фигура рабочего, вал, шкив и приставленная к валу лестница, с которой, по-видимому, рабочий надевал ремень. Формат плаката 36 X 54 см. Напечатан плакат в длину.

На втором плакате, изданном в 1928 г., рабочий ударился головой о потолок, удар условно показывают расходящиеся лучами от левого глаза белые линии. Левая рука рабочего на шкиве, красная стрелка по окружности шкива указывает, в какую сторону вращается вал. Пострадавший в синей разодранной на груди блузе, в черных штанах, к зрителю он вполборота, правая рука сжата в кулак и упирается в потолок. Изображение дано на белом фоне, шкив, вал и кронштейн сделаны светло-серым, лестница, ремень и потолок — желтым, рамки нет. Надпись над изображением: «руками» — красными «на ходу» — черным; под изображением «ремень» — черным и «не надевай» — красным. Верхнюю часть надписи отделяет от изображения толстая черная линия. Плакат, как и предыдущий, расположен в длину. Формат 54 X 72 см.

Таким образом, на плакате старого издания: 1) меньше элементов, чем на втором; 2) он меньше форматом; 3) он темный: серо-черно-зеленоватый; 4) он динамичней; падение рабочего показано резче, чем на втором, 5) надпись дана компактней, вся под изображением, одним цветом, и звучат, как правило из обязательных постановлений: «не надевай ремень на ходу руками».

На плакате нового издания; 1) больше элементов; 2) он больше форматом; 3) светлей: бело-серо-желтый с эффектно выделенной черно-синей фигурой рабочего; 4) плакат статичнее первого, причем движение идет не к зрителю, как на старом плакате, а от него; 5) надпись разбита и дана частью в верхней, частью в нижней половине плаката, надпись двухцветная, выделяется напечатанное красным по белому (наверху внизу) «руками» и «не надевай», она ритмична: «руками на ходу ремень не надевай».

В общем, в плакате нового издания преобладают черты, рассчитанные на внешний эффект, на привлечение к нему внимания — формат, краски, большой шрифт, белое свободное пространство вокруг изображения, большая фигура самого рабочего. Старый плакат, не обладающий всеми этими свойствами, резче подчеркивает самый несчастный случай, который, можно сказать, изолирован здесь от всяких посторонних элементов.

Спор между обоими плакатами — это спор между содержанием и оформлением.

Эта особенность плакатов обусловила постановку опытов. Интересно было исследовать, какие черты обоих этих плакатов привлекут внимание испытуемых и в чью пользу будет решен спор.

Испытуемыми были группы экскурсантов Центрального музея охраны труда и социального страхования (в Москве). Таких групп было четыре: три коллектива учащихся 6-й группы московских школ и один — учащихся школы фабрично-заводского ученичества Государственного тормозного завода. Всех испытуемых было 84 человека, из них 49 мальчиков, 2 девочки и 3 не указавших пола. Возраст всех участников опытов приблизительно одинаковый: большей частью 14-17 лет. В первом коллективе было 28 человек, во втором — 18, в третьем — 24, в четвертом — 14. Опыты происходили в большом зале Музея днем 8 и 9 мая 1928 года.

Испытуемые получали бумагу, карандаши и описывали повешенный перед ними плакат нового издания «Руками на ходу и т.д.». После того как плакат кончали описывать, рядом с ним вешался другой — старого издания, и испытуемые должны были сравнивать первый, описанный, со вторым, который не нужно было описывать. Кроме указаний на то, который из плакатов лучше, другими словами, «который из обоих

плакатов предпочтительнее вывешивать на производстве, чтобы учесть рабочих безопасности», испытуемые должны были мотивировать свой выбор. Исключение в инструкции было сделано для первой группы испытуемых, которой было предложено описать оба плаката, — раньше нового издания, потом старого. В зале соблюдалась тишина, никаких вопросов вслух нельзя было задавать, обращалось внимание на то, чтобы испытуемые работали самостоятельно. Все желающие могли рассматривать плакаты поблизости. Время на работу давалось неограниченное.

Материал, результаты

1. Учащийся 6-й группы, 14 лет.

На этом плакате виден несчастный случай, который может случиться в любой промышленности. Тут изображено, что не надо поправлять ремни на ходу. Из-за того, что он хотел поправить ремень на ходу, его ремень потащил за собой и вдобавок он ударился головой о железную балку. Рабочий был одет в синюю куртку и черные штаны, у него рубашка разорвалась. Разница между первым и вторым плакатом та, что на первом плакате рабочий стукнулся и не перелетел через колесо, а на втором видно, что рабочий перелетел через колесо и упал по другую сторону. Еще на первом плакате лучше потому, что лестница с предохранителем. Первый плакат лучше и по краскам, и по устройству разных предохранителей.

2. Учащийся 6-й группы, 13 лет.

Плакат изображает приводной ремень, вал и рабочего, который хочет надеть его, не остановив предварительно машины. Ремень захватывает руку рабочего и увлекает его самого вниз. Но голова не может пройти через маленькое отверстие между валом и карнизом потолка. Итак, этот плакат изображает момент отрыва руки у рабочего. «Руками на ходу ремень не надевай». — У обоих плакатов цель одна, а форма и краски разные. По-моему, первый плакат изображен лучше, потому что там больше различных красок и момент обрыва руки изображен лучше. Но на производстве пригодятся оба эти плаката, и из этого не следует заключать, что второй плакат хуже первого.

3. Учащаяся 6-й группы, 15 лет.

На плакате изображено колесо с приводным ремнем, рабочий, во время сильного вращения колеса машины, надевает на него передаточный ремень. Колесо с силой крутится, и в то время, когда рабочий надевает ремень, его одежду защемляет между колесом и ремнем и закручивает в машину, где его всего переламывает. Этот плакат показывает, что при работе нужно соблюдать осторожность, шагом к которой является вот этот случай: «не надевай на ходу руками ремень». — Разница и преимущество этих плакатов: у первого плаката живые краски, там картина дает настоящего живого рабочего, одетого, как одеты рабочие, разорванная куртка показывает силу, с которой его туда закрутило, но здесь не так хорошо показано, что ждет рабочего, в плакате № 2 видно, что рабочий, затянутый ремнем, падает вниз и разбивается.

4. Учащаяся 6-й группы, 14 лет.

На плакате изображен несчастный случай, происходящий на производстве. Изображена обстановка мастерской, а именно: маховое колесо с придаточным ремнем, направление колеса, лестница, на которой стоит человек в согнутом положении и на ходу поправляет ремень. Также виден и шкив, на который надето колесо. Этот плакат изображен в красках. Человек на втором плакате виден лучше, так как он обращен лицом вперед и более понятно его неправильное обращение с машиной. Второй плакат более однотонный, но, по моему мнению, он яснее покажет рабочему, как надо обращаться с машиной, и он увидит и осознает, посмотрев на картину, в каком положении человек попадает в машину, из-за чего и случается несчастный случай.

5. Учащаяся 6-й группы, 15 лет.

На этом плакате показан несчастный случай. Неаккуратный рабочий стал во время хода машины надевать руками передаточный ремень на колесо. Ремнем захватило его рубашку и вместе с ней вертит и рабочего. Следовательно, во время хода машин не следует руками надевать ремень на колесо, этим избежешь несчастного случая. Этот плакат выполнен красками. Рабочий одет в синюю рубашку и черные брюки. Разница между плакатами та, что первый плакат изображен различными красками, а второй-

одной черной на зеленом фоне. Что касается того, который из плакатов лучше и который будет более понятен для рабочих, то, право, не знаю. По-моему, оба хорошие плакаты и оба одинаково понятны.

Весь материал обработан по следующей схеме: 1. Понятно ли содержание плаката. 2. К чему призывает плакат (какое чувство он вызывает). 3. Какой из плакатов предпочтительнее. 4. Мотивировка выбора.

Понятен ли плакат

Об этом мы судили только по описаниям, а не по заявлениям испытуемых о понятности — таких вовсе не было. Плакаты все понимают. Только один случай можно считать условным: отвечавшая в описании перенесла центр тяжести с надевания ремня на свободную спецодежду рабочего. Однако вывод о том, что ремень на ходу не следует надевать руками, делается и в данном случае.

К чему призывает плакат

Плакат наводит всех испытуемых на размышление о пользе предусмотрительности, внимательности и о вреде неосторожной работы. Часто испытуемые увлекаются, пишут о будущем пострадавшего, о его материальном положении. Такое свободное фантазирование встречается у всех почти девочек и у большого количества мальчиков.

Какой из плакатов предпочтительнее

	1-й		2-й		1-й и 2-й		Нет ответа		Всего	
	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%
мальчики	26	53	16	33	3	6	4	8	49	100
девочки	12	39	15	49	3	9	1	3	31	100
не указали пол	-	-	1	-	-	-	2	-	3	-
всего	38	46	32	39	6	7	7	8	83	100

Таким образом, 46% всех испытуемых предпочитают первый плакат (нового издания), 39% — второй. Мальчики большей частью — за первый: 53%, девочки — за второй: 49%. За оба плаката 6% мальчиков и 9% девочек. Нет ответа на вопрос о

предпочтительности у 8% мальчиков и у 3% девочек. На одном из плакатов останавливаются в общем 85% всех испытуемых.

Мотивировка

В следующей таблице перечислены все мотивы выбора первого или второго плаката. Так как почти все испытуемые называют больше одного пункта, то за первый у нас 67, а за второй — 42 мотива.

Все мотивы сгруппированы в три рубрики: I. Общее впечатление от плакатов. II. Содержание плакатов: а) психологическое, б) техническое. III. Оформление плакатов.

1-й плакат (нового издания)		2-й плакат (старого издания)	
I. Общее впечатление	12	I. Общее впечатление	9
1. Передает мысль яснее	4	1. Производит более сильное впечатление	1
2. Оставляет более сильное впечатление	2	2. Понятней	4
3. Понятнее	4	3. Больше нравится, лучше	3
4. Лучше	1	4. «Лучший образец»	1
5. Больше предостерегает	1		27
II. Содержание плаката	24	II. Содержание плаката	25
а) Психологическое	21	а) Психологическое	8
6. Положение рабочего естественное, показано, «что может быть на самом деле», ближе к действительности, «как в жизни есть»	6	5. Ярче изображено, как попал в машину ярче рисунок несчастного случая	1
7. Ярче картина несчастного случая, «смерть неизбежна»	4	6. Больше характеризует опасность рабочего	11
8. «Ярче картина неосторожного человека», боль на лице, ошибка рабочего ярче, ярче выражение лица; смерть, опасность	7	7. Рабочему не за что удержаться: погибнет. Рабочий в более опасном положении, чем на первом плакате: затянет всего	1
9. Ярче показан момент закручивания в шкив	1	8. Яснее неправильное обращение с машиной	3
10. Ярче, лучше показан момент отрыва руки	3	9. Рабочий обращен лицом вперед, лучше «личность» и положение рабочего	1
б) Техническое	3	10. Видны руки, накидывающие ремень	2
11. Показано устройство предохранительного приспособления на лестнице	1	б) Техническое	1
12. Кроме колеса, видны и другие части станка	1	11. Видно, за что схватил ремень	1
13. Ремень идет в одном направлении	31	12. Лестница с приспособлением	6
III. Оформление плаката	3	III. Оформление плаката	3
14. Ясно видно	2	13. Яснее видно	1
15. Ясно видно машину	2	14. Буквы понятнее	1
		15. Более понятно расположение краски	1
		16. Краски не мешают	1
		Всего	42

16. Больше по размеру	4		
17. Надпись больше	1		
18. Лучше нарисовано	19		
19. Краски ярче	67		
Всего			

Другими словами, успех первому плакату обеспечили общее от него впечатление и его оформление, составляющие 64% всех поданных за него голосов; те же 64% голосов, но поданных за содержание, обеспечили успех второму плакату, старого издания.

Девочки высказываются активнее мальчиков, по общему впечатлению и по оформлению плакатов, но уступают мальчикам в высказываниях о содержании плакатов. В общем итоге девочки оказываются активнее мальчиков: 1,41 мотивов на девочку и 1,28 мотива на мальчика.

Переведя цифры основных группировок мотивов в проценты, получаем:

Активность высказываний по отдельным пунктам	мальчики	девочки	Не назв. пола	всего	Мотивировка	1-й плакат		2-й плакат	
						Абс.	%	Абс.	%
Всего	7	13	1	21	Общее впечатление	12	18	9	22
На 1 опрошенного	0,14	0,41	0,33	0,25	Содержание плаката	24	36	27	64
Всего	36	15	-	51	психологическое	21	32	25	59
На 1 опрошенного	0,73	0,47	-	0,61	Техническое	3	4	2	5
Всего	20	17	-	37	Оформление плаката	31	46	6	14
На 1 опрошенного	0,41	0,53	-	0,44	Всего	67	100	42	100
Всего	63	45	1	109					
На 1 опрошенного	1,28	1,41	0,33	1,30					

ВЫВОДЫ

1. Материал показывает, что все испытуемые вполне усвоили инструкцию и с задачей описать плакат справились вполне удовлетворительно.

2. Описания плакатов, несмотря на то что в опыте участвовали большей частью не техники, показывают, что оба плаката поняты совершенно правильно, другими словами,

ни одна деталь плаката не мешает воспринять плакаты именно так, как их задумали авторы.

3. Описания показывают, что плакаты не только поняты, но из них сделан соответствующий практический вывод, на который плакаты рассчитаны.

4. Цифры таблиц показывают, что в оценке первого плаката решающую роль сыграло его оформление и общее от него впечатление, т.е. формат и красочность, рассчитанные именно на внешний эффект и привлечение в данном случае внимание большинства (46%) всех испытуемых.

5. С другой стороны, в оценке второго плаката испытуемыми принималось во внимание главным образом его содержание: подчеркнутость изолированность несчастного случая. Это тем более показательно, что плакат меньше форматом и значительно бледнее оформлен.

6. Разница между числом голосов, поданных за первый и за второй плакат, приблизительно такая же, как между общим числом голосов, поданных за содержание и за оформление обоих плакатов. Так, из 70 испытуемых, определенно высказавшихся в пользу того или другого плаката, 38 — в пользу первого, 32 — в пользу второго: за 1-й — 54%, за 2-й — 46%. Из 109 мотивов выбора обоих плакатов 51 говорит о содержании, 58 — об оформлении: содержание — 47%, за оформление — 53%.

7. Таким образом, содержание плаката и внешнее его оформление могут компенсировать одно другое, и в общем каждое в отдельности может обусловить правильное восприятие плаката и вытекающего из него практического урока.

8. При выпуске новых плакатов желательно, конечно, соединение на одном плакате внушающего содержания и эффектного внешнего вида. Так, если бы второй плакат (старого издания) был больше форматом, красочнее, он произвел бы гораздо более сильное впечатление и оставил бы более глубокий след в памяти зрителей.

9. Вывод этот не касается технических деталей плакатов, т.е. технические детали, естественно, не могли быть предметом оценки со стороны наших испытуемых.

4. ОСНОВНОЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТОН ПЛАКАТА

Тема

Произведенной мною совместно с Л.И. Бурлюк подробный анализ плакатов по безопасности, изданных в СССР, Соединенных штатах, Германии, Англии и Голландии, показал, что по основному психологическому тону все эти плакаты укладываются в пять рубрик. Плакат по безопасности может быть: 1) положительным, когда он изображает, как нужно работать, чтоб избежать несчастного случая; 2) отрицательным, когда показано, как не надо вести себя, чтоб не вызвать опасности; заострение отрицательной трактовки дает устрашающий плакат — с кровью и перекошенными от ужаса лицами пострадавших; 3) комический (а также юмористический) плакат продолжает линию положительного изображения, тяготея к приятной эмоции; 4) комбинированный плакат составляется чаще всего из двух частей — как надо и как не надо работать. Наконец, среди плакатов по безопасности можно найти такие, в которых изображение несколько абстрагировано от несчастного случая и указывает на элемент(ы) более или менее отдаленно связанный(е) с несчастьем. Такие плакаты мы условно назвали — 5) нейтральными.

Практически одни страны используют все перечисленные способы оформления (Соединенные Штаты), другие (СССР, Германия) пользуются преимущественно одним только способом.

Наблюдения над воспринимающими плакат по безопасности, опрос этих лиц, письма зрителей и специальные эксперименты, произведенные до настоящего времени главным образом в Германии, не дают категорического ответа на вопрос о том, какой вид плаката предпочтительнее. Гильдебрандт, проведший опыты со школьниками ФУ, уверяет, что устрашающие плакаты лучше запоминаются, Куве — против устрашающих плакатов; по его наблюдениям они в некоторых случаях портят даже аппетит зрителей. Профессор Куршман — за инструктивный — комбинированный плакат. Большая часть немногочисленных американских работ о плакате по безопасности ратует главным образом за комический и юмористический плакат, который как раз в практике СССР не

пользуется никаким почетом. В самое последнее время начинают и у нас, и в Германии раздаваться голоса против крови и ужаса на плакатах; с другой стороны, у нас крепнут тенденции к разнообразию в плакатном деле, давно уже практикующемуся, как сказано, в Америке и Англии.

Задача

Наша задача состояла в том, чтоб экспериментально проверить, какова оценка способов оформления плаката со стороны различных коллективов, как тех, к которым плакаты адресованы, так и тех, которым по роду своей работы приходится иметь дело с плакатом. В отличие от опытов, проведенных до сих пор, мы оперировали не с готовыми, т.е. изданными плакатами, а с плакатами экспериментальными, специально заготовленными для этой цели художественной мастерской Центрального музея охраны труда и социального страхования (в Москве). Удобство экспериментальных плакатов заключается в том, что их можно так строить, чтобы они были сравнимы только по одному признаку — при всех прочих более или менее равных условиях. С изданными плакатами это невозможно, так как очень редко пара плакатов содержит полностью одинаковые элементы. Таким образом, эти плакаты несравнимы в том смысле, в каком это требуется экспериментом.

Наши экспериментальные плакаты сделаны на тему «Носи защитные очки» — тема универсальная, встречающаяся во многих производствах. Все они в одну краску, обычного у нас формата 54X72 см, и отличаются только психологической трактовкой этой темы.

1. Плакат положительный (**П**): спокойное энергичное лицо молодого рабочего в защитных очках.

2. Плакат устрашающий (**У**): металлическая стружка попала в глаз рабочему, правая рука закрывает правый глаз, из-под пальцев текут капли крови, на лице боль.

3. Плакат комический (**К**): изображает несколько окарикатуренное, самодовольно улыбающееся лицо рабочего в защитных очках.

4. Плакат комбинированный, двойной (Д): с изображением пострадавшего и — рядом с ним, в правой половине плаката — лица, защищенного очками.

5. Плакат нейтральный (Н): изображены одни защитные очки.

Надпись под всеми плакатами одна и та же: «носи защитные очки». Надпись сделана одним и тем же шрифтом, занимает три строчки и помещена под изображением.

Метод, на котором мы остановились, это «метод ранговой оценки», хорошо разработанный в Америке и с исчерпывающей полнотой описанный Поффенбергером. Суть метода в том, что испытуемые, получая известную инструкцию, дают оцениваемым ими объектам 1-е, 2-е и т.д. место, в зависимости от того, какое значение они приписывают данному объекту. Экспериментальная практика знает несколько вариантов этого метода, из которых мы выбрали один. Его технику поясняет следующая инструкция нашим испытуемым:

«Перед вами 5 плакатов по безопасности. Все они на одну и ту же тему, с одной и той же надписью, одного и того же цвета. Тема в каждое из плакатов оформлена по-иному. Присмотритесь внимательно к этим плакатам и ответьте на вопрос: который из этих плакатов для вас особенно убедителен, т.е. который из них убеждает вас в том, что нужно носить защитные очки. Этот самый убедительный для вас плакат обозначьте цифрой 1. Вторым по убедительности плакат отметьте цифрой 2, третий — 3, четвертый — 4 и наименее убедительный — цифрой 5. Помните, на первом месте сильнейший по убедительности, на пятом — слабейший. Плакаты обозначаются теми буквами, которые вы видите в левом верхнем углу каждого из них. Не торопитесь, временем вы не ограничены. Кто плох: видит, может подойти поближе. После этого объясните, почему вы имени так оцениваете плакаты, а не иначе».

Эта инструкция давалась более или менее подробно и предварялась или не предварялась разъяснительным словом в зависимости от квалификации испытуемых.

Испытания производились: 1) в большом зале Музея охраны труда, куда приглашались сотрудники Музея и соглашавшиеся принять участие в опыте те или иные группы экскурсантов; 2) в Институте охраны труда — над сотрудниками Института и 3)

в учреждении, где испытуемые работают (это было только раз — в профессиональной школе текстильщиков). Руководил опытами я, по одному разу провели опыты предварительно инструктированные сотрудники Музея М.И. Котляр, доктор И.С. Фридлянд и директор Музея доктор О.Л. Кузнецов.

Испытания производились коллективно, часть опытов, однако, проведена индивидуально.

Испытуемые

Всех испытуемых, ответы которых отобраны для обработки, можно отнести к пяти группам:

I. Специалисты, главным образом научные работники: Сотрудники Музея охраны труда	5
Санитарные инспектора	2
Сотрудники Института охраны труда	19
Всего	26
II. Служащие (среди них и бывшие рабочие):	
Курсы усовершенствования работников отделов экономики труда химической промышленности	36
Члены Хамовнического районного совета	6
Итого	42
III. Рабочие.	
Председатели комиссий по охране труда в предприятиях текстильной промышленности (13 мужчин, 12 женщ.)	25
IV. Рабочие и служащие — учащиеся:	
Слушатели Профессионального университета МГСПС	15
Курсанты Губернской профессиональной школы союза текстильщиков им. тов. Маркова (20 мужч., 12 женщ.)	32
Итого	47
V. Учащиеся ФЗУ (из Щелкова)	10
Всего	150

Это число представляет около 60% всех испытуемых, проведенных через описываемую серию опытов, всех испытуемых было 263. От многих ответов пришлось отказаться, потому что:

1. Они были написаны чрезвычайно неразборчиво.
2. Испытуемые неправильно обозначали плакаты:
 - а) заменяли одну букву другой;
 - б) повторяли одну и ту же букву 2-3 раза.
3. Ответы списывались у соседей.

4. В ответах оценивались не плакаты, а качество изображенных на них очков: эти, мол, очки хороши, те плохи;

5. В ответах изображенные на различных плакатах очки относились испытуемыми к различным профессиям: опять-таки речь шла не об убедительности плаката, а об оценке очков.

6. Испытуемые в ответах называли порядок, в котором следовало бы развешивать все демонстрировавшиеся плакаты, если бы они все были в распоряжении отвечающего, т.е. «раньше **Д**, потом **Н**» и т.д.

7. Испытуемые не давали мотивировки распределения плакатов, принадлежа в то же время к коллективу, который дал много забракованных ответов.

8. Испытуемые соединяли все плакаты в связный рассказ, обычно о рабочем, который раньше не носил очков и пострадал, затем надел их и т.д.

9. Испытуемые давали изображенным на плакате лицам моральную оценку: этот, мол, рабочий поступает правильно и хорошо, другой (без очков) «хуже быть нельзя».

10. В некоторых случаях не совпадали ранговые распределения оценивавшихся плакатов с мотивировкой этого распределения. Так, например, испытуемый считает наилучшими веселые плакаты и ставит на первое место плакат устрашающий.

Результаты

Плакаты	Ранговый порядок					В среднем
	1. Научные работники	2. Служащие	3. Рабочие	4. Рабочие и служ.	5. ФЗУ	
Положительный	4	4	3,5	3	5	4
Нейтральный	5	5	5	5	4	5
Комический	3	3	3,5	4	3	3
Устрашающий	2	2	2	2	2	2
Двойной (комбинированный)	1	1	1	1	1	1

Единицей в таблице обозначены наиболее, по мнению испытуемых убедительные плакаты, пятеркой — наименее убедительные.

Таким образом вне всякого сомнения, что двойной, комбинированный из положительного и отрицательного моментов, плакат оказывает наибольшее влияние на всех наших испытуемых.

Несомненно также, что на последнее место все ставят плакат нейтральный.

На этом плакате изображены одни только очки, эмоциональны; моменты из него исключены. Исключена здесь также непосредственная логическая связь между изображенным предметом и его применением (кроме надписи).

Если отбросить комбинированный плакат, представляющий, собственно соединение двух различных плакатов, то на первом месте во всех коллективах оказывается плакат устрашающий.

Спорна для различных коллективов убедительность плакатов П (положительного) и К (комического). Однако, в то время как убедительность П, по оценке испытуемых, колеблется от 3 до 5, в среднем — 5, К занимает только 3-е и 4-е, а, в среднем 3-е место.

Таким образом, ранговый порядок плакатов, не считая двойного:

На первом месте У (устрашающий)
На втором месте К (комический)
На третьем месте П (положительный)
На четвертом месте Н (нейтральный)

Разница в ранговом распределении плакатов мужчинами и женщинами может быть, ввиду небольшого количества женщин, незначительна.

Мотивировка

а) Материал⁵

1. Научный работник охраны труда, 38 лет. П, У, Д, К, Н.

П. дает быстро зрителю ответ на самый злободневный вопрос: нежелание рабочих носить очки вследствие их непригодности к условиям работы. Я сегодня на заводе «Манометр» убедился, что рабочие свои очки держат в ящиках, несмотря на то что

⁵ В дальнейшем обозначение плакатов рядом с характеристикой испытуемого воспроизводит ранговое распределение плакатов этим испытуемым. В малограмотных написаниях неправы грамматические ошибки, но без изменения оставлен порядок слов.

условия труда требуют применения защитных приспособлений. Плакат П, мне кажется, дает рабочему положительный ответ как характером очков, так и выражением изображенного лица (спокойное, «рабочее» настроение).

У дает несчастный случай. Плакат много выиграл бы, если бы в овале были защитные очки. В основном он дает отрицательную эмоцию и фиксирует внимание зрителя.

Д — сочетание положительного и отрицательного — является весьма ценным моментом для плаката и может дать нужный эффект в большей степени, чем одно явление в отдельности.

К — юмористический плакат, может дать в некоторых случаях самые лучшие результаты. Исполнение плаката слабое.

2. Научный работник охраны труда, 35 лет. Д, У, К, П, Н.

На первом месте Д, так как здесь противопоставляется несчастный случай с не носившим защитных очков жизнерадостному виду рабочего в защитных очках. Плакат резче всех остальных выявляет идею «носи защитные очки».

У. на втором месте. Несчастный случай, изображенный на нем, есть *memento mori*. Плакат должен обратить на себя внимание.

К. на третьем месте. Плакат несколько эксцентричен и должен обратить на себя внимание рабочих.

П. и Н. последовательно на 4-м и 5-м месте. Наихудшие варианты темы (из пяти).

Все же вид рабочего в очках больше обращает внимание, чем просто рисунок очков. На заводе «Геофизика» рабочие предохранительные очки вешают на дощечки с надписью «не работай без предохранительных очков», а сами работают без очков.

3. Научный работник охраны труда, 45 лет. Д, У, К, П, Н.

Д. Изображение полностью совпадает с идеей плаката (фактор опасности, его воздействие, способ защиты, объективный эффект, эмоция самого рабочего).

У. Изображение убедительно оправдывает лозунг. Опасность работы без очков ярко доказана. Но в изображении нет указания на важность защитных очков, а не очков вообще.

Плакат Д значительно бы выиграл, если бы его половина была заменена плакатом У.

К. Изображение убедительно оправдывает лозунг, ярко показан положительный эффект ношения защитных очков. Но я лично считаю этот плакат рангом ниже плаката У, так как показ опасности мне кажется убедительнее, чем показ благополучия и эйфории.

П. Плакат не убедителен: отсутствует момент опасности, эффект очков; бездушное фотографическое изображение, отнюдь не мотивирующее необходимости ношения защитных очков.

Н. Вовсе не плакат, а изображение очков из прејскуранта. Лозунг остается немотивированным.

4. Научный сотрудник охраны труда, 31 год. П, Д, У, К, Н.

П. Убедительность этого плаката обусловлена: а) соответствием содержания (внушающе-волевого характера) и изображения (спокойно-сосредоточенная волевая личность); плакат действует, как пример, которому хочется подражать; б) наличием в тексте и рисунке параллелизма (не ритм ли?), заключающегося в сходстве того и другого:

Текст	Рисунок
Носи –	1) некто носит
Очки –	2) очки налицо и на переднем плане
Защитные –	3) рисунок не оставляет сомнения в назначении очков. Никто не скажет, что очки надеты для удовольствия или вследствие порчи зрения или для демонстративно-пропагандистских целей. Рабочий серьезен настолько, что производит впечатление человека, занятого своим делом и не обращающего внимания на окружающее: это убедительно; сравнительно удачным рисунком.

в) сравнительно удачным рисунком.

Д. Идея плаката убедительнее его оформления. Лица обоих мало привлекательны (впечатление, будто один радуется, когда другому осколком в глаз угораздило), тот, что

в очках... неубедителен. Хорошо в плакате показано, как осколок отскакивает от очков, художественная сторона неважна.

У. Нехорошо, что нет очков в рисунке. Неубедительна поэтому связь несчастного случая с очками. Нет перехода от ситуации к вытекающему из нее действию. Отсутствует параллелизм, присущий плакату П. Сказано носи, а нигде этого носи не видно. То же относится и к очкам.

К. Неясно, чему радуется «личность», изображенная на плакате: хорошей ли погоде, мелькнувшему воспоминанию или очкам (впрочем, как можно радоваться ни с того, ни с сего очкам?) Неубедительность в отсутствии внутренней связи между идеей защитных очков и показанной на плакате эмоцией неизвестного происхождения.

Н. Аморфный плакат, требующий размышления на тему о пользе защитных очков. Может убедить только философов и людей пугливых, которые и без плаката очки носят.

Примечание. Хорошо сочетать идею плаката Д с художественной стороной и выразительностью П. Лица должны быть показаны в работе и одинаковой ситуации. Один падет жертвой легкомыслия, а другой не радуется, а серьезен, как в плакате П, и занят делом.

5. Контрщик, 27 лет. Д, У, К, П, Н.

Д. Наглядно и выпукло показывает сразу о том, как хорошо пользоваться предохранительными очками и как бывает плохо, когда их нет.

У. Плакат ярко говорит о том, как плохо бывает без предохранения.

К. Хорошо вешать оба плаката У и К, вместе, как дающие яркое представление о пользе предохранительных очков и о вреде, когда их нет.

П. Не дает яркости пользования очками.

Н. По-моему, ненужный плакат.

6. Работник по нормированию труда, 30 лет. У, К, Д, П, Н.

У. Указывает, что без очков работать нельзя, и чтобы предохранить глаза от несчастного случая.

К. Ярко показывает, что опасно работать без очков при точке инструмента и что рабочему, надевшему их, совершенно безопасны искры и мелкие осколки точила.

Д. Менее характерен, так как он показывает недостаточно назначение очков.

П. Еще менее показателен в смысле назначения очков.

Н. Рабочему, не видевшему предохранительных очков, может быть и непонятен, поэтому он не характерен.

7. Заведующий подотделом труда, 30 лет. У, К, Д, П, Н.

У – Потому что всякий несчастный случай привлекает рабочего посмотреть и заставить подумать о себе: как бы и мне самому не пришлось пострадать, – таков плакат.

К. Смех тоже привлекает внимание человека и заставляет обратить внимание, на смеется человек. Посмотрев на этот плакат, можно сразу себе представить, что пыль в глаза, а рабочий не обращает внимания на нее.

Д. Второй, т.е. кто не имел предохранения, тот плачет, а кто имел предохранение, тот на него смеется.

П. Чувствует себя спокойно, т.е. как человек в очках. Особого значения как плакат по технике безопасности не имеет.

Н. Тоже самое, что и П.

8. Чернорабочий, 22 л. Д, У, К, Н, П.

Д. Стоит на первом месте, потому что он показывает двоякий характер работы: защищен от повреждения, а другой не защищен, – получил увечье глаз.

У. Стоит на втором месте, потому что он показывает опасность работы без очков.

К. Стоит на третьем месте, потому что он показывает, какое значение имеют очки от увечья глаз.

Н. Стоит на четвертом месте, потому что он показывает: пусть разобьются очки, а будут целы.

П. Стоит на пятом месте, потому что он показывает, что нужно всегда носить очки.

9. Ткачиха, 36 л. К, У, П, Н, Д.

К. Характерен тем, что если бы не надел рабочий очки, то получил бы несчастный.

У. Показывает рабочему, что как опасно работать без очков.

Эти два плаката вполне заменяют все плакаты.

10. Банкаброшница, 38 лет. Д, У, К, П, Н.

Д. Означает лучшее и верное предупреждение от несчастного случая.

У. Тоже очень верно доказывает, что каков может быть несчастный случай

К. Очень хорошо доказывает, что можно работать без опасности.

П. Означает правильное ношение очков.

Н. Означает вид очков, для того чтобы лучше понимать, какое они имеют значение.

11. Сортировщица шерсти, 22 л. У, Д, П, К, Н.

Лучший плакат У, потому что он наглядно показывает рабочему потерю глаза — предупреждает.

Д. Демонстрирует полезность и необходимость очков.

П. Показывает удобство очков.

К. Освещает, каким образом рабочий избегает засорения глаза в момент работы в очках.

Н. Плакат художественно выполнен хорошо, но агитационное значение слабей, очки знает всякий. И образец нарисованных не при всякой работе подходящ.

12. Складальщица готового товара, 30 л. Д, Н, У, К, П.

Д. На первом месте, потому что на нем изображен и несчастный случай и предохранение от. такового.

Н. На втором месте, потому что необходимо знать рабочему, какое предохранение он может иметь и использовать.

У. На третьем месте, потому что на нем есть пример, как летит стружка, в глаза и происхождение несчастного случая.

К. Опасность, выявленная на месте работы.

П. На пятом месте, потому что служит только как показательное, а не говорит за то, почему необходимо носить очки.

13. Культработник, учащийся профшколы, 25 л. У, Д, П (К. Н).

Наилучшим образом отвечает своей цели плакат У. Он убедительно показывает опасности нахождения без очков на работе. По своей наглядности Д. может быть на втором месте. Он дает понять, что рабочий без очков ранен в глаз, а рабочий, носивший очки, невредим. П показывает, что очки не мешают на работе, ими пользоваться легко. Считаю, что эти плакаты будут очень убедительными в среде рабочих.

Плакат карикатурен, я не вижу в нем чего-нибудь наглядно показывающего что-то. Так и Н. Они не убедительны.

14. Учащийся профшколы. У, Д, П, К, Н.

1 – Плакат У резко подчеркивает, что без предохранительных очков может получиться.

2 – Д Также подчеркивает опасность с последствием и противоположно отмечает, что рядом товарищ в очках и с ним не случилось несчастья. Если бы этот плакат был больше форматом и красочней (рельефней) изображено на нем, то его бы следовало поставить на первое место.

3 – П Подчеркивает, что безопасно быть в предохранительных очках, но, повешенный один, этот плакат не дает представления о несчастном случае. Если бы первый и третий плакаты (У и П) слить, таким изображением он был бы на первом месте, не уступив никакому плакату, но в разрозненности они теряют свою остроту подчеркивания.

4 – К Менее всего впечатлителен, и он более рекламирует, как следует носить очки, не указывая опасности.

5 – Н Менее всего подходит и даже не подходит к названию „носи защитные очки, ему следовало дать название «один из видов защитных очков».

По-моему, все плакаты следует комбинировать так, как скомбинирован Д, только рельефней изображения. Это — самый лучший вид плаката, самый впечатлительный и указывающий предохранение.

15. Ткачиха, учащаяся профшколы. Д, У, П, К, Н.

Д. Показателен тем, что показано, как предохранить глаза от угрожающей какой-либо опасности, как, например, в ткацком цехе вылетает челнок из берда и зачастую попадает в глаз ткачихи.

У. Он показателен, как человек остался без глаза, в будущем не сможет работать, как работал прежде.

П. Он показывает, как человек безо всякой опасности глаз смотрит смело ими.

К. Он не говорит, какая опасность угрожает носящему очки.

Н. Очки на плакате не произвели никакого впечатления, потому что неизвестно, от какой опасности они предохраняют.

6) Анализ

Материал опытов характеризуется следующими признаками.

1. Содержание плакатов в общем воспринято и истолковано правильно. Никаких искажений содержания в отобранных нами 150 высказываниях нет. Об этом надо сказать, потому что в других нами же произведенных опыта; над другими плакатами часто бывает, что испытуемые не понимают изображенного на плакате.

2. Не замечено также противоречий в восприятии одного и того же плаката различными испытуемыми.

3. Мнения участников опытов расходятся, таким образом, не в толковании отдельного плаката, а в общей ранговой оценке всей группы плакатов в целом. Эта же оценка зависит от основной установки испытуемых которая, конечно, здесь не может быть предметом исследования.

4. Всеобщую положительную оценку получает, за очень немногими исключениями, плакат Д, двухмоментный, или, по выражению одного из испытуемых, «двухэффектный». Этот плакат действует «контрастом», «противопоставлением»,

«сопоставлением» положительного и отрицательного. «Д ярко бросает тебе в глаза всю противоположность в случае будешь носить очки и нет». «Плакат Д полнее всего выявляет идею „носи защитные очки"». «Комбинированный Д должен больше действовать, чем одно явление в отдельности». В этом плакате один из испытуемых видит наиболее полное выражение всех принципов, по которым, по-видимому, по его мнению, должен строиться плакат по безопасности. На плакате даны: фактор опасности, воздействие опасности, способ защиты, объективный эффект защиты, эмоция пострадавшего. Необходимо добавить, что плакату Д, помимо тех мотивов, которые приведены выше, обеспечили успех: 1) то, что он представляет собой подобие связного события, а не изолированного явления, он более сюжетен, чем прочие плакаты; 2) то, что на нем два человеческих лица: согласно иностранным экспериментам, сюжетные плакаты (Ролов) и с изображением людей (Ролов, Найксон) сильнее запечатлеваются, чем другие; 3) то, что плакат инструктивен, поучителен это сильно повышает его ценность в глазах в большей части своей утилитарно установленной аудитории.

5. Меньше всех достоинствами плаката Д обладает плакат Н (нейтральный) и, тоже, за очень редкими исключениями, плакат этот отодвинут на последнее место. Плакат «непонятен», «абстрактен», «очки знает всякий», плакат — «рисунок из преёскуранта», «реклама очков» (несколько раз), под плакатом надо написать не «носи защитные очки», а «один из видов защитных очков». По мнению одной из испытуемых, на плакате Н дан «вид очков из нутра», чтоб показать их пользу, но этот вид «из нутра» должно быть, так абстрагирован от живой обстановки, с которой имеет дело большинство испытуемых, что оценка плаката вполне понятна.

6. Плакат У (ужасный) привлекает внимание многих потому, что «показ опасности убедительнее, чем показ благополучия». Потому что «всякий несчастный случай привлекает рабочего посмотреть». На воображение современного русского рабочего «надо пока действовать резкими мерами», но в то же время некоторые полагают, что «зритель старается поскорее забыть виденное» и «впечатление не к плакату, а от него». Первых оценивающих плакат положительно, однако, гораздо

больше, почему плакат и занимает второе место, а не считая **Д**, — первое место среди всех прочих.

7. Плакат **П** (положительный) в нескольких только случаях выдвигается на первое место, благодаря выражению лица изображенного на нем рабочего и благодаря тому, что на этом плакате замечается максимальное соответствие между надписью и изображением: каждому слову — «носи», «защитные» и «очки» отвечает один из элементов изображения. По общей же оценке, плакат — на предпоследнем месте, вероятно, вследствие все той же оторванности от практики, которая обусловила последнее место плакату **Н**.

8. Плакат **К** (комический) занимает в группе особое место, потому что это первый русский плакат с карикатурным изображением. «Смех тоже привлекает внимание», «**К** эксцентричен» — это из положительных его оценок, среди отрицательных чаще всего вопросы о происхождении веселого настроения у изображенного на плакате парня. По мнению критиков, смех не оправдан. По статистике, однако, **К** оценивается выше **П**. В этой оценке, вероятно, некоторую роль сыграло и то, что на плакате **К** показана работа (точка), а на **П** ее нет.

9. Непривычный плакат **К** ставится выше **П**, и это объясняется, вероятно, тем, что **К**, по существу, обостряет положительный характер **П**, в нем есть, по выражению одного из испытуемых относительно другого плаката, «острота подчеркивания». Эта «острота подчеркивания» обуславливает, по-видимому, предложения некоторых испытуемых соединить отдельные плакаты. Считая двойной плакат более эффективным, они предлагают соединить **У** с **К**, **У** с **П** или перенести в правую часть **Д** плакат **К**.

10. В нескольких случаях оценивается художественное исполнение плакатов. В одних просто указывается, что исполнение одного плаката лучше другого, в других испытуемые предлагают сделать тот или другой плакат «более красочным» и «более рельефным».

ВЫВОДЫ

1. Большое число ответов, которые пришлось забраковать, показывает, что инструкция испытуемым была слишком трудной. Ее усвоили только наиболее квалифицированные члены испытанных коллективов.

2. Поэтому в дальнейших опытах следует, кроме наибольшего упрощения инструкции, применить другие варианты того же метода ранговой оценки, а именно: а) так называемый «метод парных сравнений», заключающийся в том, что испытуемые оценивают одновременно не больше двух объектов, — таким образом, внимание их не рассеивается, и инструкция может быть формулирована более конкретно; б) «метод выбора», суть которого том, что испытуемые из группы оцениваемых объектов выбирают один — два — три (в наших условиях лучше, конечно, один) — лучших и худших.

3. Кроме описанного метода, следует еще применить такие, при которых оценка плакатов производилась бы испытуемыми бессознательно. Такие опыты (без инструкции, но с последующим высказыванием) проводил, например, упоминавшийся уже Ролов. Технически такие опыты проводятся при отвлечении внимания испытуемых, но при полной возможности и воспринять оцениваемые объекты.

4. Анализ материала показывает, что наиболее убедителен плакат сюжетный (изображающий связное целое), динамический (изображающий рабочий процесс), содержащий изображение человеческих лиц, инструктивный (поучительный), наиболее полно воспроизводящий опасность, ее воздействие, способ защиты, объективный и субъективный (эмоциональный) эффект защиты, по существу, таким образом, плакат контрастный, комбинированный, двухмоментный.

5. Не все, однако, темы допускают такое оформление. Поэтому следует в дальнейшем более детально проанализировать многообразное содержание плакатов и строить экспериментальные плакаты, которые схематически покрыли бы все это многообразие.

6. Необходимо помнить, что в данном случае изучался только психологический скелет плаката. Формат, красочность, освещенность, многочисленные способы

художественной передачи темы во внимание не принимались вовсе. В дальнейшем следует включить в план изучения и эти неотъемлемые от плаката в целом элементы.

7. Практический вывод из описанных здесь опытов сделала комиссия по изданию плакатов при Центральном музее охраны труда и социального страхования (в Москве). Эта комиссия в одном из своих заседаний в 1928 г. постановила издать плакат Д (двойной), получивший в опытах наиболее удовлетворительную оценку. Этот плакат, соответствующим образом переработанный, в настоящее время уже выпущен в свет издательством «Вопросы труда».

Статья поступила в редакцию: 10.03.2024. Статья опубликована: 12.04.2024.

THE CASE OF SAFETY POSTER RESEARCH

© 2024. D.I. Reitynbarg

*The researcher of psychotechnical laboratory,
State Scientific Institute of Labor Protection,
People's Commissariat of Labor,
People's Commissariat of Public Health and Supreme Council
of National Economy of the USSR,
Moscow*

This paper is about the research on the influential effect of safety posters on viewers. The research began in 1927, when the author and his colleagues approached specialists in posters of different countries and, having received them, arranged an exhibition on labor safety. Further this exposition was repeated, increasing in volume, in 1928-1929. The first results of the survey of the participants of the 1927 exhibition showed that there are two directions in poster work: American and Russian. American posters are diverse and optimistic, their content is related to various aspects of worker behavior, and they emphasize the benefits of safety. In Soviet posters, safety is understood as the moment of an accident, with blood, a victim's face twisted with horror, in a production environment; the harm of danger is emphasized. Workers understood the posters, but they often perceived it as a lesson in safety, and many exhibitors gave suggestions to the poster artists for better exposure of the image. In terms of its psychological tone, a safety poster could be: 1) positive — depicted how to work to avoid an accident; 2) negative — showed how not to behave, so as not to cause danger; frightening — with blood and faces of victims twisted with horror; 3) comic — continued the line of positive image; 4) combined — made up of two parts: how to work and how not to work; 5) neutral. The most convincing poster was recognized to be plot, dynamic, containing the image of human faces, instructive, most fully reproducing the danger, its impact, the method of protection, objective and subjective effect of protection, in essence, thus, a poster contrasting, combined.

Key words: history of psychology, psychotechnics, psychotechnics of impact, safety poster, accident, poster exhibition.

The article was received: 10.03.2024. Published online: 12.04.2024

Библиографическая ссылка на статью:

Рейтынбарг Д.И. Опыт исследования плакатов по безопасности // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2024. Т. 9. №1. С. 240–281. DOI: 10.38098/ipran.opwp_2024_30_1_011

Reitynbarg, D.I. (2024). Opyt issledovaniya plakatov po bezopasnosti [The case of safety poster research]. Institut Psikhologii Rossiyskoy Akademii Nauk. Organizatsionnaya Psikhologiya i Psikhologiya Truda [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor]. 9(1). 240–281. DOI: 10.38098/ipran.opwp_2024_30_1_011

Адрес статьи: <http://work-org-psychology.ru/engine/documents/document1001.pdf>