310
Wir werden den Siebenjahrplan vorzeitig erfüllen, **G. Illarionov**, Moskau (1965), Offset, 12.000 Ex., 66 x 96,5 cm

- Pirčupis 1944, Ju. Galkus, Vil'njus (1961)
- PL Wenn die Kraniche ziehen, S. Dackevič, Moskau (1957)
- PL Wir Wunderkinder, Ju. Carev, Moskau (1960)

Anfang der 60er Jahre, von der Partei misstrauisch beäugt, wieder an die Spitze graphischer Innovation (Abb. 311). Die formale Öffnung des politischen Plakats für westliche Tendenzen ging Mitte der 1970er Jahre sogar so weit, dass man Elemente der Pop-Art ungehindert aufgreifen konnte, solange gewisse kanonische Symbole (z.B. das Staatsemblem Hammer und Sichel) noch respektiert wurden. Diese stilistischen Entgrenzungsversuche verfolgten, wie in dem Werk von L. Levšunova *Freundschaft zwischen der Jugend* (1974), das Ziel, wieder Anschluss an ästhetische Ansprüche der (jugendlichen) Rezipienten zu finden, die sich mittlerweile im Bann der Beatles und Flower-Power-Kultur befanden (Abb. 314). Man muss daher auch dem politischen Plakat eine grundsätzliche Innovationsbereitschaft konzedieren, allerdings unter dem Druck einer zunehmenden Entpolitisierung der Gesamtgesellschaft und vor allem der sowjetischen Jugend. Außerdem durfte vornehmlich bei (politischen) Themen experimentiert werden, die „Frieden“ und „Abrüstung“, „Völkerverständigung“ oder „Schutz von Familie und Umwelt“ behandeln (Abb. 312). Die ideologischen Zentralbereiche (Jahrestage der Oktoberrevolution, Parteitage und -konferenzen etc.) unterlagen schärferer Reglementierung und höherer Konventionalität, hier blieben überkommene Herrscher- und Arbeiterporträts nach wie vor die Regel. Die Veränderungen in der politischen Plakatkommunikation sind jedoch nicht nur einem galoppierenden Akzeptanzverlust zu verdanken, sie sind auch ein Reflex des bereits im Veranstaltungsplakat praktizierten graphischen Neuanfangs.

Denn als eigentliche *Plattform* für die stilistische Erneuerungsbewegung erwies sich das Theater-, Film- und Zirkusplakat, Bereiche also, die ausgesprochen ‚politikfern‘ sind und in denen daher seitens der Ideologie- und Zensurinstanzen formale Experimente leichter zugelassen werden konnten. Viele junge Künstler standen dem politischen Genre außerdem mit Skepsis und Widerwillen gegenüber; in der Arbeit an Veranstaltungsplakaten fanden sie nicht nur eine kreative Nische, sondern sahen auch in der Umsetzung theatralischer oder filmischer Ideen eine Herausforderung ihres brachliegenden Talents. Gerade das Veranstaltungsplakat überschritt als erstes und relativ früh die Gestaltungskonventionen der Stalinzeit. Mit seinem Plakat zu dem Film *Wenn die Kraniche ziehen* (1957) setzte S. Dackevič erstmals einen nachdenklichen, zweifelnden Protagonisten ins Bild, das darüber hinaus auf die aus dem Sozialistischen Realismus bekannte breite Farbpalette verzichtet und eine lakonisch reduzierte, auf wenige, aber krasse Helligkeitskontraste vereinfachte Bildsprache abzielt. Vergleichbare Reduzierungen und ein spielerischer, unmittelbar auf die Rezipienten (Kinder) gerichteter Umgang mit Typographie und Linien kennzeichnen auch das Plakat von B. Tuzlukov, das er 1958 für das Moskauer Obrazcov-Puppentheater schuf (Abb. 313). Eine ganz andere, an Scherenschnitte erinnernde Konstruktion aus Farbflächen und Typographie verfolgte Ju. Carev mit seinem Plakat für den deutschen Film *Wir Wunderkinder* (1958), das von der Plakatkritik für seinen ungewöhnlichen Einfallsreichtum ausdrücklich gelobt wurde. Auch das Zirkusplakat, das wie seinerzeit vor der Revolution aus der Attraktion seiner Darbietungen kreative Gestaltungsideen ableitete, machte Anfang der 60er Jahre erneut von sich reden – eine für das politische Plakat absolut undenkbare Modernität und markante Einflüsse des polnischen bzw. DDR-Plakats (z.B. in der