

УДК 94(47).084.8

Е.П. САМАРАЙ
(lisasamaraj@gmail.com)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ВРАГА И ГЕРОЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ ПОСРЕДСТВОМ АГИТАЦИОННОГО ПЛАКАТА*

Рассматривается процесс формирования образа врага и героя в период Великой Отечественной войны посредством советского агитационного плаката. Выделяются основные типы образов врага в изобразительных сообщениях. Отражаются цели формирования героического образа воина-победителя, формы выражения этого образа в агитационных плакатах.

Ключевые слова: *агитация, пропаганда, советский человек, агитационный плакат, Великая Отечественная война.*

С самого начала существования советского государства агитационно-пропагандистская работа играла существенную роль в формировании моральных основ поведения советского гражданина. Она являлась средством интериоризации поведенческих норм и нравственных ценностей. Агитация влияла на эмоциональное восприятие и служила толчком к мобилизации общественных сил. Необходимые социокультурные установки транслировались посредством литературы, кинематографа, театральные постановки, музыки, агитационных плакатов. Плакатное искусство имело особое значение в истории пропаганды и агитации СССР. С рождением советского государства облик городского пространства невозможно было представить без плакатов. Они служили специфической формой сильнейшего визуального воздействия посредством яркого и простого образа.

В период Великой Отечественной войны значение плакатного искусства возросло и приняло особые формы. К началу 1940-х гг. плакаты постепенно развиваясь, приобрели весомое художественное и тематическое разнообразие. В условиях Великой Отечественной войны это позволило плакатному искусству раскрыться в «новых смысловых контекстах и стилистических чертах» [7].

Вся сила агитационно-пропагандистской работы была направлена на формирование новых ценностных установок. В основу была положена идея всеобщего единения. Началось активное внедрение идеологемы героя и врага в массовое сознание советского народа. Контрастирующие образы идеально вписывались в концепцию агитационного плаката.

Образ врага должен был вестись в общественное сознание. Ради этого создавались многочисленные агитационные плакаты разного сюжетного содержания. Враг представлялся в различных формах: символический животный образ, карикатурный и (псевдо)реалистический образ [2].

Животные сущности были представлены, в основном, изображениями рептилий или хищников. Змея, образ которой берет начало из русской иконографии, воплощала в себе абсолютное зло. В дальнейшем мотив змеи развивался в различных гибридных формах человека-животного. Например, Д. Шмаринов на плакате «Раздавить фашистское чудовище» (1941 г.) (см. рис. 1 на с. 76), изобразил получеловека-полуспрута, что является одной из форм выражения мотива змеи.

Карикатурный образ врага был представлен «Окнами ТАСС». В июле 1941 г. Управление агитации и пропаганды ЦК ВКП(б) дало указания начать выпуск «Окон ТАСС». Они представляли собой серию сатирических агитационных плакатов. «Окна ТАСС» продолжали традиции «Окон РОСТА», возникших в период Гражданской войны и интервенции. Ежедневно выпускающиеся плакаты с политической карикатурой и героическими образами создавались художниками (Кукрыниксы, Г.К. Савицкий, В.В. Лебедев, М.М. Черемных и др.) и поэтами (В.И. Лебедев-Кумач, Демьян Бедный, С.Я. Маршак и др.) [3, с. 51]. Примечательно, что плакаты карикатурного содержания транслировали в массы образ жалкого, бессильного врага (плакаты Кукрыниксов «Дамские моды в Германии. Зимний се-

* Работа выполнена под руководством Болотовой Е.Ю., доктора исторических наук, профессора кафедры отечественной истории и историко-краеведческого образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

зон 1941–1942 гг.» (1941 г.), «Не так страшен черт, как его малюют» (1941 г.)). Образ врага также конкретизировался в изображении личностей Гитлера, Геринга и Геббельса, выставляемых на посмешище (Д. Моор «Гитлер-людоед» (1943 г.), «Школа Геббельса» (1943 г.)). Враги советского народа представлялись глупыми, их угрожающий потенциал сводился к нулю (Кукрыниксы «К нам явился он за кашей» (1941 г.), «Речи бессвязные, взоры усталые» (1942 г.)).



Рис. 1. Д.А. Шмаринов. «Раздавить фашистское чудовище!». Москва. Государственное издательство «Искусство». 1941 г. [8]



Рис. 2. Корецкий В. «ВОИН КРАСНОЙ АРМИИ, СПАСИ!». М.-Л.: Гос. изд-во «Искусство». 1942 г. [4]

(Псевдо)реалистический образ врага способствовал формированию в сознании общества ощущения реальности, происходящего ужаса. С агитационных плакатов на советского гражданина смотрел

враг, погруженный в полные реализма сцены, которого можно было увидеть в жизни (плакат П. Мальцева «Уничтожай фашистов на суше и на море» (1941 г.). Ярким примером отражения (псевдо)реалистического типа агитационных плакатов явились работы Виктора Корецкого. На плакате «Воин Красной Армии – спаси!» (1942 г.) образ врага представлен в виде штыка (см. рис. 2 на с. 76). Эмоциональный эффект строится на ситуативном контексте, когда детально показан не тот, от кого исходит угроза, а тот, кому она предназначена [2].

Характерной особенностью изобразительного сообщения является то, что враг изображается в положении уже побежденного или того, кто будет побежден в ближайшее время. Миссия советского гражданина – защитить Родную землю, его помыслы священны, поэтому у врага нет шансов.

Не менее ярко в агитационных плакатах был представлен образ героя. Популяризация героизма стала необходимой задачей пропагандистской работы. Об этом говорится в докладной записке «О состоянии военной пропаганды среди населения» ГЛАВПУРа (Главного политического управления) РККА в ЦК ВКП(б) на имя А.А. Жданова (январь 1941 г.): «Конечно, наша армия и народ должны воспитываться в полной уверенности в своих силах и могуществе, в духе высокого советского патриотизма. Исторические победы Красной Армии, факты героизма и мужества должны находить широкое освещение в печати и в устной пропаганде, на них нужно воспитывать трудящихся, мобилизовывать на дальнейшие успехи. Но при этом нельзя сбиваться на “ура-патриотизм” и “шапкозакидательство”...» [6].

С самых первых месяцев войны героические плакаты изобиловали сценами схваток в бою советского воина с фашистом. Необходимо было передать динамику боевых действий, грозного движения на врага (Р. Гершаник «Наше дело правое. Враг будет разбит!» (1941 г.), В. Одинцов «Стальной лавиной раздавим врага» (1941 г.)). Образ советского воина отличался простотой, что позволяло обеспечивать самоидентификацию любого гражданина с этим образом. Широкую известность обрела серия плакатов: «Боевые эпизоды» (1941 г.) (издательство «ИСКУССТВО»). Советский воин был представлен мужественным героем, устремленным вперед, к победе.

Способствовала формированию образа героя и актуализация героических образов прошлого (В.С. Иванов, О.К. Бурова «Нет такой силы, которая поработила бы нас» (1942 г.) (см. рис. 3).



Рис. 3. Бурова О., Иванов В.С.

«Нет такой силы, которая поработила бы нас» (Козьма Минин) «Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ наших великих предков!» И. Сталин. Изд-во «Искусство». 1942 г. [1]

Исторические образы, пройденный народом тернистый путь, преемственность побед должны были вдохновлять советских граждан, нести идею единого народного ополчения для борьбы с врагом (В. Корецкий «Наши силы неисчислимы!» (1941 г.)) (см. рис. 4).



Рис. 4. Корецкий В.Б. «Наши силы неисчислимы!». Изд-во «Искусство». 1941 г. [5]

Связь советского героя с предками-победителями подчеркивалась с помощью религиозных мотивов. Так, например, на плакате «Отдать все силы обороне, прогнать проклятую орду! Разбить фашистского дракона в сорок втором решающем году!» (1942 г.), красноармеец на коне в образе Георгия Победоносца прокалывает копьём фашистского дракона.

Герой агитационного плаката существовал не только в условиях непосредственно боевых действий, но и самоотверженно трудился в тылу. Примечательны работы томской мастерской «Окон ТАСС». Художники, чтобы подчеркнуть единство героя фронта и героя тыла, объединяли гротескные образы врага и реалистичные фигуры советских тружеников (В.Н. Денисов, Н.А. Долгоруков «Каждый удар молота – удар по врагу!» (1941 г.), М. Щеглов «Больше металла! – Ближе победа!» (1943 г.)).

Агитационный плакат изображал представителей разных профессий, разных возрастов, стремясь отразить главную мысль: герой войны – не персонифицированный образ, а спаянный одной целью весь советский народ (В. Иванов, О. Журова «Трактор в поле – что танк в бою!» (1942 г.), А.А. Кокорекин «Фронту от женщин СССР» (1942 г.), В.Б. Корецкий «Народ и армия непобедимы!» (1945 г.)).

Итак, можно сделать вывод, что агитационный плакат служил очень важным инструментом формирования образов героя и врага в период Великой Отечественной войны. Яркие простые образы врезались в память советских граждан, формируя необходимые поведенческие установки: священный долг защиты родной земли превыше страха, враг-зверь, которого необходимо уничтожить, победа любой ценой. Постоянная трансляция с агитационных плакатов образов героя и врага способствовала единению духа советского народа, обосновывала необходимость самоотверженного труда в тылу и героизма на фронте. Плакатное искусство наполняло фронтовую и тыловую жизнь советских граждан настроением патриотизма, пробуждало веру в светлое будущее, разгром врага.

Литература

1. Бурова О., Иванов В.С. «Нет такой силы, которая поработила бы нас» (Козьма Минин) “Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ наших великих предков!” И. Сталин» // Музей Победы. [Электронный ресурс]. URL: <https://victorymuseum.ru/about/museum-collection/fine-materials/plakat-burova-o-ivanov-v-s-net-takoy-sily-kotoraya-porabolila-by-nas/> (дата обращения: 23.11.2020).
2. Вашик К. Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30–50-х годов // Образ врага / сост. Л. Гудков; ред. Н. Конрадова. М.: ОГИ, 2005. С. 191–229.
3. Иванов А.А. Коммуникативное пространство войны: пропаганда и общественные настроения. СПб., 2017.
4. Корецкий В. «ВОИН КРАСНОЙ АРМИИ, СПАСИ!» // Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.prlib.ru/item/324776> (дата обращения: 23.11.2020).
5. Корецкий В.Б. «Наши силы неисчислимы!» // Музей Победы. [Электронный ресурс]. URL: <https://victorymuseum.ru/about/museum-collection/fine-materials/plakat-koretskiy-v-b-nashi-sily-neischislimy-/> (дата обращения: 23.11.2020).
6. О состоянии военной пропаганды среди населения. Докладная записка ГЛАВПУРа РККА в ЦК ВКП (б) // Известия ЦК КПСС. 1990. № 5. С. 191–196.
7. Федосов Е.А., Конев К.А. Советский плакат времен Великой Отечественной войны: общенациональный и региональный аспекты // Русин. 2015. № 2(40). С. 189–209.
8. Шмаиринов Д.А. Раздавить фашистское чудовище! // Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.prlib.ru/item/361663> (дата обращения: 23.11.2020).

ELIZAVETA SAMARAY

Volgograd State Socio-Pedagogical University

FORMATION OF THE IMAGE OF ENEMY AND HERO IN THE YEARS OF THE GREAT PATRIOTIC WAR BY THE MEANS OF THE AGITATION POSTER

The article deals with the process of the development of the image of the enemy and hero in the period of the Great Patriotic War by the means of the Soviet agitation poster. There are revealed the basic types of the images of enemies in the pictorial messages. There are reflected the aims of the formation of the heroic image of the soldier-winner and the forms of expression of this image in the agitation posters.

Key words: agitation, propaganda, Soviet man, agitation poster, the Great Patriotic War.