



*Искусствоведение*

**УДК 75.03/.09**

**Ю.С. Агеева**

**Н.И. Сметанина**

**Агеева Юлия Сергеевна**, студент Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, ул. Мясницкая, 20), e-mail: ageeva.2009@yandex.ru

**Сметанина Наталья Игоревна**, студент Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, ул. Мясницкая, 20), e-mail: smetaninanatash@gmail.com

Научный руководитель: **Аляева Варвара Алексеевна**, преподаватель факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, ул. Мясницкая, 20), e-mail: varya.akatyeva@gmail.com

## **ОБРАЗ ВРАГА В СОВЕТСКОМ ПЛАКАТЕ ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ**

В данной статье проводится визуальное исследование советских плакатов периода Великой Отечественной войны с целью выявления художественных приемов, присущих изображению врага. Важным элементом исследования является категоризация образов противника, а также выявление их роли в формировании советского патриотизма.

**Ключевые слова:** плакат СССР, Великая Отечественная война, образ врага, патриотизм, советская пропаганда.

**Yu.S. Ageeva**

**N.I. Smetanina**

**Ageeva Yulia Sergeevna**, student of the National research University of the Higher School of Economics (20, Myasnitskaya St., Moscow), e-mail: ageeva.2009@yandex.ru

**Smetanina Natalya Igorevna**, student of the National Research University of the Higher School of Economics (20, Myasnitskaya St., Moscow), e-mail: smetaninanatash@gmail.com

Research supervisor: **Alyaeva Varvara Alekseevna**, teacher of faculty of Communications, media and design of the National Research University of the Higher School of Economics (20, Myasnitskaya St., Moscow), e-mail: varya.akatyeva@gmail.com

## **THE IMAGE OF THE ENEMY IN THE SOVIET POSTER OF THE GREAT PATRIOTIC WAR**

This article provides a visual analysis of Soviet posters created during the Great Patriotic War. Part of the study is devoted to the visual analysis of posters to identify artistic techniques inherent in the image of the enemy. An essential part of the study is the categorization of enemy images, as well as identifying their role in the formation of Soviet patriotism.

**Key words:** USSR poster, World War II, enemy figure, patriotism, Soviet propaganda.

Плакат – важнейший элемент советской пропаганды, который и в годы Великой Отечественной войны являлся одним из механизмов ее осуществления. Визуальный язык плаката не только реконструировал картину этого тяжелого для советского народа периода и выступал как

средство коммуникации и моделирования реальности, но и являлся важным элементом конструирования советской идентичности. Стиль советского плаката через стилизацию и утрирование образа противника способствовал усилению чувства ненависти к врагу у народа. Часто плакаты строились на противопоставлении "свой-чужой", при этом подчеркивалась слабость и трусость противника и прославлялась стойкость и отвага советских войск. На плакатах присутствовали и текстовые элементы – лозунги, призывы, позволяющие зрителю эффективнее воспринимать изображение и способствующие наиболее быстрой и правильной интерпретации заложенных смыслов. Характерной чертой плаката СССР являлось изображение советского человека как победителя, что, безусловно, не могло не влиять на граждан на подсознательном уровне [3, с. 35]. В совокупности подобные визуальные приемы, воздействуя на массовое сознание, помогали укреплению морального духа советского народа и усилению его идентичности через антиидентичность [6, с. 55].

В статье «Специфика пропагандистского плаката во время Великой Отечественной войны как средства конструирования советской идентичности» [6] рассматривается использование в плакатах маркеров идентичности, в частности автор различает маркеры советской и национальной идентичности. Сами же маркеры подразделяются на визуальные (символика СССР) и вербальные (напр. слова – «советский», «красноармейский», сталинский» и т.д.). Через анализ плакатов «окна ТАСС» автор приходит к заключению, что одним из важнейших приемов усиления образа врага являлся противопоставление его герою. В работе это определяется через термины противопоставления советской идентичности и антиидентичности (образ врага), а в качестве наиболее наглядного примера приводится сочетание визуальных маркеров «звезда и свастика» а также «серп и молот – свастика».

Образ врага, использовавшийся в политике формирования массового сознания, появился еще до начала Великой Отечественной войны. Автор

работы «Идеологемы врага и героя и их внедрение в массовое сознание в годы Великой Отечественной войны» [4] указывает на то, что изначально именно образ врага был больше проработан, в то время как герой оставался «монистическим» образом. С приходом войны ситуация стала противоположной – появился единый образ врага-захватчика, а количество различных персонажей-героев увеличилось.

Тем не менее, стремясь метко воздействовать на большое число людей, было бы проблематично оперировать единым усредненным образом врага. В работе «Образ врага в советском плакате в годы Великой Отечественной войны» [5] отмечается, что на самом деле образ захватчика не являлся единым для всех людей, он делился на несколько более конкретных подтипов. Всего автор определяет три таких образа: транслировавшийся государством «официально-пропагандистский», наиболее схожий с реальностью «служебно-аналитический» и формировавшийся в ходе контакта с врагом (преобладал у солдат) «лично-бытовой».

Целью данной работы является визуальный анализ советских плакатов, созданных в годы Великой Отечественной войны. В ходе исследования важно выяснить, какие типы изображения врага существовали в советском плакате периода ВОВ. Также важно определить, какие визуальные приемы способствовали конструированию данного образа и его «правильной» интерпретации советским народом.

В советских плакатах времен Великой Отечественной войны прослеживается несколько тенденций, связанных с визуальным отображением врага, историк Клаус Вашик выделяет следующие основные типы: карикатурный тип, анималистический тип и реалистический тип [1, с. 221–222].

Карикатурный тип направлен на уничтожение серьезного отношения к врагу, ведь противник на таком плакате представлен как глупый и бессильный. Часто подобным образом изображали Гитлера, буквально выставляя его на посмешище. Например, на представленных плакатах “Что

посеял, то и пожнешь! От суда не уйдешь!» (рис. 1) и «Мы злому врагу всеотрежем пути, из петли, из этой ему не уйти!» (рис. 2) образ Гитлера не ассоциируется с бесчеловечной машиной для убийства людей, не несет никакой угрозы и не вселяет ужас, этот герой, скорее, жалок и смехотворен. Плакаты такого типа в забавной карикатурной форме с кратким и легко запоминающимся текстом разоблачали врагов Отечества.

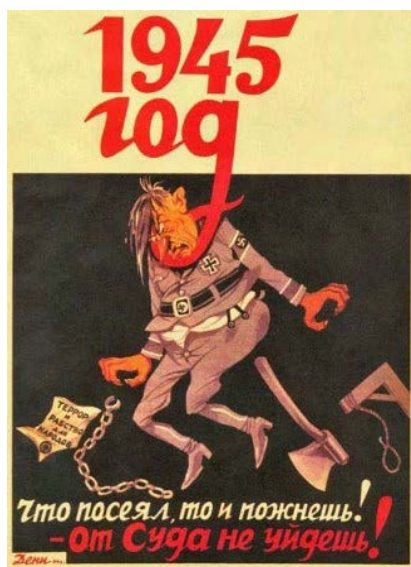


Рисунок 1. «Что посеял, то и пожнешь! От суда не уйдешь!», В.Дени (Денисов), 1945



Рисунок 2. «Мы злому врагу всеотрежем пути, из петли, из этой ему не уйти!», Кукрыниксы (М., Куприянов, П. Крылов, Н. Соколов), 1942

Другой значимой тенденцией было анималистическое изображение врага. Героям таких плакатов приписывались низменные черты, недостойные человека. Художники стремились деперсонализировать героев, лишить их человеческих черт, а также вселить чувство отвращения зрителю. На последнее особенно были нацелены плакаты, демонстрирующие существ, вызывающих ассоциации с нечистью. Примером может послужить плакат Виктора Дени (Рис. 3), на котором образу повешенной партизанки (Зои Космодемьянской) противопоставляется фигура «фашиста-изувера», утратившего свой человеческий облик [2, с. 42].

В случае с анималистическим изображением противника выбор конкретного животного не просто не был случайным, часто он являлся метафоричным [2, с. 44]. Например, плакат Виктора Дени «Зачем свинье культура и наука?» (рис. 4) является высказыванием о ценностях немецкого правящего режима: Адольф Гитлер изображен в образе свиной головы, высовывающейся из сапога, который топчет таблички «университет», «курсы», «школа». Лозунг гласит «`Мейн Кампф` – предел ее [свиньи] свиного хрюка, а идеал – фельдфебельский сапог!». Для более быстрого и легкого считывания смысла Дени использует фашистскую символику в качестве визуальных маркеров.



Рисунок 3, «Убей фашиста-изувера!»,  
В. Дени (Денисов), 1942



Рисунок 4, «Зачем свинье культура и наука?»,  
В. Дени (Денисов), 1941 г.

К отдельной категории относятся плакаты, на которых захватчики изображались реалистично. Эти плакаты создавали ощущение серьезного

разговора даже с таким зрителем, у которого сформирован личностно-бытовой образ врага, они напоминали о реальности угрозы и о необходимости действовать немедленно. Распространенной тенденцией для таких плакатов являлось использование сюжетов, эмоционально воздействующих на зрителя, а частыми героями оказывались беспомощные женщины и дети, как на плакатах «Воин Красной армии, спаси!» (рис. 5) и «Где б ни увидел ты немца, убей гадину эту на месте!» (рис. 6).



*Рисунок 5, «Воин Красной армии, спаси!»,  
В.А. Серов, 1942*



*Рисунок 6, «Где б ни увидел ты  
немца, убей гадину эту на  
месте!», Кукрыниксы, 1942*

Советская плакатная пропаганда имела огромное значение для укрепления морального духа как действующей советской армии, так и всего населения, а значит, внесла значительный вклад в достижение победы над противником. Несмотря на многообразие способов изображения врага, все они смогли послужить не только импульсом к размышлению, но и толчком к активному действию для советских граждан.

### **Список используемой литературы:**

1. *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.
2. *Даниэль В.* Животные в советской пропаганде: вербальные и графические стереотипы (часть 2) // Политическая лингвистика. – 2009. – № 27.
3. *Миниханов Ф.Г.* Плакат в годы Великой Отечественной войны: характерные черты российских и германских традиций // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2018. – № 3.
4. *Никитина М.Э.* Идеологемы врага и героя и их внедрение в массовое сознание в годы Великой Отечественной войны: дис. – Пенза: [Пенз. гос. педагог. ун-т им. В.Г. Белинского], 2005.
5. *Улизко В.П.* Образ врага в советском плакате в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.) // Гуманитарные проблемы военного дела. – 2014. – № 1. – С. 144–147.
6. *Шалыгина Д.Л., Куликов В.А.* Специфика пропагандистского плаката во время Великой Отечественной войны как средства конструирования советской идентичности // Вестник Пермского университета. Серия: История. – 2011. – № 2(16).