

я+в+восстановительной+хирургии.+%2F%2F+Врачебный+вестник+Дальнего+Востока.+1944.&lr=75&clid=2372572&win=405 (дата обращения: 19.04.2025)

9. Медицина в годы Великой Отечественной войны // Образовательный портал «Справочник». – 20.01.2025. – URL: https://spravochnick.ru/istoriya_rossii/medicina_v_gody_velikoy_otchestvennoy_voyny/ (дата обращения: 19.04.2025)

10. Применение кровезаменителей в Великой Отечественной войне // Трансфузиология и реанимация, №2, 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perelivanie-krovi-na-frontah-velikoy-otchestvennoy-voyny> (дата обращения: 19.04.2025)

11. Спасенные от смерти: как работала медицина в годы войны // HiSTRF.RU. – URL: <https://histrf.ru/read/articles/spasionnyie-ot-smierti-kak-rabotala-mieditsina-v-ghody-voiny> (дата обращения: 19.04.2025)

12. Медицинская наука – фронту // ГБУЗ «Зеленоградская городская клиническая больница Департамента здравоохранения города Москвы». – URL: <https://gb3zelao.ru/press-tsentr/istoriya/217-meditinskaya-nauka-frontu.html> (дата обращения: 19.04.2025)

УДК 76.01

ПЛАКАТ В ВЕЛИКУЮ ОТЕЧЕСТВЕННУЮ ВОЙНУ КАК ФОРМА ВЫРАЖЕНИЯ ПАТРИОТИЗМА

А.А. Ушанова, З.Е. Красносельская, бакалавры
О.Г. Иванова, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В военные годы плакаты оказывали сильное влияние на патриотический подъём советского народа во время борьбы с фашистскими захватчиками. Цель – исследовать плакаты времён ВОВ как форму выражения патриотизма. Для достижения цели были решены следующие задачи: исследованы плакаты в Советской России 1917–1940 гг. и определено их основное назначение; исследованы плакаты, созданные в годы ВОВ и проанализировано их содержание; выявлено влияние плакатов военного времени на бойцов Красной Армии и на советских граждан в тылу; выполнен авторский плакат, посвященный 80-летию Победы в ВОВ.

Ключевые слова: плакат, графическое искусство, средство агитации, патриотическое воспитание, Великая Отечественная война.

A POSTER IN THE GREAT PATRIOTIC WAR AS A FORM OF EXPRESSION OF PATRIOTISM

Abstract. During the war years, it was posters that had a strong influence on the patriotic upsurge of the Soviet people during the struggle against the fascist invaders. The goal is to explore WWII posters as a form of expression of patriotism. To achieve this goal, the following tasks were solved: posters in Soviet Russia of 1917–1940 were studied and their main purpose was determined; posters created during the Second World War were studied and their contents were analyzed; the influence of wartime posters on Red Army soldiers and Soviet citizens in the rear was revealed; an author's poster dedicated to the 80th anniversary of the Victory in the Second World War.

Keywords: poster, graphic art, means of agitation, patriotic education, the Great Patriotic War.

Актуальность. Плакат, начиная с первых лет Советской власти в России, всегда являлся мощным агитационным средством, влияя на самосознание и настроение советского народа. Исследование плакатов, созданных в годы ВОВ является актуальным для выявления их значимости в патриотическом воспитании населения. В настоящее время общество в основном воспринимает различную визуальную информацию через телевидение, мобильные устройства и интернет. Плакат, к сожалению, не является столь действенным средством агитации, каким он был в первые годы Советской власти и особенно в годы Великой Отечественной Войны (ВОВ).

Объект исследования – плакаты, созданные во время ВОВ.

Предметом исследования является выявление влияния плакатов на патриотический подъём, подъём боевого духа и трудовой активности граждан во время ВОВ.

Цель – исследовать плакаты времён ВОВ как форму выражения патриотизма.

Методы исследования: анализ литературных и интернет-источников; изучение, обобщение и систематизация информации; эксперимент.

Плакаты первых лет Советской власти в России. Советские плакаты являлись наглядными пособиями, которые в доступной форме разъясняли различные вопросы и отношение советской власти к текущим событиям. Плакаты являлись средствами агитации и пропаганды, воздействующими на сознание и настроение людей с целью побуждения их какой-либо деятельности [1]. В годы Гражданской войны плакат стал активным инструментом пропаганды, охватывавшим широкую аудиторию. Плакат «Ты записался добровольцем?», хорошо известный каждому в нашей стране, был создан в 1920 году Дмитрием Моором за одну ночь в очень трудный для Красной армии период борьбы против армии Врангеля. Сам художник так говорил о нём: «На этом плакате – красноармеец, указывающий пальцем, глаза его устремлены прямо на зрителя и поворачиваются по ходу его. Я собрал много разговоров по поводу этого плаката. Некоторые мне говорили, что они стыдились его, что им было стыдно не записаться добровольцем» [2].

После окончания Гражданской войны агитационные методы стали применимы для внутренних врагов Советской власти. Плакатное оружие было настолько действенным, что, несмотря на нехватку оборудования, материалов и кадров в издательствах и типографиях, плакаты печатались в первую очередь. Нередко они сопровождались красноречивыми надписями: «Каждый, кто срывает или заклеивает этот плакат, совершает контрреволюционное дело».

Постепенно в России были выработаны основные жанры агитационного плаката: сатирический и героический. Сатирический разоблачал «старый строй», героический плакат призывал к борьбе с врагами советской власти: безграмотностью, религией. Главными «героями» плакатов становились рабочие, крестьяне, солдаты, рабочие заводов и фабрик. Плакаты призывали к искоренению неграмотности в городах, деревнях и сёлах. Антирелигиозные плакаты – карикатуры печатались в газете «Безбожник» и журнале «Безбожник у станка» [1].

Все 1930-е годы Советский Союз проводил масштабную индустриализацию, требовались рабочие руки на заводы и фабрики. Плакат в эти годы снова становится мобилизационным, только призывает жителей сёл и деревень уже на трудовой фронт.

Первые плакаты 1941 года. В военные годы люди получали визуальную информацию частично из кинохроники, а в основном через печатные издания, такие как: плакаты, листовки, газеты. С первых дней наступления гитлеровской армии на улицах советских городов появились агитационные плакаты, призванные поднять боевой дух армии и производительность труда в тылу. Первым, созданный в первые часы войны 22 июня 1941 года, стал плакат «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!» художников Кукрыниксов. О его действенности говорит тот факт, что с 24 июня плакат уже был отпечатан многотысячными тиражами [3].

Главным и самым знаменитым плакатом ВОВ стал плакат «Родина-мать зовёт!». Автор плаката Ираклий Тоидзе создал его уже к утру 23 июня 1941 года. А к середине июля плакат был известен уже всей стране, и он имел огромную силу влияния, что было подтверждено многомиллионными тиражами. Образ матери, простой русской женщины, смотрит в глаза и зовет на защиту Родины. Яркий красный текст, создает впечатление, что написан кровью, этот плакат вызывает эмоциональный отклик и у современного зрителя, так как содержит мощный заряд психологического воздействия. Женщина на плакате одета только в красные тона, совпадающие с цветом Государственного флага, её руках – текст военной присяги. Плакат выполнен только в двух цветах, как и многие другие плакаты 1941–1945 гг., но, в отличие от них, на этом плакате отсутствует образ врага. Словосочетание «Родина-мать» по воспоминаниям сына Тоидзе могло прийти из стихотворения Андрея Белого, творчество которого очень любил художник: «Позволь же, о Родина-мать, в сырое, пустое раздолье, в раздолье твоё прорыдать...» [4,5].

«Вперед боец, назад ни шагу...!». Героические плакаты, зовущие на фронт. Мощным источником мобилизации морального духа народа было обращение к национальным традициям русского народа и к героям былых времен. Образы освободителей земли Русской: Александр Невский,

Михаил Кутузов, Александр Суворов, Василий Чапаев служили вдохновляющими примерами, образцами мужества и стойкости. Изображение и текст на плакате «Пусть дух Суворова отвагой полки на подвиг осенит. Вперед боец, назад ни шагу, в бою будь стоек как гранит!» созданным Василием Селивановым в 1942 году, способствовал быстрому его запоминанию (рис. 1). Великий русский полководец ведет за собой бойцов Красной армии. Яркий и броский символ – образ Суворова, безусловно, связан с воинской доблестью, мужеством и победой. [6].

«Убей врага!». Плакаты, призывающие мстить немецким захватчикам. Жестокости фашистских войск в те годы не было предела и плакаты призывали отомстить за жертвы среди женщин, стариков и детей. Плакат художника Алексея Ситтаро «Кровь за кровь, смерть за смерть!» создан в 1942 году, главная идея этого плаката – идея неизбежности победы, полного изгнания врага, и идея мести за гибель детей. Красный цвет плаката воздействует эмоционально на зрителя, вызывает ненависть к врагам и желание отомстить. Воображение зрителя достраивает и предшествующие и последующие движения. Замах кулака – и – последующий удар! [6]. Художник был в расцвете творческих сил, когда началась страшная блокада Ленинграда, он не уехал в эвакуацию, вместе с другими ленинградскими художниками он участвовал в выпуске полиграфических тиражных плакатов и плакатов творческого объединения «Боевой карандаш». Алексей Ситтаро погиб в блокадном Ленинграде. Очень известным стал плакат Виктора Корецкого «Воин Красной Армии, спаси!» (рис. 2). Плакаты художника военных лет отличаются страстностью и ненавистью к фашистским захватчикам. Эмоциональное и психологическое воздействие работ художника на воинов Красной Армии было столь высоко, что по некоторым сведениям его творчество высоко ценили идеологи нацизма и Виктор Корецкий был в списке врагов фюрера вместе с Кукрыниксами и другими советскими художниками.

При обращении через плакат имело большое значение акцентированное внимание на справедливом характере освободительной войны, силе и мощи советской армии. В 1941 году в витринах Елисеевского магазина в Ленинграде (Окна ТАСС) стали выставлять плакаты. Первым был агитационный плакат: «Напал гад на наш сад. Что надо? Убить гада!» художника Виктора Слыщенко (рис. 3). Изображение выполнено в виде двух вертикальных кадров. Такой прием был выработан мастерами плакатов в послереволюционные годы, его смысл – показ развития сюжета: верхний кадр – нападение врага, нижний – уничтожение. Емкую фразу текстового сопровождения придумал редактор Георгий Кофман. «Напал гад на наш сад» – эта фраза напрямую связана с образом созданным В.В. Маяковским: «Я знаю-город будет, я знаю-саду цвести», где в образе города-сада представлена вся наша страна, Родина. Эффект моментального снижения врага до садового вредителя (гада), который не представляет тотальной опасности, а значит может быть уничтожен, обладал мощным воздействием на зрителя. В 1942 году ленинградский художник Владимир Селиванов создал плакат «Убей врага». В годы ВОВ он был не только художником, но и военным корреспондентом газеты «На страже родины» и выезжал на передовые позиции Ленинградского фронта. «Убей врага» – первый плакат, который Селиванов выполнил в ленинградском объединении «Окна ТАСС» [5].

Военные плакаты, созданные ленинградскими «Окнами ТАСС», заслуживают особого внимания. Политическая карикатура в военные годы стала не только частью пропаганды, но и предстала как настоящее оружие (рисунок 4). С помощью рисунков талантливых художников страшный враг превращался в жалкое уродливое существо. Карикатура вызывала улыбку и у суровых воинов, и у тружеников тыла. А улыбка очень была нужна советским людям, принявшим на себя все тяготы войны. Воздействуя на зрителя сатирические художественные образы, воплощенные в плакатах проникали в сознание людей, получая собственное субъективное значение, которое уходило дальше замысла автора и обретали собственную жизнь [7].

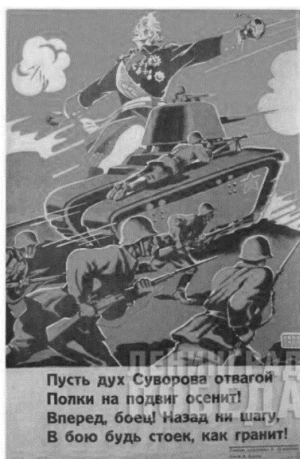


Рис. 1. В. Селиванов, 1942 [8]



Рис.2. В. Корецкий, 1942 [4]



Рис.3. В. Слыщенко, 1941 [4]



Рис.4. Окна ТАСС, 1943 [4]



Рис. 5. М. Голованов, 1944 [4]



Рис.6. А. Ушанова,
З. Красносельская, 2025

«Все для победы!». Плакаты для тыла. Плакаты, созданные для работников тыла демонстрировали единство народа в борьбе с врагом, связь между тылом и фронтом и призывали к мобилизации рабочих на самоотверженный труд, способствовали усилению патриотического настроения, подчеркивая важность самоотверженного труда для обеспечения победы на фронте. Плакат, созданный Михаилом Головановым «Чтоб путь к победе стал короче, снарядов больше шли, рабочий» призывает рабочих к ударному труду, увеличению производства боеприпасов для обеспечения фронта, подчёркивает, что от их работы напрямую зависит приближение победы (рис. 5). Особого внимания заслуживают плакаты, в которых представлен женский образ, он многолик – это и женщина-мать, и женщина-хранительница очага, и женщина – работница, и женщина – жертва захватчиков, и женщина как символ мирного времени, нежности, доброты, любви. На плакатах девушки работают на фабриках или сеют хлеб в поле – значит будет урожай, и несмотря на тяготы войны, жизнь продолжается и в тылу поддерживают фронт, работают под девизом: «Все для победы!» [5].

«На Берлин!». В 1943 году после победы в Сталинградской битве и в битве на Курской дуге произошел коренной перелом в Великой Отечественной войне. На плакате Леонида Голованова «Дойдем до Берлина!» 1944 года изображён улыбающийся боец на фоне движущейся на Запад колонны советских войск. Прообразом героя плаката стал один из лучших снайперов Второй мировой войны – Василий Голосов, он был настоящим героем, глядя на этого улыбчивого бойца, солдаты действительно верили: обязательно дойдем!

Плакаты военного времени оказывали психологическое воздействие, формируя общественное мнение, объединяя людей во имя общей цели великой Победы. Они вели на бой, призывали на подвиги, укрепляли силу и моральный дух всей страны, и дарили надежду на мирную благополучную жизнь. Духовные силы тружеников тыла, которые в тяжелейших условиях работали во имя победы на заводах и фабриках, на сельских полях и духовные силы воинов Красной армии определили ход военных действий и способствовали достижению Великой победы.

Заключение. Плакат – наиболее массовая форма изобразительного искусства, его основная идея должна быть выражена ясно и доходчиво и непротиворечиво. Поэтому, к образному строю плаката и всему стилю его исполнения всегда предъявлялись особые требования [6]. Созданием агитационных плакатов в ВОВ занимались талантливые художники, имена которых остались в истории изобразительного искусства советского народа: Дмитрий Моор, Виктор Дени, Михаил Черемных, Ираклий Тоидзе, Алексей Кокорекин, Виктор Иванов, Виктор Корецкий, группа художников «Кукрыниксы», группа художников «Окна ТАСС» и другие. Они создавали величественные и вдохновляющие образы, а фразы, сопровождающие изображения, запоминались и врезались в память. Без сомнения, искусство агитационного плаката внесло свою лепту в формирование чувства патриотизма людей того времени, ведь недаром пропаганду и агитацию тогда называли третьим фронтом Великой Отечественной войны [1]. Именно здесь разворачивалась битва за дух народа, которая, в конечном итоге и решила исход войны. Гитлеровская пропаганда тоже не дремала, но ей оказалось далеко до священного гнева советских художников, поэтов и писателей. Именно эти истории, героизм, надежда и боль вдохновили авторов на эксперимент по созданию собственного плаката, посвященного 80-летию Победы в Великой Отечественной Войне (рис. 6). Плакат был представлен и высоко оценен зрителями.

-
1. Сухая пропаганда или искусство цветущее в рамках? // BRAND.RU. Советские плакаты: [сайт]. – URL: <https://brnd.ru/project/1fff01a6689f43d7b2668a41ed5cb03e> (дата обращения: 18.03.2025)
 2. Плакаты.Ру. Москва, Виртуальная галерея 1770 работ: [сайт]. – URL: <https://artchive.ru/plakaty/artists> (дата обращения: 18.03.2025)
 3. Слово как оружие. // Агитационные плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945 годов [сайт]. – URL: <https://project202017.tilda.ws/page11134962.html> (дата обращения: 25.03.2025)
 4. На пути к великой Победе. Виртуальная выставка плакатов Великой Отечественной войны 1941 – 1945 гг. [сайт]. – URL: <https://old.nlrs.ru/exhibitions/na-puti-velikoy-pobedy/> (дата обращения: 04.04.2025)
 5. Советский плакат. // Трамвай искусств. [сайт]. – URL: <https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/o-kollektsii.html> (дата обращения: 04.04.2025)
 6. Кудин П.А., Ломов Б.Ф., Митькин А.А. Психология восприятия и искусство плаката. – Москва, «Плакат», 1987. – 208 с. (дата обращения: 18.03.2025)
 7. Как художники создавали агитационные плакаты в блокадном Ленинграде. // Блокадные «Окна ТААС». [сайт]. – URL: <https://tass.ru/spec/okna-tass-leningrad>
 8. Плакаты блокадного Ленинграда. // Военное обозрение. [сайт]. – URL: <https://en.topwar.ru/10708-plakaty-blokadnogo-leningrada.html>
 9. Федеральное бюджетное государственное учреждение «Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина». Плакаты. [сайт]. – URL: <https://www.prilib.ru/section/677138>