

УДК 94(47+57):084"1941/1945"

UDC

DOI 10.17223/18572685/40/12

СОВЕТСКИЙ ПЛАКАТ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ: ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

Е.А. Федосов¹, К.А. Конев²

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
Россия, 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36

¹E-mail: karamba243@yandex.ru

SPIN-код: 8906-0870

²E-mail: konev-k-92@rambler.ru

SPIN-код: 3508-3819

Авторское резюме

Важную роль в мобилизации советского общества в годы Великой Отечественной войны сыграла пропаганда, в которой особое место занимали политические плакаты. По своим специфическим свойствам они имеют ряд преимуществ: постоянство обращения, краткость и доходчивость призыва, устойчивость и яркость изображения. Как система художественных решений, образов и текстов, влиявших на настроения фронта и тыла, советские плакаты представляют несомненный интерес для исследования с искусствоведческих, имагологических и лингвистических позиций. На основе репродукций около 450 печатных плакатов центральных издательств, а также 53 региональных томских «Окон ТАСС» авторы данной статьи преследуют цель дать не только описательную характеристику наглядной агитации времен Великой Отечественной войны, но рассмотреть ее как значимое художественное, ментальное и идеологическое явление прошлого.

Ключевые слова: СССР, пропаганда, наглядная агитация, советский плакат, Великая Отечественная война, «Окна ТАСС», Томск.

Soviet poster in the times of the Great Patriotic War: national and regional dimension

E.A. Fedosov¹, K.A. Konev²

National Research Tomsk State University
36 Lenin Avenue, Tomsk, 634050, Russia

¹ E-mail: karamba243@yandex.ru

² E-mail: konev-k-92@rambler.ru

Abstract

The propaganda, wherein the political posters engage a unique place, played an important role in the mobilization of Soviet society during the Great Patriotic War (World War II). According to their specific properties, they have a number of advantages: the constancy of circulation, brevity and clarity of the call, stability and brightness of the image. As a system of artistic solutions, images and texts that affected the mood of the front and rear, the Soviet posters are of undoubted interest for research in terms of art history, imagology and linguistics. Based on reproductions of about 450 printed posters of Central Publishing Offices, as well as 53 regional Tomsk "Okna TASS" ("TASS Windows"), the authors of this article are intended to provide not only a descriptive characteristic of visual propaganda in the times of the Great Patriotic War, but to consider it as a significant artistic, mental and ideological phenomenon of the past.

Keywords: The USSR, visual propaganda, soviet poster, Great Patriotic War, "Okna TASS" ("TASS Windows"), Tomsk.

С самых первых лет существования советского государства его пропагандистская деятельность играла заметную роль в политической и общественной жизни страны. Неотъемлемой ее частью были агитационные плакаты, которые следует отнести к сложным, креолизированным текстам, сочетающим вербальные и невербальные элементы, нацеленные на комплексное воздействие на адресата (Ворошилова 2013: 87-92). По сравнению с другими средствами пропаганды они имеют ряд преимуществ: постоянство обращения, краткость и доходчивость призыва, устойчивость и яркость визуального образа, что, по оценкам исследователей, может усиливать восприятие информации на 55 % (Ворошилова 2013: 27). Данные свойства дают возможность наглядной агитации нести сильный эмоциональный заряд и пробуждать «чувства высшего порядка» (Войтасик 1981: 185).

Все эти особенности всецело относятся и к советскому плакату времен Великой Отечественной войны. Подходы, нашедшие отражение в исследованиях на тему визуальной пропаганды, позволяют рассматривать его прежде всего с искусствоведческих, имагологических и лингвистических позиций. Первое направление можно считать наиболее классическим способом изучения плаката как некой совокупности художественных решений, вдохновленных, впрочем, поли-

тической ситуацией (Демосфенова 1962; Шклярук 2004). Имагология предполагает новый взгляд на содержание плакатов как на систему взаимосвязанных внутри- и внешнеполитических образов, вписанных в условные категории *своего, чужого* или *другого* и формирующих определенную картину мира (Сенявская 2006; Голубев, Поршнева 2012). Наконец, лингвистический подход рассматривает плакатные лозунги с точки зрения инструментария конструирования и интерпретации политических текстов (Чудинов 2011; Ворошилова 2013).

Таким образом, учитывая вышеназванные междисциплинарные аспекты, авторы данной статьи преследуют цель дать не только описательную характеристику наглядной агитации Великой Отечественной войны в целом и региональных «Окон ТАСС» в частности, но и комплексно рассмотреть ее как значимое художественное, ментальное и идеологическое явление прошлого. Для этого использовались репродукции плакатов из каталогов музеев, аукционов, частных коллекций, находящихся в Интернете (всего в распоряжении авторов было около 450 изображений), а также томские «Окна ТАСС». Коллекция «Окон ТАСС» из фондов Научной библиотеки ТГУ составляет 53 экземпляра. Большая часть работ – 41 шт., была создана в 1942 г. Еще 8 плакатов относятся к 1943 г., 4 агитки не датированы. Сохранившиеся материалы охватывают широкую тематику и содержат в себе ряд образов и лозунгов, представляющих большой интерес для изучения.

Становление советской наглядной агитации пришлось на период гражданской войны, ожесточенного вооруженного противостояния внутренним и внешним врагам. Уже тогда обозначилась ее огромная политическая роль: «Всякий срывающий плакат или заклеивающий его афишей совершает контрреволюционное дело», – гласил призыв тех времен. К началу 1940-х гг., поступательно развиваясь, плакаты обрели существенное жанровое, тематическое и художественное разнообразие, которое в условиях Великой Отечественной войны раскрылось в новых смысловых контекстах и стилистических чертах. В зависимости от избранного метода воздействия на адресата их можно разделить на несколько типов (Горощенко 1932: 31-32).

К первому следует отнести так называемый пропагандистский плакат, особенность которого заключается в наличии иллюстративно-объясняющего или повествовательного компонента. Такой можно считать, например, работу А. Кокорекина «За Родину!» (1942), где, помимо лозунга и образа, присутствует описание реального подвига защитника Севастополя, моряка Степана Ермоленко. Другой обширный пласт материалов составили собственно агитационные плакаты, призывы которых обычно выражены более

обобщенной темой и лаконичным лозунгом. По классификации Г. Демосфеновой, вместе эти два типа можно объединить в группу **героических** плакатов, в то время как смысловую противоположность им представляют **сатирические**, близкие к политической карикатуре по стилю рисунка и сопутствующего текста (Демосфенова 1962: 136).

Закономерно, что пространство сатирического плаката всецело отводилось образу врага. И действительно, на начальном этапе войны главным его выражением было нарочито карикатурное и даже зооморфное существо, по сути, аналогичное довоенным изображениям фашистского режима, Гитлера и его сторонников. Примером тому может служить ранняя работа Д. Шмаринова «Раздавить фашистское чудовище» (1941) (ил. 1), где можно увидеть пораженного красноармейским штыком спрута с физиономией фюрера. Несмотря на свой отталкивающий вид, он выполнен все-таки в традициях высмеивания врага путем представления его в неприглядном виде. Однако впоследствии плакаты на тему тягот советских людей в условиях немецкой оккупации и плена внесли уже совсем иную, новую трактовку противника. Теперь это вполне реальный, отображенный порой с фотографической точностью и оттого особо зловещий и ненавистный солдат или офицер вражеской армии¹. Психологической заостренности этому



образу добавлял нередко так или иначе звучавший в плакатных призывах лозунг «Убей немца!», распространившийся после выхода стихотворения К. Симонова и статьи И. Эренбурга в «Красной звезде» в июле 1942 г.

Здесь следует также отметить, что во многом вопреки предыдущему советскому пропагандистскому опыту, в 1942-1943 гг. сопутствовавшая образу врага политическая категория «**фашист / фашистский**» начинает активно заменяться национальной – «**немец / немецкий**». Так, война в плакате начинает рассматриваться как противостояние конкретных народов. Это нашло отражение в использовании в нем контекстуальной антитезы «советский – немецкий» и распространении классического имагологического сюжета, контрастно сочетающего близких **своих**, нуждающихся в сочувствии, защите, освобождении, и враждебных **чужих**, несущих угнетение, разрушение и смерть. Ярким примером подобной тенденции можно считать работу Л. Голованова «Боец, освобождай **советских людей** от **немецкой каторги**» (1943) (*подчеркнуто нами.* – Е.Ф., К.К.), где скорбные изображения женщины, подростка и старика противопоставлены жестокому, надменному и вполне реалистично выполненному немцу. При этом исходная сатирическая трактовка противника без существенной ее национальной окрашенности вновь становится преобладающей лишь на завершающем этапе войны.

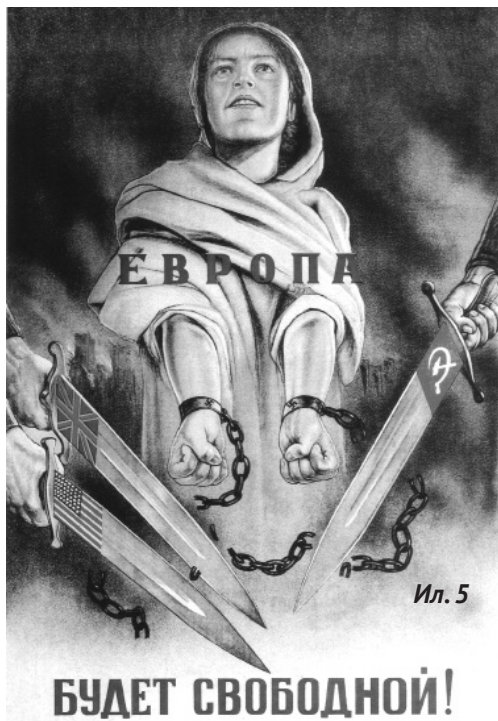


Ил. 2



Существенную степень этнизации военной наглядной агитации можно наблюдать и в принципах отображения **советского**² (как единого для всех народов СССР) (ил. 2), **славянского**³ и **русского**⁴ национального самосознания. Подобные смыслы вложены, с одной стороны, в идеологемы «советская Отчизна», «сыны всех народов», «братство и дружба народов» или прямые обращения «славяне», «русские» и т. п., а с другой – в некоторые внешние черты героев агиток. Наделенные соответствующим национальным колоритом, они сформировали определенный образ попавших под оккупацию союзных республик. Печальные, зовущие мотивы этих сюжетов по мере освобождения эволюционируют в радостные и праздничные, ярким примером чему служит работа украинского художника В. Мироненко: «Пусть живет и вечно процветает Советская воссоединенная Украинская земля, освобожденная Красной армией!» (на укр. яз., 1945) (ил. 3) или вышедший несколько позже молдавский плакат «Слава Советской армии, освободительнице молдавского народа от фашистского ига!» (1947) (ил. 4).

Определенные новшества привнесла война и в оценку невраждебного внешнего мира. Так, в некоторых плакатах наряду с советской символикой можно наблюдать флаги капиталистических стран – союзниц по антигитлеровской коалиции, а дружественные плакатные иностранцы стали ассоциироваться не с интернациональными пролетариями, а вполне конкретными американскими и английскими солдатами. С темой союзничества связан и довольно интересный аллегорический



Ил. 5

женский образ Европы, нашедший отражение в плакате В. Корецкого «Европа будет свободной!» (1944) (ил. 5).

Межнациональный аспект был далеко не единственной сферой влияния на мобилизационные настроения страны. В условиях войны происходит интенсивная актуализация исторической памяти народа, причем в довольно разных проявлениях. Нельзя допустить возвращения темной стороны прошлого, как в сатирическом плакате Р. Сайфуллина, где за спиной Гитлера стоит зловещая тень павшей монархии. Этот сюжет иллюстрировал цитату И.В. Сталина: «По сути дела, гитлеровский режим является

копией того реакционного режима, который существовал в России при царизме» (1941). И совсем на иное восприятие истории нацелен цикл работ, созданных в 1941-1942 гг., под общим лозунгом «Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ великих предков» (ил. 6), которому неизменно сопутствуют овеванные ратной славой легендарные князья и полководцы. В схожем контексте осмысливается и тема неизбежности поражения немцев в агитках «Били, бьем и будем бить (немцев. – Е.Ф., К.К.)!» (худ. В. Серов, 1941) или «Русские прусских всегда бивали...» (худ. П. Алякринский, 1944). В последней художник особо символично подчеркнул преемственность побед русского оружия, поставив в единый строй воинов разных эпох.

Не столь глубинные ментально, но, как представляется, не менее значимые уровни коллективного самосознания воспроизводят плакаты, апеллирующие к более локальным формам принадлежности и сопричастности. Они могли обращаться к военнослужащим конкретной специальности или жителям какого-либо города: «Когда **бронбойщик** стоит на пути, фашистскому танку нигде не пройти» (худ. А. Кокорекин, 1943), «**Славные соколы города Ленина** будем насмерть разить врага» (худ. В. Пинчук, 1942) (ил. 7) или «**Молодые минчане!**

Отдадим все силы на восстановление родного города!» (неизв. худ., на белорус. яз., 1944) (*курсив наш.* – Е.Ф., К.К.). В ряде призывов встречаются категории, направленные на сугубо личные чувства и переживания, такие, как воинская честь, отмщение врагу, защита от позора, любовь, испытываемая не только к Родине, но и к близким людям. Некоторые образы обрели не только портретность, но и элементы индивидуальной боевой биографии. Например, в работах Л. Голованова «Дойдем до Берлина!» (1944), «Слава Красной Армии – освободительнице!» (1945) и «Красной Армии – слава!» (1946) изображен один и тот же человек. Хотя в свое время эти плакаты были проникнуты сугубо оптимистическим и победным духом, трагизм и вместе с тем особый пафос заключаются в реальной судьбе прототипа их главного героя – снайпера сержанта Голосова, погибшего, по мнению историков, в 1944 г. Так и не дожив до Победы, он стал одним из ее символов даже в послевоенное время (Рязанский снайпер 2010).

Трудно найти такой аспект жизни страны, которого не было бы в советском плакате Великой Отечественной войны. Взывая, в зависимости от контекста, к самой широкой палитре национальных, исторических, гражданских и личных чувств, он ежедневно призывал к боевым и трудовым подвигам на фронте и в тылу. Как представляется, в целом его влияние на советских людей в военное время было довольно сильным, хотя некоторые агитки, особенно в



СЛАВНЫЕ СОКОЛЫ ГОРОДА ЛЕНИНА*Ил. 7***БУДЕМ НА СМЕРТЬ РАЗИТЬ ВРАГА**

первые месяцы войны, критиковались за невыразительные и устаревшие формы изображения, чрезмерное использование одних и тех же приемов и «небрежность» сопутствующих текстов (Художник-агитатор 1942). И, тем не менее художники, выезжавшие на фронт, могли неоднократно убедиться лично в успехе убойцов ряда работ своих коллег: И. Тоидзе «Родина-мать зовет!» (1941), Д. Шмаринова «Отомсти» (1941), Ф. Антонова «Сын мой, ты видишь долю мою...» (1942) (Могучее средство 1943). Говоря о народном признании, можно вспомнить и плакат В. Корецкого «Воин Красной Армии, спаси!» (1942), глядя на который солдаты клялись громить и уничтожать врага, а военный инженер Наталья Гюне даже посвятила ему стихи (Демосфенова 1962: 155-156). Или плакат Н. Жукова и В. Климашина «Боец, Украина ждет тебя!» (1943), размещавшийся на броню советских танков, штурмовавших Киев (Афанасьев 1982: 393).

Помимо рассмотренных выше типов плакатной графики, существовал и еще один, нашедший отражение в «Окнах ТАСС». Под этим названием известным карикатуристом М. Черемных в первые же дни после нападения Германии была возрождена популярная во время гражданской войны концепция «Окон РОСТА». Сочетая газетный стиль информирования населения о значимых событиях с изобразительными средствами печатного плаката, художники центральной редакции «Окон» выпустили за войну свыше 1 200 агиток (Демосфенова 1962: 169). Но примечательны они также и тем, что дали своеобразный импульс для развития аналогичных агитационных материалов в различных городах СССР, включая и Томск.

19 сентября 1941 г. Томский горком ВКП(б) постановил организовать регулярный выпуск «Окон ТАСС». В ноябре было создано оргбюро Союза советских художников Томска. В него вошли как

жившие в это время в эвакуации, так и местные деятели искусств. (Искусство в томском тылу 2014). В 1942 г. начала свою работу художественная мастерская для создания и тиражирования «Окон ТАСС». В ее редколлегию вошли А. Ремов, К. Ситник, В. Шепелев и М. Щеглов (Дмитриенко 1999: 299). За первый год своей деятельности томские художники выпустили более 70 плакатов. Значительное количество томских «Окон ТАСС» подготовил М.М. Щеглов – более 100 работ. Кроме того, художником, за время его пребывания в Томске, было создано более 500 рисунков «Дневника Отечественной войны» – своеобразной художественной летописи войны (Исаева 2012: 70) (ил. 8).

«Окна» выполнялись от руки и распространялись с помощью специальных трафаретов (до 100 и более экземпляров), а затем выставлялись для всеобщего обозрения в витринах и окнах домов, а также на специальных художественных выставках, первой из которых стала выставка «За Родину!», открытая в марте 1942 г. За ней последовали выставки «Тыл – фронту», выставка, посвященная трехлетию Великой Отечественной (1944), персональные выставки Е. Плехан и М. Щеглова (Дмитриенко 1999: 300).

Классифицируя плакаты по темам, можно выделить две больших группы. Одну из них составляют плакаты, посвященные *жизни тыла*, которые представлены в коллекции десятью экземплярами. Основной мотив агиток – необходимость укрепления единства тыла и фронта,



Ил. 8

что визуально выражалось в композициях, где фигура вооруженного красноармейца либо соседствует с рабочими⁵ (ил. 9), либо выступает впереди многоголовой группы людей, олицетворяющей многонациональный советский народ⁶.

Стремясь подчеркнуть, что ударный труд в тылу играет не менее важную роль, чем героическая борьба на фронте, художники сочетали реалистичные образы советских тружеников и гротескные, карикатурные образы врага. Так, на плакате М. Щеглова «Больше металла! – Ближе победа!» сталевары в едином строю с Красной армией заливали поверженного немец-

кого солдата расплавленным металлом. В то же время швея помогала иголкой фронту, школьник «по врагу очень метко бил отличную отметкой», рабочие, перевыполняя план, сжимали немца клещами, а железнодорожники каждой новой тонной груза «давили немцу пузо»⁷. Плакатные лозунги утверждали необходимые модели поведения, которые позволят советскому народу победить: «Экономия – закон военного времени», «Помни, молодежь! – трудом вражью нечисть разобьем!», «Долг патриота – о бойцах забота».

Наряду с внешними врагами плакаты клеили и внутренних, применяя уже устоявшийся прием – деятельность всех, кто так или иначе нарушал слаженную работу тыла, квалифицировалась как пособничество противнику. В «Окне ТАСС» «Брак и прогул – помощь врагу» (1943) красноармейцы грозно смотрят на отталкивающего вида фигуры бракодела, прогульщика и симулянта.

Изображая представителей разных групп – половозрастных (женщины, дети), профессиональных (рабочие, колхозники, учащаяся молодежь), мастерски выполняющими свои обязанности, художники конструировали идеальный образ тыла, где все члены советского общества спаяны одной целью – разгромом врага. Адресуя обществу всеми узнаваемые типы, с которыми каждый мог себя ассоциировать, агитаторы призывали людей в полной мере соответствовать этим идеалам.

Другую группу, более многочисленную и разнообразную по внутренней тематике, составляют плакаты, в которых так или иначе были отображены **борьба советских солдат против врага** и различные



Ил. 9

военно-политические события. Основными образами данных плакатов являлись образ *своего*, чаще всего представляющего в виде солдата Красной армии, партизана, а также мирного жителя, страдающего от оккупантов; и образ *врага*, представленный в виде немецких солдат и генералов, лидеров стран Оси. Образ советского бойца в томских «Окнах ТАСС» имел достаточно устойчивые черты, обусловленные тем, что рисунки выполнялись по одним и тем же трафаретам. Красноармейцы с мужественными и сосредоточенными лицами, иногда улыбающиеся, чаще всего были облачены в зеленые шинели, каски с красной звездой, вооружены винтовками или автоматами. Реже встречаются партизаны, женщины-военнослужащие, моряки.

Бойцы Красной армии представлялись преимущественно в двух ипостасях. Чаще всего они изображались в моменты борьбы либо победы над врагом. В данном случае в сопровождавшем изображение тексте подчеркивались отвага и мужество советских солдат⁸ и звучали призывы беспощадно громить врага так же, как это делали герои плакатов⁹. Нередко плакатисты делали героем очередного номера «Окон» конкретного военнослужащего или партизана, совершившего подвиг, пример которого способен поднять боевой дух людей. Таковы, например, Герои Советского Союза З.А. Космодемьянская, И.Н. Кузин¹⁰, Е.В. Бедин¹¹, И.И. Богатырь, М.К. Байда¹².

Красноармейцы, как упоминалось выше, присутствовали в составе композиции, изображавшей солдат и мирное население вместе и олицетворявшей «народность» войны. После успехов Красной армии советские бойцы стали характеризоваться как освободители. На одном из четырех рисунков, составлявших «Окно ТАСС» № 8 (1942),



Ил. 10

колонну красноармейцев приветствовали представители самых беззащитных групп населения – пожилые женщина и мужчина и ребенок. Рисунок сопровождался оптимистичной подписью – «Вдали еще врагов кончают, а жизнь уже идет вперед. Слезами радости встречает освободителей народ». Аналогичный сюжет использовался в плакате М. Щеглова «Привет тебе, Украина. Здравствуй, Беларусь. За слезы ваши, за руины мстить врагу клянусь!» (1943) (ил. 10), на котором радостные жители разоренной Украины цветами и рукопожатиями приветствовали красноармейцев. Ценность победы над противником и радость при освобождении своей территории должны были усиливаться за счет напоминания о трудностях и потерях на пути к этой победе. Слезы и страдания мирного населения – мощный призыв мстить еще не разгромленному окончательно врагу, результатом этой мести становились, в конечном счете, слезы радости в связи с избавлением от ужасов войны. Данные лозунги примечательны тем, что они раскрывают сущность закладываемой нарративной интерпретации событий, несмотря на то что травматический опыт впоследствии поглощался риторикой триумфа. Победа до сих пор воспринимается именно «как радость со слезами на глазах...».

Взаимоотношения СССР и союзников также были отражены в томских «Окнах ТАСС». Поводом к актуализации темы сотрудничества СССР и западных стран стало подписание в мае–июне 1942 г. англо-советского договора о военном и политическом союзе и советско-американского соглашения о взаимной помощи. Единство стран антигитлеровской коалиции изображалось с помощью традиционного мотива: три руки, на каждой из которых – символика соответствующей союзной страны, наносили смертельный удар по Гитлеру¹³. На другом плакате Германия, представленная в образе изможденной женщины, отбрасывала от себя фашистов, стремящихся напоить ее микстурой наступлений, со словами: «Англо-советский договор прояснил мой кругозор. Не спасут нас наступленья, близко наше поражение». Замысел художников состоял в том, чтобы показать, что, ополчив против себя крупнейшие страны, нацисты не избежат недовольства населения Германии. Здесь явно просматривается классовый подход советской пропаганды, согласно которому трудящиеся массы Европы неминуемо должны восстать против фашистского произвола и угнетения. Иллюстрировала данные надежды еще одна агитка, посвященная 1 Мая, в которой советские плакатисты передавали майский привет зарубежным братьям по классу¹⁴.

Необходимо отметить, что элементы классового подхода и революционные лозунги сочетались в томских «Окнах ТАСС» с патриотической риторикой и актуализацией героических образов прошлого.

Так, интерес представляют два одинаковых по композиции плаката, выпущенных в 1942 г. Одно из «Окон» было посвящено 25-й годовщине Октября и изображало идущих в атаку на немцев красноармейца и партизана, за которыми стояли представители многонационального советского народа. Боец при этом сжимал Красное знамя с профилями Ленина и Сталина и лозунгом «Да здравствует Великая Октябрьская социалистическая революция!» Призыв внизу плаката гласил – «Вперед на защиту социалистической Родины! Не отдадим великих завоеваний Октября!». Другой плакат с призывом «За Родину» изображал стройные ряды бойцов, атакующих при поддержке танков, авиации и артиллерии и под знаменем с изображением Александра Невского, А.В. Суворова и М.И. Кутузова.

Не обошли вниманием томские художники и тему преемственности побед русского / советского народа. Под широко использовавшимся советской агитацией названием «Били, бьем и будем бить!» вышло в 1942 г. томское «Окно ТАСС» № 5. Победы над тевтонами в 1242 г., армией Фридриха II в 1760 г., борьба против германских интервентов в 1918 г. задавали традицию, следование которой объявлялось долгом советского народа.

Связь воинов Красной армии со своими предками-победителями подчеркивалась не только вербально («Как древнерусский великан сражался Богатырь Иван»), но и визуально, чему так же сопутствовало использование религиозных мотивов и образов. Интересен в данном контексте плакат, на котором советский солдат в образе Георгия-Победоносца бьет копьем фашистского дракона, состоящего из многочисленных фигур вражеских солдат и техники. Обращает на себя внимание и использование словосочетания «проклятая орда» применительно к Вермахту, что также является апелляцией к определенным пластам культурной и исторической памяти¹⁵.

Позитивные, героические образы *своих* четко противопоставлялись образу *врага*. Изображение противника в томских «Окнах ТАСС» в целом следовало логике центральных изданий. В рамках исследуемой коллекции, как показал подсчет, для идентификации врага маркеры «немец / немецкий», а также национальное прозвище «фриц» значительно превышают маркер «фашист / фашистский» (14 и 2 против 12 соответственно).

Ненависть к врагу и насмешка над ним, как отмечает Г.Л. Демосфенова, определяли два подхода в формировании образа врага в рамках плакатной сатиры (Демосфенова 1962: 161). Стремясь вызвать у зрителя «священную ненависть» к немцам, художники в некоторых случаях создавали обобщенные, но в то же время достаточно реалистичные образы врага. Подчеркивались при этом коварство, жесто-

кость и бесчеловечность фашистов. Сюжеты некоторых томских «Окон ТАСС» раскрывали злодеяния немцев – убийства мирного населения, грабежи¹⁶. Иногда реалистично изображался уже побежденный враг. Плакаты выполнялись преимущественно в мрачных тонах, а основным мотивом их вербального содержания являлись призывы к мести. Ярким примером в данном случае является «Окно ТАСС» «Кровь за кровь, смерть за смерть» (1942), изображавшее женщин, мстящих немецким солдатам за убитых детей.

В то же время, следуя традиции, заложенной в 1930-е гг., советские художники стремились создать карикатурный образ фашиста-зверя – врага культуры, свободы и прогресса. Подписи к изображениям раскрывали сущность «гитлеровской грабь-армии»: «Свора палачей и пьяниц танцует свой последний танец», «Насильник, вор, убийца, наглец, бандит и кровопийца», «Он тащит всё: часы, подушки, ботинки, даже... детские игрушки». (Окно ТАСС. № 6. Томск. 1942). Немецкие солдаты предстают в виде уродливых, часто зооморфных фигур, лица которых искажены злобой, а при столкновении с бойцами Красной армией – ужасом. Показывались и плачевные для немцев результаты этих столкновений – паническое бегство, всевозможные увечья и, в конечном счете, неминуемая смерть¹⁷.

Вместе с тем в плакатах, развенчивавших притязания «гитлеров всех мастей» на победы и мировое господство, присутствовала значительная доля комизма, «вызывавшего у зрителя здоровый, уничтожающий смех» (Демосфенова 1962: 161). Такой подход прежде всего был характерен для изображения лидеров фашистской Германии, их союзников и военачальников вермахта. Необходимо отметить, что в 1930-е гг. в советских СМИ фотографии лидеров враждебных стран практически не появлялись. «Враги» оттеснялись на пространство рисунка и карикатуры, что позволяло создавать необходимый отрицательный образ, вызывающий те или иные эмоции у зрителя, и который было уже невозможно интерпретировать неверно. Период войны не стал исключением. Основным объектом насмешки и критики являлся, конечно же, Гитлер – «бандитской шайки атаман». Он, как и его подчиненные, нередко предстал в рисунках томских художников в виде различных звероподобных существ – собаки, хитрого лиса, паука. Тезис о том, что фашизм – это порождение империализма, нашел свое выражение в одном из «Окон», изображавшем капиталиста и элиту фашистской Германии в образе стаи псов. «Чтобы иметь себе опору, завел банкир собачью свору. Цепные псы по свету рыщут и прибыль для банкиров ищут», – гласила подпись к плакату. Изображая фашистов в человеческом обличье, художники создавали гротескные, гиперболизированные, но узнаваемые образы. Яркими

примерами такого подхода стали портреты «людоеда Гитлера и его подручных» в томском «Окне ТАСС» № 4 (1942), а также серия карикатурных портретов гитлеровских генералов в виде «битых козырей» («Битые козыри». Окно ТАСС. № 3. Томск. 1942).

Для того чтобы не только высмеять, но и показать полную несостоятельность и обреченность фашистов и их союзников, художники помещали их в нелепые и комичные ситуации. Разгром Италии в ходе операции союзников в 1943 г. нашел отражение в плакате «Ось сломалась» (1943). Отломившаяся ось телеги с надписью «Рим» летела с обрыва вместе с Муссолини. На оставшейся части еле удерживались Гитлер и его союзники. Уверенность советских агитаторов в разгроме фашистского блока выражалась короткой фразой – «В одной куче Гитлер будет вместе с дуче!» Наряду с немцами осмеянию подлежали и их союзники. Румыны, финны, итальянцы, венгры изображались как поставщики ресурсов для Германии, заплатки для немецкой армии, жалкие, бесправные вассалы, безропотно идущие на убой по велению «мясника Адольфа»¹⁸ (ил. 11-12). Чаще всего враг изображался не в момент, когда он сильнее всего угрожал «своему», а в положении побежденного, или такого который будет побежден или уничтожен в ближайший момент.

Противник, показанный с помощью приемов сатиры, подавлялся присутствием реалистично поданного «своего». Подобный прием позволял создать эмоциональную дистанцию, которая действовала бы



Ил. 11

диаметрально противоположно механизму запугивания. Советские агитаторы стремились передать не грозящие последствия поражения, а неизбежность собственной победы (Вашик 2005: 223).

Подводя итог, следует отметить следующее:

Плакаты «Окна ТАСС», выпускавшиеся в крупных центрах (Москва, Ленинград), прифронтовой полосе и в регионах, находившихся в глубоком тылу, по тематике, сюжетам, композиции и образным решениям были практически идентичны. Обусловлено это было в первую очередь особенностями самого жанра и формата «Окон». Кроме того, томские художники работали в рамках заложенных еще в 1920-1930-е гг. традиций изображения позитивных («свои») и негативных («чужие», «враги») образов. В качестве особенности сибирских (в частности томских) «Окон ТАСС» следует отметить повышенное внимание к теме тыла, что обусловлено местом создания плакатов.

Коллекция томских «Окон ТАСС», сохранившаяся в Научной библиотеке Томского государственного университета, даже будучи не столь многочисленной (53 экземпляра), дает широкое представление о содержании советской визуальной пропаганды периода Великой Отечественной войны и ее региональном (тыловом) компоненте.

Томские «Окна ТАСС» вполне справлялись с возложенными на них функциями. Свидетельством тому является то, что работы томской художественной мастерской неоднократно демонстрировались не только в окнах и витринах агитпунктов, но и в рамках специаль-



ных выставок. Как отмечала томская печать, «Окна» пользовались большой популярностью в городах Сибири и Красноярского края. А лучшие работы были экспонированы в Москве и «заслужили отличную оценку». Вместе с тем о весомом вкладе руководителя мастерской – М.М. Щеглова не только в агитационно-пропагандистскую деятельность, но и в художественную жизнь города в целом говорит тот факт, что 130 его работ были приобретены Комитетом по делам искусств Союза ССР (По городу 1943).

** Выполнено в рамках работ по проекту «Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности» (грант Правительства РФ П 220 № 14.В25.31.0009).*

ПРИМЕЧАНИЯ

1. См., например, плакат В. Корецкого «Боец, спаси этих ребят от голодной смерти, истребляй немецких разбойников!» (1943).

2. См., например, плакаты Н. Павлова «Да здравствует наша великая Родина!» (1943), Н. Ватолиной «За нашу великую Родину!» (1944).

3. В известных авторам данной статьи лозунгах мотив славянства встречается лишь трижды, однако в некоторых плакатах он прослеживается по внешнему виду и деталям костюма героев агиток.

4. Отчасти национальная категория «русские» воспроизводится в контексте исторического опыта страны и цитатах великих полководцев прошлого, но иногда применяется и к настоящему моменту.

5. См., например, плакат М. Щеглова «Шахтер, металлург! Своим стахановским трудом куешь победу над врагом». «Окно ТАСС». Томск (1943).

6. См., например, плакат «Союз Советских Социалистических Республик есть социалистическое государство рабочих и крестьян». «Окно ТАСС». Томск (1943).

7. См. плакат «Тыл фронту». Окно ТАСС. №2. (1942).

8. См. плакат «В горах, на равнинах, на каждом шагу – смерть врагу!». «Окно ТАСС». Томск (1942).

9. См. плакат Щеглова М. «За Сталинград! Вперед за нашу Отчизну! За Сталинград! За Сталина». «Окно ТАСС». Томск (1943).

10. «Комсомольское». «Окно ТАСС». № 12. Томск (1942).

11. «Геббельс о победе врет. Полковник Бедин немцев бьет». «Окно ТАСС». Томск (1942).

12. «О них и книги напишут. О них и песни споют». «Окно ТАСС». Томск (1942).

13. См., например, плакат «Договор СССР с Англией, соглашение с США». «Окно ТАСС». Томск (1942).

14. «1 мая». «Окно ТАСС». Томск (1942).

15. «Отдать все силы обороне!». «Окно ТАСС». Томск (1942).
16. См., например, плакат «Не отдадим братьев и сестер на лютую смерть и поругание». «Окно ТАСС». Томск (1942).
17. См., например, плакат «Сладкие мечты и горькая действительность». «Окно ТАСС». Томск (1942).
18. См., например, плакаты «Сбор пожертвований в оккупированных странах». «Окно ТАСС». Томск (1942).

ЛИТЕРАТУРА

- Афанасьев 1982 - *Афанасьев В.А.* Изобразительное искусство // История городов и сел Украинской ССР: Киев / Киев в годы Великой Отечественной войны Советского Союза. Киев: АН УССР. Ин-т истории, 1982. С. 391-393.
- Вашик 2005 – *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. 334 с.
- Войтасик 1981 - *Войтасик Л.* Психология политической пропаганды. М.: Прогресс, 1981. 280 с.
- Ворошилова 2013 - *Ворошилова М.Б.* Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. 194 с.
- Голубев, Поршнева 2012 - *Голубев А.В., Поршнева О.С.* Образ союзника в сознании российского общества в контексте мировых войн. М.: Новый хронограф, 2012. 392 с.
- Горощенко 1932 - *Горощенко Г.Т.* Как работать над плакатом. М.; Л.: ОГИЗ-ИЗОГИЗ, 1932. 82 с.
- Демосфенова 1962 - *Демосфенова Г.Л.* Советский политический плакат. М.: «Искусство», 1962. 444 с.
- Дмитриенко 1999 - Томск. История города от основания до наших дней / Отв. ред. Н.М. Дмитриенко. Томск: Изд-во Том. ун-та, 1999. 430 с.
- Исаева 2012 – *Исаева Л.Ю.* Плакаты Великой Отечественной войны «Окна ТАСС» Михаила Щеглова // Томские музеи. Краеведческий музей им. М.Б. Шатилова. Муниципальные музеи: материалы к энциклопедии «Музеи и музейное дело Томской области». Томск, 2012. С. 68-75.
- Искусство в томском тылу 2014 - Искусство в томском тылу // Центр документации новейшей истории Томской области. URL: <http://www.cdnito.tomsk.ru> (дата обращения: 18.04.2015).
- Могучее средство 1943 - Могучее средство массовой агитации // Литература и искусство. 1943. 19 июня.
- По городу 1943 – По городу // Красное знамя. Томск, 1943. 8 янв.
- Рязанский снайпер 2010 - Рязанский снайпер навечно остался на плакате Победы // Вести.Ru / Новости. 2010. 29 апреля. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=356363&m=2> (дата обращения: 07.04.2015).
- Сенявская 2006 - *Сенявская Е.С.* Противники России в войнах XX века: эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М.: «РОССПЭН», 2006. 288 с.

Художник-агитатор 1942 - Художник-агитатор // Литература и искусство. 1942. 28 марта.

Шклярчук 2004 - Шклярчук А.Ф. Шестьсот плакатов. М.: Контакт-культура, 2004. 192 с.

Чудинов 2011 - Чудинов А.П. Современная политическая лингвистика. Екатеринбург: УрГПУ, 2011. 252 с.

REFERENCES

Afanas'ev, V.A. (1982) *Izobrazitel'noe iskusstvo* [Visual art]. In: *Istoriya gorodov i sel Ukrainsskoy SSR: Kiev* [History of the cities and villages of the Ukrainian SSR: Kiev]. Kiev: USSR AS [In Russian].

Vashik, K. (2005) *Metamorfozy zla. Nemetsko-russkie obrazy vraga V plakatnoy propagande 30-50-kh godov* [The metamorphosis of evil. The German-Russian images of the enemy in the posters during 1930–1950]. In: Konradova, N. (ed.) *Obraz vraga* [The image of enemy]. Moscow: OGI [In Russian].

Voytasik, L. (1981) *Psikhologiya politicheskoy propagandy* [Psychology of political propaganda]. Moscow: Progress [In Russian].

Voroshilova, M.B. (2013) *Politicheskiiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochteniyu* [Political creolized text: keys to understanding]. Ekaterinburg: Urals State Pedagogical University [In Russian].

Golubev, A.V. & Porshneva, O.S. (2012) *Obraz soyuznika v soznanii rossiyskogo obshchestva v kontekste mirovykh voyn* [The image of the ally in the mind of Russian society in the context of the world wars]. Moscow: Novyy khronograf.

Goroshchenko, G.T. (1932) *Kak rabotat' nad plakatom* [How to work on a poster]. Moscow; Leningrad: OGIZ-IZOGIZ [In Russian].

Demosfenova, G.L. (1962) *Sovetskiy politicheskiiy plakat* [The Soviet political poster]. Moscow: Iskusstvo [In Russian].

Dmitrienko, N.M. (ed.) (1999) *Tomsk. Istoriya goroda ot osnovaniya do nashikh dney* [Tomsk. The history of the city from the beginning to the present]. Tomsk: Tomsk State University [In Russian].

Isaeva, L.Yu. (2012) *Plakaty Velikoy Otechestvennoy voyny "Okna TASS" Mikhaila Shcheglova*. In: Chernyak, E.I. (ed.) *Tomskie muzei. Kraevedcheskiy muzey im. M.B. Shatilova. Munitsipal'nye muzei: materialy k entsiklopedii "Muzei i muzeynoe delo Tomskoy oblasti"* [Tomsk museums. The Museum of Local history named after M.B. Schatilov. Municipal museums: materials to the encyclopedia "Museums and Museology. Tomsk region"]. Tomsk: Tomsk State University [In Russian].

The Center for Documentation of Contemporary History of Tomsk region. (2014) *Iskusstvo v tomskom tylu* [The art in the Tomsk rear] [Online]. Available from: <http://www.cdnito.tomsk.ru> (Accessed: 18th April 2015) [In Russian].

Literatura i iskusstvo. (1943) *Moguchee sredstvo massovoy agitatsii* [A powerful tool of mass propaganda]. June 19th [In Russian].

Krasnoe znamy. (1943) *Po gorodu* [About the town]. Tomsk. January 8th [In Russian].

Zakharova, A. & Bredikhin, A. (2010) Ryazanskiy snayper navechno ostalsya na plakate Pobedy [The Ryazan sniper stayed on the victory poster forever]. *Vesti.Ru*. April 29th [Online]. Available from: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=356363&m=2> (Accessed: 7th April 2015) [In Russian].

Senyavskaya, E.S. (2006) *Protivniki Rossii v voynakh XX veka: evolyutsiya "ob-raza vraga" v soznanii armii i obshchestva* [Opponents of Russia in the wars of the twentieth century: the evolution of the "enemy image" in the minds of the army and society]. Moscow: ROSSPEN [In Russian].

Literatura i iskusstvo. (1942) Khudozhnik-agitator [The artist-agitator]. March 28th [In Russian].

Shklyaruk, A.F. (2004) *Shest'sot plakatov* [Six hundreds posters]. Moscow: Kontakt-kul'tura [In Russian].

Chudinov, A.P. (2011) *Sovremennaya politicheskaya lingvistika* [Contemporary political linguistic]. Ekaterinburg: Urals State Pedagogical University [In Russian].

Федосов Егор Андреевич – магистрант 2-го года обучения исторического факультета Национального исследовательского Томского государственного университета.

Fedosov Egor – 2nd year Master Student, the Faculty of History, National Research Tomsk State University.

E-mail: karamba243@yandex.ru

Конев Кирилл Александрович – магистрант 2-го года обучения исторического факультета, сотрудник Научной библиотеки Национального исследовательского Томского государственного университета.

Konev Kirill – 2nd year Master Student, the Faculty of History, the Librarian of the Scientific Library, National Research Tomsk State University.

E-mail: konev-k-92@rambler.ru