

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА НОВІТНЬОЇ ІСТОРИЇ УКРАЇНИ

Освітній рівень: II (магістр)

Освітня програма: «Історія України»

Спеціальність: 032 «Історія та археологія»

**Плакатна пропаганда СРСР в роки німецько-радянської війни
(1941-1945 рр.)**

Кваліфікаційна робота студентки:

Сусленко Катерини Сергіївни

(підпис здобувача освіти)

Науковий керівник:

Кандидат історичних наук, доцент

Сморжевська Оксана Олександрівна

(підпис наукового керівника)

«Рекомендовано до захисту на ЕК»

Завідувач кафедри

Кандидат історичних наук, доцент

Пижик А.М.

(підпис завідувача кафедри)

Зміст

Анотація (укр).....	3
Summary (eng)	5
Вступ	7
Розділ 1. Стан наукової розробки теми, джерельна база та методологія дослідження	10
1.1. Стан наукової розробки теми.....	10
1.2. Джерельна база та методологія дослідження.....	15
Розділ 2. Образ радянського солдата та образ ворога в плакатній пропаганді СРСР період німецько-радянської війни.....	19
2.1. Загальна характеристика ідейного спрямування плакатів	
2.2. 1941-1945 рр.	19
2.3. Характеристика образу ворога	24
Розділ 3. Образи радянських людей (представників тилу) в плакатній пропаганді СРСР.....	30
3.1. Образ матері.....	30
3.2. Образи дівчини, дружини, дітей.....	35
3.3. Образи трудівників тилу	39
Висновки	44
Список використаних джерел та літератури.....	47
Додатки.....	53
Додаток А.....	53

Анотація

У роботі за допомогою історичного, семіотичного та семантичного аналізів досліджено радянські пропагандистські плакати 1941-1945 рр. Виокремлено основні сенси, які мають доносити зображення, проаналізовано візуальне та текстове наповнення, методи та способи впливу на населення. Визначено головні образи, які експлуатувала радянська пропаганда, класифіковано їх за критеріями статі, професійної діяльності, місця проживання героїв плакатів тощо. Велику увагу приділено дослідженню образів матері, дружини, образів робітників та робітниць, колгоспників та колгоспниць. Тема зображення радянських воїнів навмисно згадується лише поверхово, адже фокус дослідження був направлений саме на образ ворога та образи представників тилу. Було знайдено ключові тенденції та закономірності втілення образів людей на плакатах. Досліджено, що образ матері зазвичай використовували як той, що закликає до боротьби та помсти ворогам за зруйноване життя, і нерідко він тісно переплітається з образом Батьківщини. Образи дітей та дружин використовували за двома напрямками: в більш ранніх плакатах для показу важкого життя в окупації та знуцання гітлерівців (це мало пробудити ненависть до ворогів), а у плакатах від 1944 року для демонстрації щасливих облич людей, які чекають або вже дочекались своїх рідних з війни. Акцент зроблено на аналізі плакатів саме в ідеологічному дискурсі, адже так можна найточніше простежити вплив пропаганди. Аналіз візуальних джерел допоміг з'ясувати, як саме пропаганда чинила вплив через емоційно-психологічні прийоми, використовувані авторами плакатів. У досліджуваних плакатах застосовувались методи акцентування уваги, формування асоціацій за допомогою кольорів та яскравих образів, звернення до патріотичних та особистих почуттів. Детально проаналізовано текстове наповнення плакатів, основні гасла та заклики. Також була досліджена динаміка зміни наративів пропаганди відносно різних періодів війни. Так, наприклад, для плакатів 1941 року було характерним використання наративів про помсту ворогові та його знищення, плакати 1943 року зосереджувались на допомозі фронту, а плакати

1945 року були піднесено-урочистими та вже мали згадки про перемогу. Було визначено основні риси естетичного втілення принципів соціалістичного реалізму в плакатній продукції воєнного часу. З'ясовано, що образ ворога у радянській плакатній пропаганді створювався шляхом надання своєму супротивнику винятково негативних, низьких, мерзенних рис. Досить часто художники використовували інфернальні образи для змалювання ворожих солдатів та їхньої ідеології. Під час створення образу ворога радянські пропагандисти прагнули втілити риси, які викликали сильну ненависть і огиду у тих, до кого зверталася подібна пропаганда.

Summary

Using historical, semiotic and semantic analyses, the master's thesis examines Soviet propaganda posters of 1941-1945. The main meanings that should be conveyed by images are highlighted, the visual and text content, methods and ways of influencing the population are analysed. The main images exploited by Soviet propaganda were identified, and classified according to the criteria of gender, professional activity, and place of residence of the characters of the posters. Much attention is paid to the study of images of mothers, wives, images of workers and collective farmworkers. The topic of depicting Soviet soldiers is deliberately mentioned only superficially, because the focus of the study was directed specifically at representatives of the rear. The key trends and regularities of the embodiment of the images of people on the posters were found. It has been studied that the image of the mother was usually used as one that called for struggle and revenge against enemies for a ruined life, and it is often closely intertwined with the image of the Motherland. The images of children and wives were used for two purposes: in earlier posters to show the hard life in the occupation and to mock the Nazis (this was supposed to arouse fury to the enemies), and in posters from 1944 to demonstrate the happy faces of people waiting for their relatives from the war. Emphasis is placed on the analysis of posters in the ideological discourse, because this is the most accurate way to trace the influence of propaganda. The analysis of visual sources helped to find out exactly how propaganda had an impact through the emotional and psychological techniques used by the posters' authors. The researched posters used methods of emphasising attention, forming associations with the help of colours and bright images, appealing to patriotic and personal feelings. The text content of the posters, the main slogans and appeals were analysed in detail. The dynamics of change in propaganda narratives in relation to different periods of the war was also investigated. So, for example, the posters of 1941 were characterised by the use of narratives about revenge on the enemy and its destruction, the posters of 1943 focused on helping the front, and the posters of 1945 were exalted and solemn and

already had references to victory. The main features of the aesthetic embodiment of the principles of socialist realism in wartime poster production were determined. It was found that the image of the enemy in Soviet poster propaganda was created by giving the opponent exclusively negative, low, despicable features. The artists used an infernal image often to depict enemy soldiers and their ideology. While creating the image of the enemy, Soviet propagandists sought to embody features that caused strong hatred and disgust in people to whom such propaganda was addressed.

Вступ

Актуальність дослідження. Впродовж німецько-радянської війни кожна зі сторін протистояння застосовувала пропаганду та спрямовувала її в різних векторах. Одним із засобів воєнної пропаганди в Радянському Союзі стала плакатна творчість. Це було продиктовано вимогами часу, оскільки телебачення в 40-х роках ХХ століття було розвинене не у всіх країнах, а в СРСР воно ще не мало масового характеру. Тому візуальна пропаганда посіла чільне місце та перетворилась на потужний інструмент впливу й ідеологічного тиску на населення. Плакати стали найбільш доступним методом ведення пропаганди: їх можна було розмішувати у місцях великого скупчення людей, на підприємствах та фабриках, у державних установах, навчальних закладах, навіть просто на вулицях. Це робило пропаганду надзвичайно масовою, тому її сенс мав бути зрозумілим кожному пересічному громадянину. Водночас це був один із найдешевших способів впливу на громадську свідомість, емоційно-психологічний стан народу в цілому та кожного окремо взятого його представника. «Всякий, хто зриває цей плакат або заклеює його афішею, здійснює контрреволюційну справу» — така формула містила в собі чітке вираження сенсу існування плаката в системі потужного пропагандистського апарату¹.

За часи війни плакати справді стали важливою ідеологічною зброєю, яку використовував Радянський Союз у боротьбі з ворогом, вони вийшли на якісно новий ідейно-художній рівень. Воєнний час приносив нові виклики, і радянські плакатисти вдало вирішували творчі завдання, стилістично та жанрово збагачуючи цей вид графічного мистецтва.

Не дивно, що плакат мав чи не найбільшу цінність у всьому переліку радянської агітації. Основні мотиви, що втілювались у візуальній пропаганді: надмірна пафосність, «висока» ідея, ненависть до ворога, патріотизм, турбота про близьких, громадянський обов'язок. Велика частина плакатів містила

¹ Демосфенова Г. (1983). Советские плакатисты фронта. Альбом. 9.

карикатурне зображення ворога, спотворене зображення противників, дегуманізацію та наближення образів до тваринних. Розповсюдженими були і плакати, переповнені трагізмом і покликані будити у глядачів сумні переживання, пов'язані з жалем, болем, трагізмом ситуації. Саме на таких плакатах часто втілювались образи жінок, матерів, дітей. На завершальному етапі німецько-радянської війни почали з'являтися оптимістичні плакати, які акцентували увагу на перемозі, що наближається.

Загалом варто зауважити, що агітаційна пропаганда, представлена у радянських плакатах 1941-1945 рр., залежно від різних завдань, поставлених перед нею, зверталася до різних почуттів жителів СРСР: національного обов'язку, бажання захистити Батьківщину та своїх рідних, помститися за загиблих та постраждалих мирних жителів і військовополонених, прагнення розгромити ворога. З огляду на це, основні сенси та образи пропагандистських плакатів були покликані мотивувати та надихати на боротьбу, а найважливіше – будити ненависть і відразу до німецьких окупантів.

Комплексний аналіз інструментарію пропагандистів та використовуваних ними образів дозволив визначити характерні засоби, методи та прийоми радянської плакатної пропаганди періоду німецько-радянської війни, класифікувати плакати за категоріями статі, виду діяльності, сімейного стану місця проживання тощо їх героїв.

Об'єкт дослідження – плакатна пропаганда СРСР періоду німецько-радянської війни.

Предмет дослідження – основні методи впливу плакатної пропаганди СРСР періоду німецько-радянської війни на свідомість громадян.

Мета кваліфікаційної роботи – на основі аналізу використовуваних джерел (плакатів) та наявної бази наукових досліджень визначеної тематики, комплексно дослідити систему образів та виражальних засобів радянських агітаційних плакатів, віднайти ключові закономірності та репрезентативні смислові орієнтири. Прослідкувати взаємозв'язок між соціальними,

політичними процесами та змінами і їх відображенні у візуальній пропаганді за допомогою історичного та семіотичного аналізів. Також дослідити гендерний та антропологічний аспекти плакатів.

Для виконання мети були поставлені такі **завдання**:

- Проаналізувати стан наукової розробки теми, джерельну базу та методологію дослідження;
- Розглянути образ радянського солдата та образ ворога в плакатній пропаганді СРСР в окреслений період;
- Класифікувати образи радянських людей (представників тилу) в плакатній пропаганді СРСР (образ матері, дітей, дружини, дівчини, трудівників тилу).

Хронологічні межі кваліфікаційної роботи зумовлені саме періодом активних бойових дій у ході німецько-радянської війни (1941-1945 роки). Нижня межа – 1941 рік – зумовлена роком нападу нацистської Німеччини на СРСР. Верхня межа – 1945 рік – визначена роком завершення німецько-радянської війни та бойових дій на території Європи.

Територіальні межі дослідження збігаються з межами адміністративного кордону СРСР у 1941-1945 роках (включно з окупованими німецькими та іншими окупаційними військами територіями).

Розділ 1. Стан наукової розробки теми, джерельна база та методологія дослідження

1.1. Стан наукової розробки теми

Історія радянської плакатної пропаганди знайшла широке відображення у працях українських та світових істориків, культурологів, журналістів. Існує багато досліджень, присвячених вивченню образу ворога під час німецько-радянської війни. Більшість із них ґрунтується саме на дослідженні найбільш агресивної та викличної риторики прямої пропаганди, спрямованої на формування ненависті та огиди до ворога. Та варто зауважити, що вплив на свідомість людей, а тим більше під час війни, чинився не тільки за допомогою різких закликів, а й більш тонких методів: наприклад, впливу на емоційно-психологічний стан через образ матері чи дружини, а саме цей аспект візуальної пропаганди є недостатньо дослідженим. У сучасній українській історіографії недостатньо праць, які б широко та ґрунтовно проаналізували образи радянських людей на плакатах, узагальнили та виділили ключові наративи радянської пропаганди.

Ґрунтовним та надзвичайно цінним є дисертаційне дослідження українського історика О. Маєвського «Політичні плакат і карикатура як засоби ідеологічної боротьби в Україні в 1939-1945 рр.»², де він розкриває основні тенденції у вивченні питань, пов'язаних зі створенням, призначенням, функціонуванням і впливом політичного плаката і карикатури на різні категорії учасників і сучасників війни, теоретичні підходи, до трактування подій очима художників, які виконували соціальне/політичне замовлення. Також О. Маєвський є автором низки наукових статей, присвячених аналізу втілення образів у радянській плакатній продукції. Серед них: «Образ зовнішнього ворога крізь призму плакатної продукції СРСР»³, де висвітлено зображення ворога у радянському плакаті, проаналізовано становлення образу ворога та

² Маєвський О. О. Політичні плакат і карикатура, як засоби ідеологічної боротьби в Україні 1939–1945 рр. Дис. канд. іст. наук / Інститут історії України НАН України. К., 2016. 311 с.

³ Маєвський, О. (2013). Образ зовнішнього ворога крізь призму плакатної продукції СРСР. Сторінки воєнної історії України, (16), 207-217.

відстежено зміни ідеологічного навантаження плакатної продукції упродовж німецько-радянської війни; «Плакатне мистецтво в пропагандистсько-агітаційних кампаніях із залучення трудових ресурсів України»⁴, де детально розглянуто основні пропагандистські прийоми для створення необхідного емоційно-психологічного настрою реципієнта; «Національні образи в українському плакаті світової війни»⁵ - стаття (у співавторстві з І. Колядою), присвячена дослідженням українських радянських пропагандистських плакатів, що були розповсюджені на території України з 1941 по 1945 рр. Проаналізовані всі сюжети, тенденції розвитку, мотиви, що використовувались в плакатній пропаганді та ступінь дієвості цієї агітаційної продукції на українське населення.

Політичному плакатові присвячена й робота В. Шайкана «Радянський політичний плакат як засіб ідеологічної боротьби в роки Великої вітчизняної війни»⁶. У статті розкривається роль радянського політичного плаката як засобу масового впливу на населення в ідеологічній боротьбі проти гітлерівців.

Плакатну пропаганду СРСР, на превеликий жаль, не можна аналізувати без звернень до праць російських дослідників. Фундаментальні засади плакатної пропаганди знаходимо у працях Є. Федосова. «Радянський плакат періоду Великої вітчизняної війни: загальнонаціональний та регіональний аспекти»⁷ (у співавторстві з К. Коневим) - це праця, автори якої не тільки дають описову характеристику візуальній агітації періоду німецько-радянської війни, а й комплексно розглядають її як важливе художнє, ментальне й ідеологічне явище минулого. Також цей автор у статті «Діалектика сакрального в радянській візуальній пропаганді 1920-1960-х рр.»⁸, аналізуючи радянські

⁴ Маєвський, О. (2015). Плакатне мистецтво в пропагандистсько-агітаційних кампаніях із залучення трудових ресурсів України. Український історичний збірник. (18) 223-242.

⁵ Коляда, І. А., Маєвський, О. (2012). Національні образи в українському плакаті світової війни. Історія в школі. Науково-методичний журнал. Травень-червень, 1-4.

⁶ Шайкан, В. О. (2012). Радянський політичний плакат як засіб ідеологічної боротьби в роки Великої Вітчизняної війни. Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. –Вип. XXXII, 263-266.

⁷ Федосов, Е. А., Конев, К. А. (2015). Советский плакат времен Великой Отечественной войны: общенациональный и региональный аспекты. Русин. №2 (40). 189-209

⁸ Федосов, Е. А. (2018). Диалектика сакрального в советской визуальной пропаганде 1920-60-х гг. Вестник ПСТГУ. Серия 2: История. История РПЦ. (81). 91-104

плакати, виявляє категорії, образи та символи, що несуть у собі релігійний відтінок. Розкриваються теми, в яких вони залучені, специфіка застосування в різні історичні періоди.

Цікавою у ході вивчення та розробки визначеної теми пропаганди є книга Т. Ейдельман «Як працює пропаганда»⁹. На прикладах із різних країн і сторіч авторка показує, як ангажовані медіа впливають на громадську думку, як влаштовані типові пропагандистські прийоми та як слід читати новини в епоху постправди.

Жанрове різноманіття радянських плакатів у своїй роботі «Культурологічне осмислення жанрів радянських плакатів періоду вітчизняної війни»¹⁰ розглядає А. Спешилова. Вона розглядає різні жанри плакатів у роки німецько-радянської війни як соціальні твори, орієнтовані, з одного боку, на фронт, а з іншого на тил.

Фундаментальною з точки зору заглиблення в тему є праця Е. Родса «Пропаганда. Плакати, карикатури і кінофільми Другої світової війни 1939-1945»¹¹. У ній розглядаються більшість всіх видів пропаганди, яка велася в часи Другої світової війни: плакати, кінофільми, газетні шпальти з карикатурами, що створювали у населення своєї країни образ ворога, та «психологічні способи» ведення бойових дій, призначені для безпосереднього чи опосередкованого впливу на армію та громадянське населення противника.

Важливим є доробок американської дослідниці В. Боннел, яка в своїй праці «Іконографія робочого в радянському політичному мистецтві»¹² окреслила специфіку використання образу робітника, основні закономірності зображення трудящих, зокрема і на плакатах.

⁹ Эйдельман, Т. (2022). Как работает пропаганда. Litres. 206 с.

¹⁰ Спешилова, А. Ю. (2006). Культурологическое осмысление жанров советских плакатов времен Отечественной войны. Омский научный вестник, (9), 326-331.

¹¹ Родс, Э. (2008) Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939-1945 (Иллюстрированная история войн XX века). 131 с.

¹² Bonnel, V. (1997). Iconography of the worker in Soviet political art. Berkley: University of California Press. 21-63.

У роботі О. Яшана та І. Стадника «Трансформація радянської пропаганди в 1933-1941 рр.»¹³ проаналізовано діяльність радянської пропаганди з візуального втілення образу гітлерівської Німеччини в період із 1933 р. до червня 1941 р. Автори довели, що перед початком німецько-радянської війни радянська пропаганда кілька разів зазнавала кардинальних змін саме у формуванні образу зовнішнього ворога.

Українська дослідниця Д. Шалигіна також спеціалізується на дослідженні плакатної пропаганди. До прикладу, її стаття «Плакатна пропаганда в Україні в період Другої світової війни»¹⁴ присвячена дослідженням нацистських та радянських пропагандистських плакатів, що були розповсюджені на території України з 1941 по 1945 рр. Проаналізовані основні сюжети, тенденції розвитку, мотиви, що використовувались в плакатній пропаганді, ступінь дієвості цієї агітаційної продукції на українське населення. Визначено сильні і слабкі сторони в плакатній пропаганді окупаційної нацистської адміністрації та радянських пропагандистських органів і ролі пропагандистських плакатів у боротьбі за свідомість українського населення. Також дослідниця приділяє велику увагу вивченню саме жіночих образів, які застосовувались у візуальній агітації, цю тему вона розробляє у праці «Жіночі образи в радянській та німецькій плакатній пропаганді»¹⁵, порівнюючи використання образів жінок пропагандистами СРСР та Третього Райху.

Ще одна колективна праця, присвячена жінкам у війні – стаття «Радянська жінка в умовах Другої світової війни»¹⁶ (автори - С. М. Білівненко, Р. Л. Молдавський, Н. О. Соляник). Було проаналізовано роль радянського жіноцтва у військових подіях, примусових роботах, виживанні на окупованій території, роботах з відновлення країни після завершення окупації.

¹³ Яшан, О. О., & Стадник, І. Ю. (2020). Трансформація радянської пропаганди в 1933–1941 рр. Гуманітарний вісник ЧДТУ. Серія: Історичні науки, 32(16), 139-145.

¹⁴ Шалигіна, Д. (2005). Плакатна пропаганда в Україні в період Другої світової війни. Шалигіна Д. Зб. наук. праць. 115–127.

¹⁵ Шалигіна, Д. (2009). Жіночі образи в радянській та німецькій плакатній пропаганді. Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії, (12), 132-140.

¹⁶ Білівненко, С. М., Молдавський, Р. Л., Соляник, Н. О. (2012). Радянська жінка в умовах Другої світової війни. Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. (32) 256-263.

Щодо образу жінок на сторінках радянської пропаганди, досить цікавим є дослідження Т. Найденка «Жіноче питання в естетиці радянського плакату 1930-х – 1950-х рр.»¹⁷, в якому художні образи жінок, представлені на плакатах, розглядаються у двох дисонансних дискурсах: ідеологічному та повсякденному.

Робить висновок, що жіночі образи в плакатній пропаганді періоду війни стали відображенням офіційної політики тоталітарних держав Д. Позолотіна в статті «Українська жінка: образи радянської пропаганди»¹⁸.

О. Донець в дослідженні «Гендерні аспекти візуалізації жінки в українському радянському плакаті 1940–1980 рр.»¹⁹ наголошує, що соціальна роль жінки в радянському суспільстві зазначеного періоду обумовлена певними ідеологічними вимогами та що візуальне втілення образу жінки трансформується відповідно до них.

Д. С. Тюльнєв, І. М. Єсіп розглядають питання розвитку радянського сатиричного плаката в роки німецько-радянської війни у своїй праці «Радянські сатиричні плакати в роки Великої вітчизняної війни»²⁰.

Отже, тема радянської плакатної пропаганди в період німецько-радянської війни знайшла відображення в українській та закордонній історіографії, акцентуючи увагу на різноманітних аспектах цієї проблематики, але попри це на сьогодні ще немає чіткого підходу до класифікації радянських агітаційних плакатів стосовно ідейного спрямування та візуальних виражальних засобів.

¹⁷ Найденко, Т. (2020). ЖІНОЧЕ ПИТАННЯ В ЕСТЕТИЦІ РАДЯНСЬКОГО ПЛАКАТУ 1930-Х – 1950-Х РОКІВ. Молодий вчений, 11 (87), 64-67.

¹⁸ Позолотіна, Д. В. (2017). УКРАЇНСЬКА ЖІНКА: ОБРАЗИ РАДЯНСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ. ББК 63.3 (4Укр) я 431 У 45, 60-62.

¹⁹ Донець, О. М. (2017). Гендерні аспекти візуалізації жінки в українському радянському плакаті 1940–1980 рр. (на основі зібрання українського друкованого плаката ХХ ст. відділу образотворчих мистецтв Інституту книгознавства НБУВ). Рукописна та книжкова спадщина України, (21), 194 - 201

²⁰ Tiulniev, D. S. (2014). Радянські сатиричні плакати в роки Великої Вітчизняної війни. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса, 1(6), 107-110.

1.2. Джерельна база та методологія дослідження

Джерельну базу дослідження становлять чисельні радянські плакати періоду німецько-радянської війни. У ході роботи було проаналізовано такі джерела:

- Плакат М. Авакумова «По ворожій землі, вперед, до перемоги!» [Додаток А. 14];
- Плакати Ф. Антонова «Бійцю Червоної армії! Ти не даси кохану на сором та безчестя гітлерівським солдатам.» [Додаток А. 38], «Сину мій! Ти бачиш долю мою... Громи фашистів у святім бою!» [Додаток А. 62];
- Плакати Н. Ватоліної «Слава матері-героїні!» [Додаток А. 56], «Ти мужньо воював з ворогом - увійди, господарю, в новий дім!» [Додаток А. 47], «Фашизм - найлютіший ворог жінок. Всі на боротьбу з фашизмом!» [Додаток А. 8] «Чекаємо з перемогою!» [Додаток А. 54];
- Плакати Л. Голованова «Убий загарбника-ворога!» [Додаток А. 20], «Мій тато герой! А ти?» [Додаток А. 42];
- Плакати В. Дені (В. Денисова) «Безславний кінець фашистських агресорів» [Додаток А. 34], «Знищення фашистського гнізда назавжди!» [Додаток А. 35], «Навіщо свині культура та наука?» [Додаток А. 29], «Обличчя гітлеризму» [Додаток А. 37], «Так виглядає тепер німецький звір! Щоб нам дихати і жити – звіра добити!» [Додаток А. 22], «Червоної армії мітла нечисть вимела дотла!» [Додаток А. 33];
- Плакати Н. Долгорукова «Виступали – веселилися, відступали – просльозилися!» [Додаток А. 24], «Дніпро чудове за тихої погоди» [Додаток А. 27];
- Плакат Т. Єрьоміної «Зібрати урожай до єдиного зерна!» [Додаток А. 53];
- Плакат Н. Жукова «Бий насмерть!» [Додаток А. 3];

- Плакати В. Іванова «Мстися за горе народу» [Додаток А. 59], «Дні й ночі чекаємо тебе, бійцю» [Додаток А. 40], «Запам'ятай і помстися!» [Додаток А. 12], «Трактор в полі - що танк в бою!» [Додаток А. 49], «Червоній Армії-переможниці - честь і слава» [Додаток А. 41], «Відбудуємо на славу!» [Додаток А. 48];
- Плакат А. Кокорекіна «Все для перемоги! Фронту від жінок СРСР» [Додаток А. 43];
- Плакати В. Корецького «Бий так: що не снаряд – то танк!» [Додаток А. 2], «Будь героєм!» [Додаток А. 45], «Воїне Червоної армії, врятуй!» [Додаток А. 9];
- Плакати М. Корчегіна «Вперед! На остаточний розгром німецьких загарбників!» [Додаток А. 15], «Вчися бити ворога на славу!» [Додаток А. 1];
- Плакати Кукриніксів, «Б'ємось ми добре, колемо відчайдушно - онуки Суворова, діти Чапаєва» [Додаток А. 16], «Брехомет» [Додаток А. 30];
- Плакат А. Лактіонова «Фашизм - криваве чудовисько. Бий його без пощади!» [Додаток А. 36];
- Плакат Л. Лисицького «Давайте більше танків, протитанкових рушниць і зброї, літаків, гармат, мінометів, снарядів, кулеметів, гвинтівок! Все для фронту! Все для перемоги!» [Додаток А. 50];
- Плакат М. Мальцева «Червоноармієць, будь гідний богатирської слави твого народу!» [Додаток А. 18];
- Плакати Д. Моора «А ти записався в добровольці» [Додаток А. 63], «Звір поранений. Доб'ємо фашистського звіра!» [Додаток А. 23];
- Плакат М. Нестерової «Дочекались» [Додаток А. 39];
- Плакати В. Серебряного «Бий міцніше, синку!» [Додаток А. 44], «Нумо, взяли!..» [Додаток А. 55];
- Плакати В. Серова «Замінімо!» [Додаток А. 46], «Захистимо місто Леніна!» [Додаток А. 7];

- Плакат О. Сітарро «Вступайте в лави народного ополчення!» [Додаток А. 4];
- Плакат П. Соколова-Скалі «Бійцю, мстися!» [Додаток А. 58];
- Плакати І. Тоїдзе «Батьківщина-мати кличе» [Додаток А. 57], «В ім'я Батьківщини, вперед, богатири!» [Додаток А. 17], «За Батьківщину-матір» [Додаток А. 60];
- Плакат Л. Федоровича «Врятуймо радянських хлопців від німців!» [Додаток А. 10];
- Плакат Д. Циновського «Відстоїмо Москву!» [Додаток А. 6];
- Плакат М. Черемних «Гітлерівці – це... Вбивці, гвалтівники, злодії, палії, кати, мародери. Цих звірів убий!» [Додаток А. 19];
- Плакати Д. Шмарінова «Воїне, відповідай Батьківщині перемогою!» [Додаток А. 51], «На підтримку Червоної армії - могутнє народне ополчення» [Додаток А. 5], «Помстися» [Додаток А. 61], «Я чекаю тебе, воїне-визволителю!» [Додаток А. 52].

Під час аналізу джерельної бази дослідження було охоплено великий масив радянської візуальної пропаганди, яка виражалась, зокрема, і у виготовленні агітаційних плакатів у воєнний час. Було встановлено, що художники-плакатисти застосовували широкий спектр засобів та методів впливу на громадську свідомість. Також цікавою особливістю є те, що, хоч художники і твори в межах офіційного державного «канону» соціалістичного реалізму, проте роботам кожного із них були притаманні власні визначальні особливості.

Можемо констатувати, що джерельна база дослідження є з одного боку, масивною за кількістю, а з іншого – досить обмеженою, через домінування одного виду джерела – агітаційного плаката. Проте це не впливає на рівень занурення в тему, оскільки саме глибокий та системний аналіз кожного окремого плаката як художнього, суспільного та політичного явища, дозволяє якнайточніше виділити провідні образи, ідеї та смисли, використувані радянською пропагандою.

Методологія дослідження. Методологічною основою дослідження стали принципи науковості, історизму та об'єктивності. Відповідно до мети і завдань застосовувались такі наукові методи: історичний, аналітичний та проблемно-хронологічний. До роботи було залучено 64 радянські плакати 1941-1945 рр. Їх було класифіковано стосовно низки критеріїв: ідейно-ідеологічне спрямування, вид заклику, висловленого на плакаті, тип провідного образу, час створення, основні методи впливу на глядача тощо.

Аналіз статей, наукових публікацій, дисертацій та монографій дозволив більш широко висвітлити процес формування пропагандистських наративів, що застосовувалися в період німецько-радянської війни та прослідкувати їх зміну під впливом різних подій впродовж воєнного часу. Ці аспекти висвітлені у розділі 1. Порівняльний аналіз застосовувався щодо образів та змістів найвідоміших радянських агітаційних плакатів, про що йдеться у 2 розділі роботи. У 3 розділі дослідження увагу зосереджено на втіленні образів представників тилу в радянській плакатній пропаганді, основний фокус зміщено на жіночі образи.

Загалом були використані теоретичні наукові методи дослідження, що базувалися на дедукції, індукції, узагальненнях, аналогії та системно-структурному підході. Таким чином, наявний стан наукової розробки теми, джерельна база та використані наукові методи дозволяють досягнути мети дослідження та виконати поставлені завдання.

Розділ 2. Образ радянського солдата та образ ворога в плакатній продукції СРСР

2.1. Загальна характеристика ідейного спрямування плакатів 1941-1945 рр.

Плакати, які поширювалися під час Німецько-радянської війни, мали чіткі функції. Найголовніші з них - впливати на емоційний стан громадян, надихати, мотивувати, підіймати на боротьбу проти ворога, будити ненависть та відразу до німців. Задля легшого розуміння проблеми, загального охоплення матеріалу та систематизації всього масиву інформації, доречним буде класифікувати радянську плакатну продукцію періоду німецько-радянської війни за певними категоріями:

№ категорії	Мета/вид заклику	Назва плаката
1	заклик до нещадної боротьби з ворогом	«Вчися бити ворога на славу!»
		«Бий так: що не снаряд – то танк!»
		«Бий насмерть!»
2	заклик вступати до лав народного ополчення	«Вступайте в лави народного ополчення!»
		«На підтримку Червоної армії - могутнє народне ополчення»
3	заклик до захисту найважливіших міст	«Відстоїмо Москву!»
		«Захистимо місто Леніна!»
4	заклик до відплати	«За муки, за рани я помщуся німцям!»

		«Запам'ятай і помстися!»
		«Убий дітовбивць!»
5	призначені надихнути воїнів Червоної Армії довести війну до переможного кінця	«По ворожій землі, вперед, до перемоги!»
		«Вперед! На остаточний розгром німецьких загарбників!»
6	за допомогою авторитетів історичних особистостей призначені надихнути радянських солдатів вести боротьбу проти ворога	«Б'ємось ми добре, колемо відчайдушно - онуки Суворова, діти Чапаєва»
7	через звернення до билинних сюжетів призначені посилити бажання солдатів боротися за перемогу	«В ім'я Батьківщини, вперед, багатирі!»
		«Червоноармієць, будь гідний богатирської слави твого народу!»

Проаналізуємо **плакати першої категорії**. Загалом вони спрямовані на підтримку бойового духу радянських солдатів під час бою: «Вчись бити ворога на славу!» [Додаток А. 1], «Бий так: що не снаряд – то танк!» [Додаток А. 2] тощо. Але найцікавішим, з точки зору художнього оформлення, є твір «Бий насмерть!» [Додаток А. 3]. У ньому на передньому плані праворуч від радянського солдата-кулеметника художником розміщено плакат «Воїн Червоної Армії, врятуй!» [Додаток А. 9]. Цей плакат закликав воїнів Червоної армії рятувати мирних жителів від німецьких солдатів та офіцерів. В основі його сюжету лежить зображення жінки, що захищає свою дитину. На дитину спрямований закривавлений німецький штик-ніж. Особливий емоційний ефект

від цієї картини створювало використання у ній лише трьох кольорів – білого, чорного і червоного, причому червоний колір позначав лише кров на німецькому штику і спонукальний напис плаката. Таким чином, доповнений вищезгаданим твором плакат «Бий на смерть!» посилював бажання солдатів Червоної Армії боротися з німцями та їх союзниками з метою захистити мирних громадян. Плакати «Бий так: що не снаряд – то танк!», «Вчися бити ворога на славу!» і їм подібні мали на меті підняття бойового духу радянських солдатів, спонукання їх до підвищення власної майстерності у війні з гітлерівцями.

Розглянемо тепер **плакати другої категорії**. На плакаті «Вступайте до лав народного ополчення!» [Додаток А. 4] зображено трьох новобранців армії: середнього, молодого та старшого віку відповідно – це мало стати символом єдності поколінь у боротьбі з ворогом. Розташований на передньому плані солдат народного ополчення тримає у правій руці гвинтівку як заклик до боротьби з ворогом. Функція цього плаката полягала у тому, щоб закликати якнайбільше цивільних осіб, здатних тримати зброю, вступити до лав ополчення. Ці новобранці мали стати підкріпленням для частин регулярної Червоної Армії, що стримували наступ ворога на Московському напрямку. Наступним плакатом, який можна розглянути, є зображення «На підтримку Червоної армії - могутнє народне ополчення» [Додаток А. 5]. На плакаті зображений загін народного ополчення. За допомогою гри з перспективою виникає ілюзія, що кількість воїнів дуже велика, і це створює ефект масовості. Крім того, на передньому плані зображено суворого чоловіка старшого віку - апеляція до традиційних цінностей - поваги до старших та дисципліни. Так само як і на інших подібних плакатах, зброя у руках ополченців, що стоять на передньому плані, символізує рішучість боротися із противником.

Розглянемо **плакати третьої категорії**. На плакаті «Відстоїмо Москву!» [Додаток А. 6], зображено радянського солдата, що стоїть на тлі Кремля. У руці він стискає гвинтівку як символ опору ворогові. Усім своїм виглядом цей воїн показує, що він готовий битися з ворожими військами і закликає до цього

інших. У небі над солдатом летять радянські винищувачі, що кинулися на бій із військами противника. Це посилює вже згаданий у попередньому абзаці ефект масовості опору. Цей плакат містив у собі не лише заклик захищати столицю СРСР від військ противника, що наступає, але й підтримував упевненість радянських людей у тому, що ворога обов'язково буде відкинуто від Москви - міста, що постійно піддавалося сакралізації. Плакат «Захистимо місто Леніна!» [Додаток А. 7], закликав ленінградців, а також бійців Червоної Армії та Балтійського Флоту об'єднати свої зусилля та направити їх на захист Ленінграда як «колиски пролетарської революції». Вищенаведений висновок можна зробити, оскільки на самому плакаті на тлі головних пам'яток міста зображено в єдиному строю велику кількість людей, які добровільно готові захищати Ленінград. На передньому плані ми бачимо радянського піхотинця, морського піхотинця, заводського робітника, а також жінку-робітницю.

Плакати четвертої категорії також були спрямовані на підтримку бойового духу солдатів, однак, на відміну від попередньої категорії, не шляхом заклику до порятунку мирних жителів, а через заклик до помсти за їхні смерті, а також за радянських військовополонених. Так плакат «Убий дітовбивць!» [Додаток А. 13] закликав червоноармійців помститися за загиблих дітей; плакат «Запам'ятай і помстися!» [Додаток А. 12] – за закатованих військовополонених, на прикладі зображеного на ньому червонофлотця з корабля «Мінськ».

Плакати п'ятої категорії: «По ворожій землі, вперед, до перемоги!» [Додаток А. 14] і «Вперед! На остаточний розгром німецьких загарбників!» [Додаток А. 15], створені у 1944 та 1945 рр. відповідно, були направлені на підняття та зміцнення бойового духу червоноармійців для остаточного розгрому ворога. Плакати мали складати враження, що перемога вже не за горами, вона невідворотно настане.

Плакати шостої категорії, такі як «Б'ємось ми добре, колемо відчайдушно – онуки Суворова, діти Чапаєва» [Додаток А. 16] були спрямовані на те, щоб на прикладі історичних особистостей, які героїчно проявили себе як

військові (ну або героями їх зробила радянська пропаганда), надихнути радянських солдатів на боротьбу з ворогом. На радянських солдатів, основою світогляду яких було правило «людина - лише гвинтик у системі», претензія на родинні зв'язки (хоч і фігуральні) з видатними військовими діячами діяла як дурман і спонукала невпинно йти вперед.

Плакати сьомої категорії, такі як: «В ім'я Батьківщини, вперед, багатирі!» [Додаток А. 17], «Червоноармієць, будь гідний Богатирської слави твого народу!» [Додаток А. 18] цікаві тим, що у них радянська пропаганда зверталася до слов'янської національної самосвідомості, ідеї «триєдиного» народу (українці, білоруси, росіяни), вдаючись до билинних сюжетів. Це відбувалося частково всупереч тому, що радянська влада з моменту свого воцаріння, щодо національних питань провадила політику інтернаціоналізації національної ідентичності радянських людей.

2.2. Характеристика образу ворога

Передусім слід зазначити, що плакати СРСР періоду Німецько-радянської війни, що містять образ ворога, можна назвати здебільшого карикатурними. Задля того, щоб принизити ворога, демонізувати та маргіналізувати його, художниками було використано різні візуальні прийоми. Щоб виокремити цілі, на виконання яких був спрямований той чи інший плакат, скористаємося методом, що вже був використаний в ході написання роботи, а саме систематизацією наявних даних у таблицю.

№ категорії	Мета/вид заклику	Назва плаката
1	заклики до вбивств німецьких загарбників задля помсти за вже мертвих співвітчизників	<p data-bbox="1010 1249 1524 1417">«Гітлерівці – це... Вбивці, гвалтівники, злодії, палії, кати, мародери. Цих звірів убий!»</p> <p data-bbox="1010 1541 1460 1574">«Убий загарбника-ворога!»</p> <p data-bbox="1010 1697 1268 1731">«Кат культури»</p>
2	стимулювання бажання вести війну до переможного кінця	«Так виглядає тепер німецький звір! Щоб нам дихати і жити – звіра добити!»

		«Звір поранений. Доб'ємо фашистського звіра!»
3	висміювання німців і переконавання радянського народу в неминучій перемозі над загарбниками	«Виступали – веселилися, відступали – просльозилися!»
		«З прийдешнім!»
		«Що посіяв, те й пожнеш! Від суду не втечеш!»
		«Дніпро чудове за тихої погоди»
4	висміювання німецьких солдатів і офіцерів, що підсилювало бажання радянських людей вести боротьбу з ними	«Фашнелюди в Сорочинцях»
		«Навіщо свині культура та наука?»
5	висміювання нацистських лідерів	«Брехомет»,
		«Моя боротьба...»
		«Берлінська розбійницька згряя»
6	показ піднесеного настрою внаслідок перемоги та «розчавленого ворога»	«Червоної армії мітла нечисть вимела дотла!»
		«Безславний кінець фашистських агресорів»

		«Знищення фашистського гнізда назавжди!»
7	показ карикатурного образу самого фашизму	«Фашизм - криваве чудовисько. Бий його без пощади!»
		«Обличчя гітлеризму»

Плакати, що закликали до **помсти гітлерівцям** були спрямовані на те, щоб показати радянським людям, та насамперед солдатам, що гітлерівці не мають нічого, що робить їх людьми. Так плакат «Убий загарбника-ворога!» [Додаток А. 20] супроводжується віршами: «За честь дружини, життя дітей, щастя батьківщини своєї, за наші ниви та луки – убий загарбника-ворога!» Він закликав радянських солдатів і партизанів знищувати гітлерівських солдатів та офіцерів, оскільки вони не несли народам СРСР нічого, окрім смерті, руйнування та рабства. На ньому зображений солдат СС, який ігнорує вбиту ним слов'янську жінку. На задньому плані зображено зруйноване радянське місто та шибениці з трупами. У своїй волохатій руці есесівець стискає автомат, з дула кого йде дим після розстрілу жінки. Волохата рука ворожого солдата посилює емоційний ефект, за яким, він – не простий супротивник, а представник низовинної «культури», варвар, звір, що прийшов на радянську землю для того, щоб убивати та руйнувати. Аналогічний посил несе у собі плакат «Убий дітовбивць!» [Додаток А. 13], про який ми вже згадували раніше, однак у ньому образ ворога ще більш непривабливий. Німецького солдата зображено з мавпоподібними рисами обличчя - це доносить до нас образ вандала, що носить каску солдата Вермахта і нелюда, який стоїть на трупах жінок, дітей і людей похилого віку. Крім цього, дуже показовим є плакат «Кат культури» [Додаток А. 21], що демонізує ворога з метою заклику знищити його

для порятунку своєї країни. На цьому плакаті зображено німецького солдата із грубими, загалом тваринними рисами обличчя. У нього в руках дубина з вмонтованою міною, за ременем закривавлений ніж, пляшка шнапсу, портфель з написом «Отрута», а також листок паперу з написом «Винищення слов'ян». Листок паперу з таким написом, що запланий за ремінь – дуже поширений приклад із радянської плакатної пропаганди. Зміст цього плаката, як і багатьох інших йому подібних, у тому, що нацистська Німеччина є носієм варварства, насильства та руйнування. Радянські люди, за закликом автора плаката, будучи представниками та захисниками високої культури, повинні зробити все, щоб розгромити Третій Рейх.

Серед плакатів, що посилюють **бажання червоноармійців воювати з нацистською Німеччиною до переможного кінця**, на плакаті «Так виглядає тепер німецький звір! Щоб нам дихати і жити - звіра добити!» [Додаток А. 22], намальованому в 1943 р., у гротескній формі зображена нацистська Німеччина у вигляді Гітлера, оброслого чорною шерстю, без однієї ноги, в руках якого зламаный чорний прапор із написом «Тотальна мобілізація». За допомогою цього прийому автор хотів донести, що через низку великих поразок у нацистській Німеччині настали важкі часи, внаслідок чого її влада змушена проводити тотальну мобілізацію населення. У «німецького звіра» за ременем так само як на плакаті «Кат культури» поміщений листок паперу з написом «Винищення слов'ян!», а також через плече перекинутий автомат. Позаду Гітлера зображений розбитий барабан з написом «Блискавична війна», що символізує провал нацистської тактики блицкригу наприкінці 1941 р. За допомогою всіх проаналізованих образів автор хотів донести, що попри поразки, «німецький звір» ще не втратив своєї лютості, проте тепер (1943 р.) він не такий сильний, як раніше. Тому радянським людям треба зібрати всі сили і остаточно розгромити його. Плакат «Звір поранений. Доб'ємо фашистського звіра!» [Додаток А. 23] був спрямований на те, щоб посилити бажання радянських солдатів нещадно вести війну з німцями. Всі гітлерівські солдати на

плакаті зображені з дуже злісними виразами облич, щоб посилити ненависть і ворожість до них.

Плакати наступної групи мали зображати образи, що **висміювали німців і переконували радянських людей в неминучій перемозі над Третім Рейхом**. Деякі з них були присвячені перемогам Червоної Армії: «Виступали – веселилися, відступали – просльозилися!» 1942 р. [Додаток А. 24], «Дніпро чудове за тихої погоди» [Додаток А. 27]. Тут висміювалися німецькі солдати та офіцери, які раніше вважалися непереможними. Інші плакати розглянутої категорії були присвячені тому, що неминуче повинно було відбутися у майбутньому, заповітній меті радянських людей – перемозі над фашизмом: «Що посіяв, те й пожнеш! Від суду не втечеш!», «З прийдешнім!». В цих плакатах образ фашистського ворога було втілено в образі самого Гітлера.

Плакати наступної категорії, як було зазначено вище, були **спрямовані на висміювання німецьких солдатів та офіцерів і підсилювали ненависть й зневагу радянських людей до них**: «Фашнелюди в Сорочинцях» [Додаток А. 28], «Навіщо свині культура та наука?» [Додаток А. 29]. На першому з них намальовані німецькі солдати у вигляді людиноподібних свиней, які громлять музей письменника М. В. Гоголя у селі Великі Сорочинці. Дубина, яку тримає нацистський солдат, розташований на передньому плані, символізує знищення нацистами творів культури, їхнє варварство. Аналогічний посил містить карикатурний плакат «Навіщо свиням культура та наука?». У гротескному образі, зображеному у ньому також як свині, вгадується образ Гітлера.

Плакати як «Брехомет» [Додаток А. 30], «Моя боротьба...» [Додаток А. 31], «Берлінська розбійницька зграя» [Додаток А. 32] були спрямовані на **висміювання лідерів Третього Рейху**. Наприклад, плакат «Моя боротьба...» є карикатурою на Гітлера, де його зображено як побитого боксера на рингу. Кожна його рана означає поразки на фронті. Бинти на ранах підписані: «Під Сталінградом», «На Центральному напрямку», «У Північній Африці». Сама

назва карикатури, що збігається з назвою книги Гітлера, також посилює сатиричний ефект.

Далі розглянемо плакати, що відображали та посилювали **радість радянських людей з приводу здобутих перемог, а також у карикатурній формі змальовували повалених ворогів**. На плакатах «Червоної армії мітла нечисть вимела дотла!» [Додаток А. 33], «Безславний кінець фашистських агресорів» [Додаток А. 34], «Знищення фашистського гнізда назавжди!» [Додаток А. 35], з одного боку зображено славного та благородного радянського воїна, який своїми діями героїчно зупиняє та знищує загарбників, а з іншого боку - німецьку «нечисть», з якою він безжально розправляється. На плакаті «Безславний кінець фашистських агресорів» у карикатурній формі зображено дійсно безславну долю трьох очільників держав-агресорів: Адольфа Гітлера, Беніто Муссоліні та імператора Хірохіто.

Плакати останньої категорії «Фашизм – криваве чудовисько. Бий його без пощади!» [Додаток А. 36], «Обличчя гітлеризму» [Додаток А. 37] у гротескній формі **передають символ самого фашизму, гітлеризму**. На першому із зазначених плакатів фашизм зображено як людиноподібне чудовисько, що нагадує німецького солдата з рогами на голові і іклами, що стирчать із рота. На плакаті «Обличчя гітлеризму» зображено нациста, одягненого у мундир, схожий на шерсть. За ременем у нього є сокира, за спиною шибениця. Він топче своїми чоботями папери, на яких написано: «Совість», «Честь», «Мораль», «Міжнародне право». За допомогою таких непривабливих образів, радянська плакатна пропаганда показувала фашизм як антилюдську, реакційну, ворожу для цивілізації та культури ідеологію.

Таким чином, образ ворога у радянській плакатній пропаганді створювався шляхом надання своєму супротивнику винятково негативних, низьких, мерзенних рис, досить часто надаючи інфернальної подоби і ворожим солдатам й офіцерам, і їхній ідеології - фашизму/нацизму.

Розділ 3. Образи радянських людей (представників тилу) у плакатній пропаганді СРСР

3.1. Образ матері

За допомогою зображення пересічних людей на плакатах, радянські пропагандисти намагались достукатись до почуттів, впливати на ірраціональне, адже ледь не кожен радянський громадянин бачив в цих плакатах себе, асоціював зображених героїв з власним життям. Важливо було втілювати у візуальній пропаганді не тільки образи героїчних воїнів-захисників, а й показувати важливість тилу, мотивуючи людей на допомогу країні у будь-який спосіб. Тож, аналізуючи плакати 1941-1945 рр. ми можемо з'ясувати, які ж нарративи просувала радянська пропаганда, які завдання вона перед собою ставила та чи вдалося їх реалізувати.

Досліджувані плакати створювались у буремні часи Другої світової війни. Вони слугують візуальною репрезентацією суспільних та політичних тенденцій періоду 1941-1945 років, саме тому основний аспект аналізу цих візуальних матеріалів - ідеологічний. Варто брати до уваги те, у який період війни було створено той чи той плакат, адже це прямо корелює із його смислами та ідейною спрямованістю.

У перші роки німецько-радянської війни художники-плакатисти дуже часто використовували образ матері, яка закликає до помсти ворогам та боротьби із загарбниками. «Жінкам на таких плакатах були притаманні чоловічі риси, вони закликали своїх синів і всіх чоловіків захищати країну. Також, материнство було представлено як машина для створення нових воїнів. На інших плакатах матір, навпаки, була ніби позбавлена фізичної сили, але зі всією

силою духу, ненависті чи відчаю закликала воїнів відплатити за її безпомічність. Це плакати помсти», зазначає О. Мариненко ²¹.

Нерідко цей образ був трансформований в матір-Батьківщину, який мав нагадувати людям, що Батьківщина - це їхня спільна мати. Саме таким чином пропагандисти намагались йти від індивідуального до загального та підтримувати ідею «гвинтиків в системі»: образ матері тепер трактували як поняття країни. Мовляв, забудьте, що у кожного з вас є власна матір, тепер всі мають стати на захист спільної - Радянського Союзу. До речі, образ Батьківщини-матері бере свій початок ще в роки Першої світової та Громадянської війн в Росії, і є видозміненим нарративом про «Росію-матушку», який широко використовували в ті часи.

Напевно, найяскравішою ілюстрацією використання такого образу є відомий плакат «Батьківщина-мати кличе» [Додаток А. 57], створений ще у перші дні війни (кінець червня 1941 р.). Головним завданням художника І. Тоїдзе було створення узагальненого образу жінки-матері, в якій кожен солдат міг би побачити свою маму. Так, на плакаті зображена жінка середнього віку, яка тримає у руках військову присягу, а за її спиною видно десятки солдатських багнетів. У такий спосіб створюється враження, що ніби вона сама веде воїнів у бій, а задля посилення цього ефекту рука жінки заклично піднята догори. Вираз обличчя цієї «матері» суворий, проте на ньому неможливо побачити навіть тінь страху, а волосся та хустка, що розвиваються на вітрі, додають певного тривожного настрою. Всі візуальні особливості чітко висвітлюють основну ідею плаката: Батьківщина-мати кличе своїх синів виконати обов'язок - захистити рідну землю.

Якщо переходити до «класичного» зображення жінки-матері, то велику популярність отримав плакат В. Корецького «Воїне Червоної армії, врятуй!» [Додаток А. 9] (1942 р.). Жінка тримає на руках хлопчика, який припадає до неї. В очах дитини відобразився страх перед ворогом, мати ж навпаки дивиться на

²¹ Мариненко, Е. С. (2021). Образ материнства в советском плакате. ИНИТА: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК (23–24 апреля 2021 г.), 312.

уявного загарбника з ненавистю й люттям. З лівого кута плаката на його героїв направлений закривавлений багнет зі свастикою. Плакат виконаний за допомогою технологій фотомонтажу, що дозволило зробити його дуже реалістичним, використати не вигадані образи, а зображення «живих» людей. Фігури матері та сина наведені у погрудному зображенні, вони ніби випливають з темряви, а на задньому плані вгадується світло згарища. Кольорове рішення плаката досить стримане, монохромне, але яскравими червоними елементами (кров на багнеті та напис «Воїне Червоної армії, врятуй!») автор робить акцент на головному меседжі - цей плакат мав стати символом та клятвою, будити у серцях бійців гаряче прагнення розгромити ворога, врятувати дружин і дітей від мук і страждань.

Художник П. Соколов-Скаля на своєму плакаті «Бійцю, мсти!» [Додаток А. 58] (1941 р.) закликає солдатів звільнити Батьківщину від «фашистського» гніту та помститися за страждання радянських людей. Плакат зображує жінку, яка тримає на руках закривавлену мертву дитину. На шиї самої жінки висить табличка, вказуючи на те, що її скоро теж буде страчено. В її очах шок і біль, але в самий час вони повні якоїсь рішучості, вона ніби звертається до радянського солдата з проханням помститися за вбиту дитину та зруйноване життя.

За смисловим наповненням перегукується з попередніми плакат В. Іванова «Мстися за горе народу!» [Додаток А. 59]. Знову ж, для посиленого драматизму використано образ матері, проте текстовий заклик на плакаті є більш узагальненим: мститися варто тепер не тільки за горе власної сім'ї, а й за всі втрати, яких зазнав радянський народ. Та водночас плакат демонструє нам жінку, що уособлює образ матері кожного солдата. Вона підняла руку та стиснула її в кулак, цим самим показуючи свою віру в радянську армію та заклик до дій, а її очі повні не смутку, а надії.

Плакат «За Батьківщину-матір!» [Додаток А. 60] був створений художником І. Тоїдзе для підняття бойового духу радянських громадян у боротьбі з ворогом. Цікавим є поєднання на ньому радянських воїнів на

передньому плані та жінки з дитиною на руках на задньому. Мати та дитина загорнуті в радянський криваво-червоний прапор. Усі герої плаката рішуче та виключно дивляться вперед, і цим автор натякає нам, що вони чітко бачать світле майбутнє країни.

Радянський агітаційний плакат 1942 року «Помстися!» [Додаток А. 61], художника Д. Шмарінова порушує тему страждань радянських громадян на окупованих територіях. На цьому плакаті майже в повний зріст зображена жінка, на обличчі якої читається тяжке та мовчазне горе. Позаду неї вогні та дим попелища, на яке перетворилось її життя. Вона ніби застигла у часі, а на руках тримає мертву дитину. Напис на плакаті короткий, але промовистий: «Помстися!». Це слово мало підіймати хвилю обурення та жагу до помсти німецьким загарбникам. Варто відзначити, що жінка-мати одягнена у вишиту сорочку, а це пряме звернення ще й до національних почуттів. «Завдяки зверненню до національних образів, героїчного минулого, фольклорного та художнього надбання, етнічної семантики, плакат знайшов відгук серед широких верств населення і став потужним важелем ідеологічного впливу радянської пропаганди на масову суспільну свідомість»²². Ключовою рисою радянських агітаційних плакатів 1942 року стало масове використання художниками наочної агітації, пов'язаної зі стражданням та горем дітей і жінок-матерів, а це мало мотивувати чоловіків-воїнів помститися ворогові за їхнє горе та нещастя, смерті невинних дітей та мирних жителів.

Далі у контексті образу матері розглянемо плакат «Сину мій! Ти бачиш долю мою... Громи фашистів у святім бою!» [Додаток А. 62], створений у 1942 році Ф. Антоновим. На ньому зображена стражденна жінка-мати вже досить похилого віку. Її хату спалили німці, а всім своїм виглядом вона ніби кричить до радянського солдата, по-материнськи звертаючись: «Сину мій!» Плакат виконаний у стилі соціалістичного реалізму, проте автор використовує не зовсім «типові» для цього стилю кольори: темні та похмурі. Це зроблено

²² Коляда, І. А., Маєвський, О. (2012). Національні образи в українському плакаті світової війни. Історія в школі. Науково-методичний журнал. Травень-червень, 1-4.

навмисно, аби занурити в страшну й тривожну атмосферу. Та найцікавішим на цьому плакаті, безумовно є сам напис, розташований внизу. Адже з погляду низки сучасних філософів, радянська ідеологія, попри матеріалізм і атеїзм марксистської доктрини, мала помітні духовні та релігійні риси. Героїчний опір та страждання радянського народу в роки Німецько-радянської війни актуалізували у візуальній пропаганді духовно глибоке поняття «святості». Не дарма бій на цьому плакаті називають «святим», оскільки ще задовго до війни радянською пропагандою було закладено тенденцію формувати ореол священності військової служби на користь захисту Батьківщини²³.

Наприкінці війни, коли Червона армія стрімко звільняла територію Радянського Союзу від нацистів, почали з'являтися плакати з жіночими образами, що акцентували увагу на жіночих подвигах впродовж війни. Яскравою ілюстрацією такого наративу є плакат «Слава матері-героїні» [Додаток А. 56]. На ньому зображено жінку, яка тримає на руках немовля і оточена великою кількістю інших дітей. Вона впевнено стоїть на землі, її погляд повен рішучості та впевненості у майбутньому. Було сформовано образ сильної, непохитної жінки, яка попри всі труднощі гідно виконує свої материнські обов'язки, а крім цього проявляє милосердя та співчуття до інших. Справді, у важкі воєнні часи багато жінок були змушені стати «названими» матерями для інших дітей, життя батьків яких забрала війна. І саме у 1944 році утверджується звання «матері-героїні» - багатодітної жінки.

Така широка та повсюдна експлуатація материнських образів є цілком виправданою, адже середній вік солдатів, мобілізованих до лав Червоної армії, не перевищував 25 років. У цьому віці в більшості молодих хлопців ще є теплі почуття до матері, не всі пройшли етап сепарації від батьків. Саме тому часто образ матері поєднувався з образом Батьківщини, явні кордони між цими поняттями навмисно розмивалися.

²³ Федосов, Е. А. (2018). Диалектика сакрального в советской визуальной пропаганде 1920-60-х гг. Вестник ПСТГУ. Серия 2: История. История РПЦ. (81). 91-104

3.2. Образи дівчини, дружини, дітей

Наступним розглянемо використання образу дівчини, дружини, сім'ї та дітей солдата, який пішов на фронт. Плакат «Будь героєм!» [Додаток А. 45] (1941 р.) ніби заморожує в часі момент прощання дівчини зі своїм коханим, що йде воювати. Якщо уважніше придивитися до облич героїв, то можна помітити, що вони анітрошки не засмучені, щоками дівчини не течуть сльози, а хлопець з надією вдивляється в далечінь. Напис «Будь героєм!» також має відволікати від надмірної сентиментальності та запевняти у тому, що кожен солдат має гідно виконати свій обов'язок перед Батьківщиною.

Як свідчать факти, Друга світова війна була однією з найжорстокіших в історії людства за проявами організованого насильства в різних формах. Одним з проявів жорстокості, методів нелюдського знущання було зґвалтування, яке застосовувалося переважно до жінок, що сучасні науковці кваліфікують як дискримінацію за статевою ознакою в умовах беззахисності перед насильником. Зґвалтування під час збройних конфліктів завжди мало військово-психологічне значення як засіб залякування і деморалізації супротивника. У той же час, насильство над жінками набувало ознак маніфестації сексистського та расистського синдромів, що набирало особливої сили в масштабних стресових ситуаціях²⁴.

Досить цікавим з точки зору витонченості пропагандистських меседжів є плакат «Бійцю Червоної армії! Ти не даси кохану на сором та безчестя гітлерівським солдатам» [Додаток А. 38]. На ньому зображено молоду дівчину зі зв'язаними руками та закривавленим порваним одягом. Але знову ж, вже в

²⁴ Сердюк, О. В. (2020) Сексуальне насильство під час Другої світової війни в сучасному морально-правовому вимірі. Суперечності взаємодії моралі і права в сучасному суспільстві. мат. міжн. наук.-практ. Конф. (Харків, 22 травня 2020 року). Харків. 266-269.

котрому плакаті найяскравішою виражальною деталлю є саме погляд його героя чи героїні. Дівчина не боїться, вона твердо і рішуче налаштована зберегти свою честь та гідність навіть перед найстрашнішим ворогом. Та водночас у такій візуалізації можемо чітко прослідкувати натяк на те, що гітлерівці будуть намагатися збезчестити кожную дівчину, що потрапить в їхні руки. А солдати радянської армії мають цього не допустити, всіма можливими способами протистояти нацистам. Бути згвалтованою - тяжка психологічна та фізична травма, яка точно залишить слід на все подальше життя. Звісно, кожен люблячий хлопець чи чоловік мусить захистити свою кохану від такої страшної долі.

Під час аналізу радянського воєнного плаката вдалося виокремити образ дитини як метод потужного впливу на свідомість громадян. Зазвичай дитячі образи використовували для посилення емоційного ефекту від плаката, адже страждання дітей під час війни - це тема, що буде актуальною та животрепетною в усі часи. Як зазначає Н. Нечаєва, «присутність дитини дає змогу актуалізувати не лише конкретно предметний аспект соціальних взаємин, а й уводити в семантику плаката міфологічні, сакральні конотації, пов'язані із розумінням дитини як символу життя, майбутнього, продовження роду»²⁵. Так, У 1943 році на вулицях Радянського Союзу з'явився плакат Л. Голованова «Мій тато герой! А ти?» [Додаток А. 42], на якому зображена дівчинка, що тримає у руках портрет свого тата. Дівчинка дивиться усміхненим поглядом та ніби звертається до кожного, хто бачить це плакат, вказуючи пальцем. Цікавою є алюзія, використана під час розробки цього плаката, на інший плакат періоду громадянської війни в Росії «А ти записався в добровольці!?» [Додаток А. 63]. На ньому в більш агресивній формі просувається той самий наратив - заклик вступати до лав Червоної армії. Тому можемо зробити висновок, що радянська пропаганда застосовувала різні підходи та засоби візуального вираження, щоб впливати на різні верстви населення. Проте також варто врахувати час

²⁵ Нечаєва, Н. В. (2015). Образ дитини в соціальному плакаті ХХ ст. Наукові записки Інституту журналістики, (58), 68-73.

створення плакатів, оскільки плакат «А ти записався в добровольці!?» з'явився на самому початку війни, коли рівень напруги у суспільстві досягав свого апогею, натомість плакат «Мій тато герой! А ти?» датується 1943 роком - роком активного звільнення території СРСР від нацистів.

Наступне візуальне джерело, яке використовує образ дитини - це плакат «Дні й ночі чекаємо тебе, бійцю» [Додаток А. 40], художника В. Іванова. Центральний образ плаката - полонена радянська дівчинка, що виглядає з-за ґрат та тримається за них. Її очі повні сліз, а на задньому плані видніються силуети інших радянських військовополонених. Чітка та цілеспрямована маніпуляція образом дитини підкреслюється ще й промовистим написом «Дні й ночі чекаємо тебе, бійцю», який втілює весь трагізм перебування у німецькому полоні. Знову ж, «дитина виступає елементом семантичного коду, присутність якого повинна посилити сугестивний вплив на об'єкт пропагандистської дії».

У 1945 році, почали з'являтися плакати, присвячені поверненню солдатів додому та довгоочікуваній зустрічі з рідними. Так, за допомогою плаката «Дочекались» [Додаток А. 39] художники втілювали образ люблячої родини. На ньому зображені дружина, діти та батько воїна, які нарешті дочекались його із фронту. Дуже подібним також є плакат «Ти мужньо воював з ворогом - увійди, господарю, в новий дім!» [Додаток А. 47] - знову ті ж самі образи - дружина, радісні діти. Та тут додається й новий наратив - солдат має увійти в новий дім, який в метафоричному сприйнятті означає «нову», звільнену від загарбників землю, на якій має запанувати мир та злагода; увага має акцентуватися на тому, що солдат своїм подвигом забезпечив спокійне та мирне життя своїй родині, та й усьому радянському народові в цілому.

Очевидно, що плакати завершального періоду війни вирізняються своєю піднесеністю настрою та оптимізмом. Прикладом втілення цих рис є плакат «Чекаємо з перемогою!» [Додаток А. 54], який демонструє усміхнену жінку поруч із дитиною. Їхні очі світяться від щастя й надії, маленький хлопчик тримає в руках букет квітів, щоб гідно зустріти воїнів-переможців. Виразною є

й кольорова гамма плаката - на ній явно переважає червоний колір - колір «переможної» Червоної армії.

Отож, використання образів дівчини, дружини, сім'ї та дітей було мало впливати на емоційно-психологічний стан військових і, опосередковано, цивільних людей. Наратив про те, що німці не гребують нічим та посягають на найсвятіше був широко використовуваним та надовго закарбувався в пам'яті кожного радянського громадянина. Проте в таких плакатах здебільшого використовували не образи варварів-гітлерівців, а такі «рідні» й «близькі» кожному образи найдорожчих людей. Із цього можна зробити висновок, що радянська візуальна пропаганда тих часів зверталась не тільки до патріотичних почуттів, а й постійно впливала на особисті, інтимні переживання: солдати мали воювати не тільки за Батьківщину в класичному розумінні, а й за те, що є цінним насамперед для них: рідних та близьких людей, і така мотивація подекуди спрацьовувала набагато ефективніше.

3.3. Образи трудівників тилу

Далі перейдемо до образів трудівників - колгоспних працівників та робітників у містах. Тут можна прослідкувати цікаву тенденцію - здебільшого використовуються жіночі образи. Втім, це й не дивно, адже більшість працездатного населення чоловічої статі було мобілізовано, а всю роботу в тилу мали виконувати переважно жінки.

Російський історик В. Аксьонов у своєму дослідженні прослідкував динаміку змін жіночого образу (як символу Росії) в період Першої світової війни та приходу до влади більшовиків. Він зауважив, що «жіночі образи пережили в роки світової війни трансформацію від чуттєвих і беззахисних алегоричних зображень Росії, до вольових, здатних на героїчний подвиг, так само як і на революційний бунт, «червоних баб»²⁶.

За словами А. Покляцької, у 1920-1930-х рр. тривав процес формування візуального образу радянської жінки, який проходив в декілька етапів. Якщо на початку 1920-х рр. жінка зображувалась, як помічниця чоловіка, то вже з кінця 1920-х рр. це образ жінки на виробництві з увиразненням класової робітничо-селянської приналежності. У 1930-х рр. цей образ є невід'ємною частиною зображення радянського життя з акцентуванням колективізму і трудової героїки. З цього часу глорифікуються жінки-комуністки, будівничі соціалізму²⁷. В роки німецько-радянської війни, коли жінки замінили чоловіків майже у всіх сферах життя, образ жінки-трудівниці отримав нове життя, і часто він був «запозиченим» із плакатів часів радянської модернізації.

²⁶ Aksekov, V. B. (2015). От Родины-царицы к Родине-бабе: особенности фемининной репрезентации России в годы Первой мировой войны. Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований, (4), 9-27.

²⁷ Покляцька, А. І. (2016). Формування образу радянської жінки на сторінках журнальної графіки СРСР у 1920-1930-х рр. Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія: Історія, (24), 256-259.

За роки війни жінки стали незамінною виробничою силою: чоловіки воювали на фронті, а жінки, не покладаючи рук і сил, вели свою «боротьбу» у господарстві, працюючи над виконанням завдань Комуністичної партії навіть в найважчих галузях промислового виробництва, зокрема на шахтах Донецького басейну. У важкій промисловості, і не тільки, вони швидко опановували «чоловічі» спеціальності забійників, слюсарів, фрезерувальників, електрозварників, бондарів. Наприклад, станом на березень 1944 р. близько 50% усіх робіт на шахтах комбінату Ворошиловградвугілля виконувалися жінками. Працівники сільського господарства також були укомплектовані виключно з жінок, підлітків, людей похилого віку та інвалідів. Тут жінки становили понад 80% трудівників, опановуючи професії трактористів МТС, комбайнерів, механізаторів²⁸.

Першим проаналізуємо плакат Н. Ватоліної «Фашизм - найлютіший ворог жінок. Всі на боротьбу з фашизмом!» [Додаток А. 8]. На передньому плані зображено жінку-робітницю в червоному одязі, її погляд є викличним, а положення тіла прямо натякає на заклик до боротьби, що і продубльовано у гаслі плаката «Всі на боротьбу з фашизмом!». Жінка має грубі риси обличчя, та міцну статуру, що уособлює твердість та непохитність. Плакат має на меті закликати жіноцтво боротися проти загарбників доступними їм методами.

У наступному плакаті «Замінімо!» [Додаток А. 46] (автор - В. Серов) використовується дуже подібний до попереднього образ жінки-робітниці. Щоправда, тут на задньому плані видніються обриси солдатів Червоної армії, а над ними зображена радянська авіація. Жінка одягнена у форму заводської робітниці, на руках у неї рукавиці, вона має впевнений та рішучий погляд. За допомогою плаката радянські пропагандисти хотіли донести, що тепер, в умовах, коли більшість чоловічого населення було мобілізовано до лав армії, саме жінки мають замінити їх у виконанні навіть найтяжчих видів робіт, цим самим допомагаючи фронту.

²⁸ Чернега П.М. (2005). Підготовка робітничих кадрів у промисловості України в роки другої світової війни. Сторінки воєнної історії України (9). Ч. 2. С. 163-178.

Плакат «Все для перемоги! Фронту від жінок СРСР» [Додаток А. 43] (1942 р.) також втілює жіночий образ - його героїня одягнута в робочий комбінезон, а її рука лежить на авіабомбі. Це демонструє нам великий внесок, який роблять жінки у підвищення обороноздатності країни, і наголошує на тому, що представниці жіноцтва якщо не прямо, то опосередковано докладаються до боротьби з ворогом.

Нерідко на радянських пропагандистських плакатах використовувались і образи чоловіків, що працювали в тилу. Яскравий цьому приклад - плакат «Все для фронту! Все для перемоги!» [Додаток А. 50] (1942 р). Та на цьому плакаті відображено не образ робітника, а образ представника інтелектуальної праці - інженера. Характерним є те, що поряд з обличчям чоловіка також зображено жінку, у такий спосіб плакат охоплює всю гендерну площину, а його вплив стає більш відчутним. На задньому плані плаката художньо відображена індустріальна міць Радянського Союзу, а от образи інженерів перекриває радянський танк та літак, що акцентує увагу саме на важливості проектування та виробництва зброї. Підтверджує це й напис на плакаті: «Давайте більше танків, протитанкових рушниць і зброї, літаків, гармат, мінометів, снарядів, кулеметів, гвинтівок!»

Вже в 1944 році, після звільнення від нацистів більшої частини території СРСР почали з'являтися плакати, присвячені заклику до відбудови народного господарства. І тут знову можемо прослідкувати використання образів жінок-робітниць. Адже мільйони чоловіків працездатного віку або не повернулися з війни, або повернулися з важкими травмами та каліцтвами, що заважало їхній повноцінній праці. Тому частина тягара відбудови знову впала на жіночі плечі. Як слушно зазначає М. Смольницька, «жінки продовжували відігравати вагомую роль на виробництві і у відбудові практично всіх галузей народного господарства навіть по закінченню війни до повної демобілізації військових із

лав Радянської армії. Їхній ентузіазм підтримувався активною пропагандою. Особлива увага приділялася формуванню жінки як ідеального виробничника»²⁹.

Плакати «Нумо, взяли...» [Додаток А. 55] (1944 р.) та «Відбудуємо на славу» [Додаток А. 48] (1945 р.) зображують молодих жінок, навіть дівчат, які одягнені в робочу форму та працюють на будівництві. Їхні обличчя посміхаються, по ним можна зрозуміти, що праця з відбудови хоч і важка, проте дуже потрібна, і жінки мають до неї активно долучатися.

З початком війни функціонування аграрної галузі відбувалося в екстремальних умовах, зумовлених стрімким наближенням фронту, вилученням із виробничої сфери внаслідок мобілізації до армії найбільш працездатної частини сільського населення – чоловіків, а також великої кількості людей, техніки й живого тягла для потреб армії та будівництва оборонних рубежів, для роботи в промисловості та на транспорті. Особливо відчутною була втрата механізаторів і спеціалістів. Із кожної МТС на фронт пішло 60 – 70% працівників³⁰. Тому останніми в цій статті розглянемо образи колгоспних працівниць. На плакаті Т. Єр'оміної «Зібрати урожай до єдиного зерна» [Додаток А. 53] можемо бачити поєднання зображення жінок трьох поколінь: дівчинки-піонерки, жінки та бабусі, що збирають пшеницю. Жінка тримає на плечах великий сніп, що підкреслює її фізичну та моральну силу, а бабусю та дівчинку навіть не повертають свій погляд «на нас», адже дуже тяжко працюють.

Чи не найвідомішим втіленням образу колгоспниць є плакат 1942 року В. Іванова «Трактор в полі - що танк у бою» [Додаток А. 49], який проводить чітку паралель між героїчним подвигом солдатів, що воюють на фронті, та трудовим подвигом працівників тилу, які їх забезпечують. На плакаті зображено жінок, які впевнено керують тракторами, а композицію плаката доповнює залізнична колія вгорі. По цій колії їде потяг з солдатами на фронт. Вони радо вітають жінок, та виражають свою повагу до їхньої праці.

²⁹ Смольницька, М. (2006) Жінка в радянському суспільстві: офіційний образ і реальна практика. Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика. (16). 162-174.

³⁰ 1. Perehrest, O., & Titika, O. (2021). Український селянський фактор у німецько-радянській війні 1941–1945 рр. Український селянин, (25). 30-42

Плакат «Воїне, відповідай Батьківщині перемогою!» [Додаток А. 51] є подібним до попередніх за своїми виражальними засобами. Знову ми бачимо могутню жінку, але тут в одній руці вона тримає сніп пшениці, а іншою ніби подає гвинтівку солдатові. Текстове наповнення плаката містить у собі заклик, мовляв, «ми працюємо в тилу, заради ваших успіхів на фронті».

Отож, викладене вище дозволяє констатувати, що радянська плакатна пропаганда в роки німецько-радянської війни широко застосовувала образи не тільки військових, а й пересічних мешканців СРСР - представників тилу: матерів, жінок, дітей, робітників, колгоспників. Залежно від періоду, в які були створені плакати, вони несли в собі різні смисли, а їхні автори застосовували різні візуальні засоби. Кожен плакат мав певне ідейне спрямування: закликати до помсти та боротьби з ворогами, продемонструвати беззахисність матерів, жінок, дітей перед ворогами, утвердити важливість внеску робітників та колгоспників у перемогу, закликати до відбудови зруйнованого війною господарства. Система образів у аналізованих плакатах є широкою та різноманітною і у такий спосіб вона охоплювала майже всі верстви населення, що дозволяло максимально посилити її вплив.

Висновки

У результаті проведеного дослідження мною було проаналізовано низку наукових праць з означеної теми. Науковий доробок дослідників, що спеціалізуються на вивченні радянської воєнної візуальної пропаганди, на мій погляд, є досить ґрунтовним, розкриває широкі аспекти цієї теми, а саме: основні тенденції вивчення питань створення та функціонування політичного плаката і карикатури; теоретичне осмислення трактування художниками соціальних чи політичних подій; динаміку зміни ідеологічного спрямування плакатів упродовж 1941-1945 рр.; мотиви та ступінь дієвості візуальної агітації на українське населення; роль плаката як засобу масового впливу на свідомість громадян; плакат як спосіб протистояння в ідеологічній боротьбі проти нацистів; створення та функціонування образу ворога на сторінках радянських воєнних плакатів; розгляд образів жінок у ідеологічному та повсякденному дискурсах; розвиток сатиричних плакатів в роки війни.

Поза увагою українських та закордонних дослідників, на мою думку, залишились питання широкого та ґрунтовного аналізу образів радянських людей на плакатах, виділення та узагальнення ключових наративів пропаганди, класифікації та систематизації плакатів за метою чи видом заклику. Також недостатньо дослідженим є аспект впливу пропаганди на психоемоційний стан реципієнтів, використання нею маніпулятивних методів.

Враховуючи усе вищезазначене, можемо зробити висновок, що тема радянської плакатної пропаганди в період німецько-радянської війни досить широко розкрита в українській та світовій історіографії, політології, культурології, журналістиці. Провідні науковці акцентують увагу на

різноманітних аспектах цієї проблематики, але попри це на сьогодні ще немає чіткого підходу до класифікації радянських агітаційних плакатів стосовно ідейного спрямування та візуальних виражальних засобів, натомість це було зроблено у ході написання мною кваліфікаційної роботи.

Джерельна база дослідження ґрунтується на детальному розгляді, вивченні та аналізі плакатів воєнного часу, створених різними авторами, визначенні їх основних особливостей, візуального виконання та меседжів пропаганди, замаскованих на сторінках плакатів.

Методологія дослідження базується на принципах науковості, історизму та об'єктивності. Під час розробки роботи було відібрано, досліджено та класифіковано плакати, якими агітував Радянський Союз упродовж німецько-радянської війни. Принцип об'єктивності та незаангажованості став провідним у ході вивчення обраної теми.

Здійснивши відбір та систематизацію візуального матеріалу, плакатів стосовно проблеми, яка вивчалась, в ході розробки розділу 2, вдалося розглянути образи радянського солдата та образ ворога в плакатній пропаганді СРСР та виділити основні сюжети, до яких зверталася візуальна пропаганда воєнного часу. У радянській пропаганді основними сюжетами були: натхнення трудівників тилу; заклики краще бити ворога; вступати до лав ополчення; захищати найважливіші міста; заклики до радянських жінок піднятися на боротьбу з ворогом; підтримка бойового духу радянських солдатів під час бою; заклик надати допомогу постраждалим від німецьких загарбників. Крім цього, пропаганда зверталася до образів реальних історичних особистостей, які зробили свій внесок у боротьбу з ворогами, до сюжету помсти за вбитих мирних жителів та військовополонених, а також закликала солдатів Червоної Армії активніше боротися проти ворога, щоб урятувати беззахисне мирне населення.

При зображенні образу ворога пропаганда в СРСР зверталася до таких сюжетів: заклику вбити німецького загарбника з метою врятувати мирне населення та/або помститися за вбитих; посилення бажання воювати з німцями

до переможного кінця; висміювання нацистів та переконування радянських людей у неминучій перемозі над ними; зображення німецьких солдатів та офіцерів, як супротивника з вкрай низьким рівнем культури; висміювання лідерів Третього Рейху, а також заклику до боротьби з самим фашизмом.

Основні прийоми, яких вдавалися пропагандисти СРСР: звернення до патріотизму, бажання захистити своїх близьких, помститися за загиблих та постраждалих мирних жителів та військовополонених; бажання розгромити ворога. Формуючи образ ворога, радянські пропагандисти прагнули створити асоціації, які якнайсильніше викликали ненависть і неприйняття у тих, до кого зверталася подібна пропаганда.

Під час написання третього розділу роботи було класифіковано образи радянських людей (представників тилу) в плакатній пропаганді СРСР (образ матері, дітей, дружини, дівчини, трудівників тилу). Можемо зробити висновок, що плакатна пропаганда СРСР широко використовувала не тільки образи солдатів, представників народного ополчення чи партизанів, а й пересічних (тилових) жителів Радянського Союзу. Широке відображення в радянській плакатистиці знайшов образ матері, який часто надузагальнювали та асоціювали з Батьківщиною, образ дружини, яку потрібно було захищати від ворожих солдатів, образи дітей, які потерпають від знущань в окупації та чекають батьків додому з перемогою. Використання образів трудівників (робітників та колгоспників) мало на меті утвердити важливість їхнього внеску у перемогу та закликати до відбудови зруйнованого війною господарства.

Як підсумок, у ході роботи було комплексно досліджено систему образів та виражальних засобів радянської плакатної пропаганди періоду німецько-радянської війни, знайдено їхні домінуючі особливості та прослідковано взаємозв'язок між соціальними, політичними процесами та змінами і їх відображенні у візуальній пропаганді. Вдалося дослідити антропологічний та гендерний аспекти плакатів, застосовуючи системний історичний та семіотичний аналізи.

Список використаних джерел та літератури

Наукові праці:

1. Aksenov, V. B. (2015). От Родины-царицы к Родине-бабе: особенности фемининной репрезентации России в годы Первой мировой войны. Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований, (4), 9-27.
2. Bonnel, V. (1997). Iconography of the worker in Soviet political art. Berkley: University of California Press. P. 21-63.
3. Perehrest, O., & Titika, O. (2021). Український селянський фактор у німецько-радянській війні 1941–1945 рр. Український селянин, (25) 30-42
4. Tiulniev, D. S. (2014). Радянські сатиричні плакати в роки Великої Вітчизняної війни. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса, 1(6), 107-110.
5. Білівненко, С. М., Молдавський, Р. Л., Соляник, Н. О. (2012). Радянська жінка в умовах Другої світової війни. Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. (32) 256-263.
6. Демосфенова Г. (1985). Советские плакатисты фронта. Альбом. 207 с.
7. Донець, О. М. (2017). Гендерні аспекти візуалізації жінки в українському радянському плакаті 1940–1980 рр. (на основі зібрання українського друкованого плаката ХХ ст. відділу образотворчих мистецтв Інституту книгознавства НБУВ). Рукописна та книжкова спадщина України, (21), 194-201.
8. Коляда, І. А., Маєвський, О. (2012). Національні образи в українському плакаті світової війни. Історія в школі. Науково-методичний журнал. Травень-червень, 1-4.

9. Мариненко, Е. С. (2021). Образ материнства в советском плакате. *Initia: Актуальные проблемы социальных наук* (23–24 апреля 2021 г.), 312-316.
10. Маєвський, О. (2013). Образ зовнішнього ворога крізь призму плакатної продукції СРСР. *Сторінки воєнної історії України*, (16), 207-217.
11. Маєвський, О. (2015). Плакатне мистецтво в пропагандистсько-агітаційних кампаніях із залучення трудових ресурсів України. *Український історичний збірник*. (18) 223-242.
12. Маєвський О. О. Політичні плакат і карикатура, як засоби ідеологічної боротьби в Україні 1939–1945 рр. Дис. канд. іст. наук / Інститут історії України НАН України. К., 2016. 311 с.
13. Найденко, Т. (2020). Жіноче питання в естетиці радянського плакату 1930-х – 1950-х років. *Молодий вчений*, 11 (87), 64-67.
14. Нечаєва, Н. В. (2015). Образ дитини в соціальному плакаті ХХ ст. *Наукові записки Інституту журналістики*, (58), 68-73.
15. Позолотіна, Д. В. (2017). Українська жінка: образи радянської пропаганди. *Україна у світовому історичному просторі*. мат. всеукр. наук.-практ. конф. (Маріуполь, 21 квітня 2017 р.). Маріуполь. С. 60-62.
16. Покляцька, А. І. (2016). Формування образу радянської жінки на сторінках журнальної графіки СРСР у 1920-1930-х рр. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. Серія: Історія, (24), 256-259.
17. Родс, Э. (2008) Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939-1945 (Иллюстрированная история войн XX века). 131 с.
18. Сердюк, О. В. (2020) Сексуальне насильство під час Другої світової війни в сучасному морально-правовому вимірі. Суперечності взаємодії моралі і права в сучасному суспільстві. мат. міжн. наук.-практ. Конф. (Харків, 22 травня 2020 року). Харків. 266-269.
19. Смольницька, М. (2006) Жінка в радянському суспільстві: офіційний образ і

- реальна практика. Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика. (16). 162-174.
20. Спешилова, А. Ю. (2006). Культурологическое осмысление жанров советских плакатов времен Отечественной войны. Омский научный вестник, (9), 326-331.
21. Федосов, Е. А. (2018). Диалектика сакрального в советской визуальной пропаганде 1920-60-х гг. Вестник ПСТГУ. Серия 2: История. История РПЦ. (81). 91-104.
22. Федосов, Е. А., Конев, К. А. (2015). Советский плакат времен Великой Отечественной войны: общенациональный и региональный аспекты. Русин. №2 (40). 189-209.
23. Чернега П.М. (2005). Підготовка робітничих кадрів у промисловості України в роки другої світової війни. Сторінки воєнної історії України (9). Ч. 2. С. 163-178.
24. Шайкан, В. О. (2012). Радянський політичний плакат як засіб ідеологічної боротьби в роки Великої Вітчизняної війни. Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. Вип. XXXII, 263-266.
25. Шалигіна, Д. (2005). Плакатна пропаганда в Україні в період Другої світової війни. Шалигіна Д. Зб. наук. праць. 115–127.
26. Шалигіна, Д. (2009). Жіночі образи в радянській та німецькій плакатній пропаганді. Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії, (12), 132-140.
27. Эйдельман, Т. (2022). Как работает пропаганда. Litres. 216 с.
28. Яшан, О. О., Стадник, І. Ю. (2020). Трансформація радянської пропаганди в 1933–1941 рр. Гуманітарний вісник ЧДТУ. Серія: Історичні науки, 32(16), 139-145.

Плакати:

29. Аввакумов М., «По ворожій землі, вперед, до перемоги!»
30. Антонов Ф., «Бійцю Червоної армії! Ти не даси кохану на сором та безчестя гітлерівським солдатам.», 1944

31. Антонов Ф., «Сину мій! Ти бачиш долю мою... Громи фашистів у святім бою!», 1942
32. Ватоліна Н., «Слава матері-героїні!», 1944
33. Ватоліна Н., «Ти мужньо воював з ворогом - увійди, господарю, в новий дім!», 1945
34. Ватоліна Н., «Фашизм - найлютіший ворог жінок. Всі на боротьбу з фашизмом!», 1941
35. Ватоліна Н., «Чекаємо з перемогою!», 1945
36. Голованов Л. «Убий загарбника-ворога!»
37. Голованов Л., «Мій тато герой! А ти?», 1943
38. Дені В., «Безславний кінець фашистських агресорів»
39. Дені В., «Знищення фашистського гнізда назавжди!»
40. Дені В., «Навіщо свині культура та наука?»
41. Дені В., «Обличчя гітлеризму»
42. Дені В., «Так виглядає тепер німецький звір! Щоб нам дихати і жити – звіра добити!»
43. Дені В., «Червоної армії мітла нечисть вимела дотла!»
44. Долгоруков Н., «Виступали – веселилися, відступали – просльозилися!»
45. Долгоруков Н., «Дніпро чудове за тихої погоди»
46. Єрьоміна Т., «Зібрати урожай до єдиного зерна!», 1941
47. Жуков Н., «Бий насмерть!»
48. Іванов В. «Мстися за горе народу», 1943
49. Іванов В., «Дні й ночі чекаємо тебе, бійцю», 1945
50. Іванов В., «Запам'ятай і помстися!»
51. Іванов В., «Наше знамено - знамено перемоги!», 1945
52. Іванов В., «Ти будеш жити щасливо!», 1944
53. Іванов В., «Трактор в полі - що танк в бою!», 1942
54. Іванов В., «Червоній Армії-переможниці - честь і слава», 1944
55. Іванов В., «Відбудуємо на славу!», 1945
56. Кокорекін А., «Все для перемоги! Фронту від жінок СРСР», 1942

- 57.Корецький В., «Бий так: що не снаряд – то танк!»
- 58.Корецький В., «Будь героєм!», 1941
- 59.Корецький В., «Воїне Червоної армії, врятуй!», 1942
- 60.Корецький В., «Забезпечимо високий урожай в 1944 році! Дамо фронту і країні більше продовольства!», 1944
- 61.Корецький В., «Приціл у нас один - Берлін», 1945
- 62.Корчегін М., «Вперед! На остаточний розгром німецьких загарбників!»
- 63.Корчегін Н., «Вчися бити ворога на славу!»
- 64.Кукринікси, «Б'ємось ми добре, колемо відчайдушно - онуки Суворова, діти Чапаєва»
- 65.Кукринікси, «Брехомет»
- 66.Лактіонов А., «Фашизм - криваве чудовисько. Бий його без пощади!»
- 67.Лисицький Л., «Давайте більше танків, протитанкових рушниць і зброї, літаків, гармат, мінометів, снарядів, кулеметів, гвинтівок! Все для фронту! Все для перемоги!», 1942
- 68.Мальцев М., «Червоноармієць, будь гідний богатирської слави твого народу!»
- 69.Мальцев П., «Посилимо фонд народної оборони своїм радянським трудовим рублем. Бійцям на фронт зброю, набої й літаки зграями пошлемо!», 1941
- 70.Моор Д. «А ти записався в добровольці», 1920
- 71.Моор, Д «Звір поранений. Доб'ємо фашистського звіра!»
- 72.народного ополчення!»
- 73.Нестерова М., «Дочекались», 1945
- 74.Пінчук В., «Жінки міста Леніна! Посилимо допомогу фронту, допоможемо Червоній армії громити ворога!», 1943
- 75.Серебряний Й., «Бий міцніше, синку!», 1941
- 76.Серебряний Й., «Нумо, взяли!..», 1944
- 77.Серов В., «Замінімо!», 1941
- 78.Серов В., «Захистимо місто Леніна!»

79. Серов В., «Ми відстояли Ленінград. Ми відбудуємо його!», 1944
80. Сітаро О., «Вступайте в лави народного ополчення»
81. Тоїдзе І., «Батьківщина-мати кличе», 1941
82. Тоїдзе І., «В ім'я Батьківщини, вперед, богатирі!»
83. Тоїдзе І., «За Батьківщину-матір», 1941
84. Федорович Л., «Врятуймо радянських хлопців від німців!», 1943
85. Циновський Д., «Відстоїмо Москву!»
86. Черемних М. «Гітлерівці – це... Вбивці, гвалтівники, злодії, палії, кати, мародери. Цих звірів убий!»
87. Шмарінов Д., «Воїне, відповідай Батьківщині перемогою!», 1942
88. Шмарінов Д., «На підтримку Червоної армії - могутнє народне ополчення»
89. Шмарінов Д., «Помстися», 1942
90. Шмарінов Д., «Я чекаю тебе, воїне-визволителю!», 1942

Додатки
Додаток А
Агітаційні плакати СРСР періоду німецько-радянської війни

Плакат А.1 «Вчися бити ворога на славу!»



Плакат А.2 «Бий так: що не снаряд – то танк!»



Плакат А.3 «Бий насмерть!»



Плакат А.4 «Вступайте в лави народного ополчения!»



284. Ситтаро А.
Вступайте в ряды народного ополчения! 1941

Плакат А.5 «На підтримку Червоної армії - могутнє народне ополчення»



Плакат А. 6 «Відстоїмо Москву!»



Плакат А. 7 «Захистимо місто Леніна!»



Плакат А. 8 «Фашизм - найлютіший ворог жінок! Всі на боротьбу з фашизмом!»



Плакат А. 9 «Воїне Червоної Армії, врятуй!»



Плакат А. 10 «Врятуємо радянських хлопців від німців!»



Плакат А. 11 «За муки, за рани я помщуся німцям!»



Плакат А. 12 «Запам'ятай і помстися!»



Плакат А. 13 «Убий дитовбивць!»



Плакат А. 14 «По ворожій землі, вперед, до перемоги!»



Плакат А. 15 «Вперед! На остаточний розгром німецьких загарбників!»



Плакат А. 16 «Б'ємось ми добре, колемо відчайдушно - онуки Суворова, діти Чапаєва»



Плакат А. 17 «В ім'я Батьківщини, вперед, богири!»



Плакат А. 18 «Червоноармієць, будь гідний богатырської слави твого народу!»



Плакат А. 19 «Гітлерівці – це... Вбивці, гвалтівники, злодії, палії, кати, мародери. Цих звірів убий!»



Плакат А. 20 «Убий загарбника-ворога!»



294. Голованов П.
За честь жены, за жизнь детей, «...» убей захватчика-врага! 1942

Плакат А. 21 «Кат культуры»



Плакат А. 22 «Так виглядає тепер німецький звір! Щоб нам дихати і жити — звіра добити!»



Плакат А. 23 «Звір поранений. Доб'ємо фашистського звіра!»



Плакат А. 24 «Виступали – веселилися, відступали – просльозилися!»



Плакат А. 25 «З прийдешнім!»



Плакат А. 26 «Що посіяв, те й пожнеш! Від суду не втечеш!»



Плакат А. 27 «Дніпро чудове за тихої погоди»



Плакат А. 28 «Фашнелюди в Сорочинцях»



Плакат А. 29 «Навіщо свині культура та наука?»



Плакат А. 30 «Брехомет»



Плакат А. 31 «Моя борьба...»



Плакат А. 32 «Берлінська розбійницька згряя»



Плакат А. 33 «Червоної армії мітла нечисть вимела дотла!»



Плакат А. 34 «Безславний кінець фашистських агресорів»



Плакат А. 35 «Знищення фашистського гнізда назавжди!»



Плакат А. 36 «Фашизм - криваве чудовисько. Бий його без пощади!»



Плакат А. 37 «Обличья гітлеризму»



Плакат А. 38 «Бійцю Червоної армії! Ти не даси кохану на сором та безчестя гітлерівським солдатам.»



Плакат А. 39 «Дочекались»



Плакат А. 40 «Дні й ночі чекаємо тебе, бійцю!»



Плакат А. 41 «Червоній Армії-переможниці - честь і слава!»



Плакат А. 42 «Мій тато герой. А ти?»



Плакат А. 43 «Все для победы! Фронту від жінок СРСР»



Плакат А. 44 «Бий міцніше, синку!»



Плакат А. 45 «Будь героем!»



Плакат А. 46 «Замінімо!»



Плакат А. 47 «Ти мужньо воював з ворогом - увійди, господарю, в новий дім!»



Плакат А. 48 «Відбудуємо на славу!»



Плакат А. 49 «Трактор в полі – що танк в бою!»



Плакат А. 50 «Все для фронта! Все для победы!»



Плакат А. 51 «Воїне! Відповідай Батьківщині перемогою!»



Плакат А. 52 «Я чекаю тебе, воїне-визволителю!»



Плакат А. 53 «Зібрати урожай до єдиного зерна!»



Плакат А. 54 «Чекаємо з перемогою!»



Плакат А. 55 «Нумо, взяли!..»



Плакат А. 56 «Слава матери-героїні»



Плакат А. 57 « Батьківщина-мати кличе! »



Плакат А. 58 «Бійцю, мстися!»



Плакат А. 59 «Мстися за горе народу!»



Плакат А. 60 «За Батьківщину-матір!»



Плакат А. 61 «Помстися!»



Плакат А. 62 «Сину мій! Ти бачиш долю мою... Громи фашистів у святім бою!»



Плакат А. 63 «А ти записався в добровольці?»

