

УДК 94(47+57)

**ИЗМЕНЕНИЯ В СОДЕРЖАНИИ ПРОПАГАНДЫ В ГОДЫ
ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ НА ПРИМЕРЕ СОВЕТСКОГО ПЛАКАТА:
ИСТОРИОГРАФИЯ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ОБРАЗОВ**

© 2024 А.В. Захарченко, О.А. Алексеев

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Статья поступила в редакцию 02. 09. 2024

В центре внимания исследователей – эволюция визуального контента советского плаката в годы Великой Отечественной войны. Установлено, что ход боевых действий и связанные с ним изменения на фронте напрямую влияли на тематику плакатного жанра. Выявлена последовательность в смене образов, их символическом наполнении. В начале войны: пропаганда массового героизма, образа И.В. Сталина как партийного лидера, борьбы коммунизма с нацизмом, Красной армии, в одиночку противостоящей гитлеровской агрессии. К концу войны чаще используются сюжеты индивидуального героизма, образ «Сталин – партийно-государственный руководитель» замещается «Сталиным – полководцем и вождем нации», а на смену одиночеству в противостоянии с агрессором приходит совместная борьба СССР и его союзников.

Ключевые слова: советский плакат, пропаганда, Великая Отечественная война, образ врага, Красная армия, И.В. Сталин, нацизм, Победа.

DOI: 10.37313/2658-4816-2024-6-4-116-125

EDN: ERQBZC

Психологические войны наряду с горячими боевыми действиями являются объектом пристального внимания политиков, изучения исследователей. Применительно к военному времени поддержание психологического состояния общества становилось актуальной задачей воюющих государств. Психологическая конфронтация – характерная черта современного противостояния разных обществ¹.

Опыт Великой Отечественной войны свидетельствует, что важнейшим фактором Победы в Великой Отечественной войне было психологическое состояние не только на фронте, но и населения в тылу. Оно влияло на вероятность участия людей в партизанской войне, соблюдение мер военного времени, в целом на поддержку государственной власти.

Историография вопроса

За послевоенные десятилетия вопросы военной пропаганды как общей проблемы, так и конкретного исторического сюжета, постоянно находились в поле зрения отечественных исследователей. Советским публикациям 1940-х первой половины 1950-х гг. присущи политизация, пропагандистский и очерковый характер². Литература этого периода была в основном посвящена раскрытию героизма советского народа через пропагандистскую и агитационную работу партийных структур.

Во второй половине 1950-х – начала 1980-х гг. приоритет в изучении роли партии в советской агитации и пропаганде сохранялся³. При этом можно заметить, что несмотря на сильный идеологический контроль, в работе сформировался довольно целостный взгляд на работу советской пропаганды в военные годы. В этот период были опубликованы исследования Л.В. Максаковой по советской культуре в годы Великой Отечественной войны, коллектив-

Захарченко Алексей Владимирович, доктор исторических наук, профессор кафедры гуманитарных наук. E-mail: zaharchenkoav@gmail.com

Алексеев Олег Андреевич, бакалавр Финансового факультета. E-mail: 230831@edu.fa.ru

ная монография Г.Л. Демосфеновой, А.Ю. Нурук, Н.И. Шантыко. В этих работах дана периодизация идейных изменений в плакатной пропаганде⁴.

Во второй половине 1980-х гг. изданы работы об использовании военной пропаганды на оккупированных Германией территориях⁵, о рассмотрении военного плаката как исторического источника⁶. Открытие архивов в 1990-е гг. дало возможность изучать документы советских структур, работающих в сфере пропаганды и агитации⁷. Важная тема - взаимосвязь идеологии и духовной жизни общества в годы войны⁸. Здесь особая роль принадлежит государственной символике, о чем писали А.А. Иголкин, Е.С. Сенявская⁹. Системное исследование идеологических стереотипов периода Великой Отечественной войны проведено в работах Н.Д. Козлова, М.С. Дружбы, Г.А. Куманева¹⁰. Продолжалось изучение тем, намеченных в предшествующий период, были выполнены диссертационные исследования. А.С. Горлов в своей диссертации обратился к организации советской пропаганды рассматриваемого периода. Он пришел к выводу о возвращении лидерства марксистско-ленинских пропагандистских принципов в конце 1943 - начале 1944 г.¹¹. При этом, как отмечает Е.А. Федосов, на протяжении 1941-1945 гг. для советского плаката характерно наличие национальных категорий. Согласно его подсчетам, «нациоцентричные тенденции присутствовали более чем в половине известных плакатов, и пик данного явления пришелся на 1943 г.»¹².

А.Э.Ларионов и М.В. Дворковая обратили внимание на существенное значение мотивов детства в военно-агитационном визуальном инструментарии советской пропаганды¹³.

Механизмы пропаганды через наглядную агитацию в годы Великой Отечественной войны, а также масштабы воздействия ее на массовое сознание проанализировала В.В. Боркова¹⁴. К.Л. Линдина¹⁵, Е.Л. Маратовский¹⁶ провели сравнительный анализ эмоционального содержания плакатов со-

ветских агитационных материалов и плакатов союзников СССР, а также нацистской Германии.

И.Н.Коржова анализировала опыт апелляции к национальному прошлому в годы Великой Отечественной войны¹⁷. Исследуя карикатуру и плакат как жанр искусства, О.В. Кулешова выделила особенности, характерные для советских и нацистских плакатов и карикатур – лаконичность, яркость, выразительность¹⁸. Обращение к историческому прошлому в плакатной культуре Великой Отечественной войны рассмотрено также в совместной работе А.Э. Ларионова и М.В. Дворковой¹⁹. С.А. Афонский исследовал художественно-эстетические аспекты военного советского плакатного искусства, он выявил содержащиеся в нем архетипы (например, визуализация образов былинных богатырей – советских солдат)²⁰. Механизмы конструирования советской идентичности посредством пропагандистского плаката в 1941-1945 гг. исследовали Д.Л. Шалыгина и В.А. Куликов²¹. Тема визуализации образов, в том числе эволюции образа врага популярна на данный момент у молодых исследователей²².

Представляется, что исследователи предпочитают рассматривать собственно идейные аспекты пропаганды, темы же эволюции советской плакатной пропаганды в работах историков затрагивались вскользь, без выводов, что говорит о недостаточной изученности данного аспекта темы.

Цель данной работы заключается в том, чтобы выявить изменения в системе советской пропаганды в годы Великой Отечественной войны посредством плаката как инструмента визуализации, выделить основные идейно-смысловые направления в советском политическом плакате, а также проследить взаимосвязь военно-политической ситуации 1941-1945 гг. и изменений в содержании советской пропаганды.

Источниковую базу исследования составили советские политические плакаты, созданные во время Великой Отечественной войны. Основным материалом

послужили подборки советских плакатов за разные годы, составленные А.Е. и П.А. Снопковыми, А.Ф. Шкляруком, Б. Ефимовым, Г.В.Павловской²⁵.

Методы исследования. В ходе исследования были использованы сравнительно-исторический, типологический и историко-генетический методы. С помощью сравнительно-исторического и типологического метода используемые в исследовании плакаты были объединены в иерархическую структуру, а применение историко-генетического метода дало возможность выявить эволюцию советских политических плакатов и ее причины.

Эволюция советского плаката в военный период

Главным мотивом советского плаката 1941 года была мобилизация населения. Плакаты активно призывали советских граждан бороться с германской агрессией и вставать на защиту государства. Мобилизационный мотив основывался на советском коллективизме. Примечательным является плакат «Защита Отечества есть священный долг каждого гражданина СССР». На нем изображены представители основных групп советского населения на фоне карты СССР и призывающие своим примером встать на защиту родины²⁴.

Плакаты, посвященные массовому героизму, изображали, как правило, военных, дающих отпор врагу, и визуально содержали призыв стать частью всенародной борьбы с германской агрессией, проявить героизм как на фронте, так и в тылу.

Образ героического в 1941 г. был собирательным. Так, примером такого плаката может служить «Комсомолец, будь героем Великой Отечественной войны», где на переднем плане изображен воин с гранатой в руке, увлекающий за собой в атаку солдат, представленных на заднем плане²⁵.

Другим идеологическим мотивом политического плаката начала войны была символическая борьба коммунизма с нацизмом. Символы Советского Союза (часто использовался рабочий или солдат) изобра-

жались в красном цвете), которые побеждали черный символ нацизма (обычно применялся образ животного в форме свастики). При этом какое-либо художественное обрамление этого действия в большинстве случаев отсутствовало. Ярким примером такого плаката служит «Смерть фашистской гадине!», на котором изображен красный солдат, протыкающий штыком змею, свернувшуюся в свастику²⁶.

Персона вождя – неотъемлемая часть советской пропаганды. Плакаты военных лет – своего рода трибуна, с которой он обращается к своему народу. Поэтому портрет Сталина органично сочетается в плакате с цитатой советского лидера, мобилизующий эффект которой усиливался еще и тем, что сама цитата вождя ранее массово транслировалась газетами, радио, кинематографом.

В 1941 г. появляются плакаты, показывающие слабость вермахта и крах стратегии блицкрига. Очень часто такие плакаты носили сатирический характер, в частности плакат «День и ночь – дивизии прочь»²⁷.

На данном этапе войны создавались плакаты, показывающие историческую преемственность современных событий. Художники обращались к зрителю, обращаясь к историческому опыту России. Неизбежность поражения Германии, действия агрессоров демонстрировались как провальная авантюра. В этом контексте часто проводилось сравнение между падением Гитлера и судьбой предыдущих агрессоров, вторгавшихся в Россию. Иллюстрацией к этому является плакат «Били мы врага копьем...»²⁸.

Для тыла выпускались также плакаты-инструкции. Такие плакаты содержали подробные рекомендации, как вести себя в различных ситуациях или же просто призывы. В качестве примера можно выделить плакат 1941 года «Изучай санитарное дело!...», который призывает женщин обучаться основам медицины и помогать раненым²⁹. Плакат 1942 года «Свет в окне – помощь врагу» содержит в себе рекомендацию применять светомаскировку. В этом

контексте можно также рассматривать плакаты, призывающие к борьбе с внутренними проблемами, в частности с паникой и германским шпионажем⁵⁰.

В 1942 году сохранялся доминирующий мобилизационный мотив в советских плакатах. Также важной оставалась идея слабости Германии, причем количество таких плакатов возрастало. Стоит отметить, что в 1942 году уязвимость агрессора подкреплялась конкретными событиями, в частности провалом блицкрига, поражением Германии под Москвой и неспособностью германской армии захватить Сталинград. Вследствие этого данная идея приобрела более сатирическую окраску.

В 1942 г. мотивы советской плакатной пропаганды претерпели многочисленные изменения. Идея массового героизма сохраняется, но перестает быть доминирующей. Теперь на первые позиции выходил мотив индивидуального героизма. Он характеризовался изображением конкретных персоналий, которые имеют индивидуальные черты и не выглядят как олицетворение массы. Авторы плакатов наделяют своих героев ярко выраженными эмоциями, монументальными чертами, что в свою очередь отделяет этих персонажей от масс военных и гражданских. Примером плаката индивидуального героизма можно считать плакат «Отстоим Кавказ!», на котором изображены солдат и матрос Черноморского флота, образ которых олицетворял стойкость, мужественность и отвагу, выглядел монументально⁵¹.

В 1942 г. из агитационно-пропагандистской повестки постепенно уходит идеологическая составляющая, выраженная ранее в противостоянии коммунизма и нацизма. Идея исторической преемственности, наоборот, не только сохраняется, но и транслируется чаще. Отметим, что преемственность отражена не в отношении к врагу, а в отношении к советской армии и народу. В частности, после речи Сталина 7 ноября 1941 года вышла серия плакатов, повествующая о победах и мощи российских (совет-

ских) воинов в разные периоды истории, что в свою очередь было направлено на подъем боевого духа бойцов Красной армии.

Линия на продвижение образа Сталина, естественно продолжала присутствовать в плакатной агитации, но не как лидера партии, а как народного вождя и полководца. Примером такого агитационного материала можно считать плакат «Товарищи красноармейцы...», на котором Сталин своим призывом вдохновляет солдат на победу над Германией⁵².

В 1942 г. плакат стал отражать мотив зверств немецких войск на оккупированных территориях с призывом к справедливой к мести как всенародному проявлению праведного гнева. Ярким примером плаката с таким мотивом можно назвать плакат «Воин Красной Армии, спаси!», на котором изображена женщина с ребенком на руках – им угрожает смерть от нацистов⁵³. Как отметила в этой связи в своем исследовании А.С. Сенявская, «образ врага становился более конкретным и одушевленным <...> враг-фашист все больше воспринимался как свирепый зверь»⁵⁴.

В 1943 г. тема преступления фашистских захватчиков против человечества продолжает присутствовать как одно из ведущих направлений в агитационно-пропагандистской кампании, количество таких иллюстраций увеличивается. Присутствие образа Сталина сохраняется, но уступает сюжету побед Красной армии, слабости противника, обреченного на поражение. В 1943 г. окончательно преобладающую роль заняла идея индивидуального героизма, превалирующего над массовым. Однако и она в этот период подверглась трансформации. Если в 1942 г. индивидуальный героизм представлял в оборонительном ключе, то в 1943 г. акцент сместился в сторону наступления и освобождения родной земли. Теперь герои не выглядели столь напряженными и мобилизованными, в их действиях и эмоциях видна радость победы Красной армии, а также ожидание окончания войны. В качестве яркого примера можно привести знаменитый

плакат «На Запад!», на котором изображен советский солдат, сбивающий немецкую табличку с советской земли³⁵. Сам лозунг «На Запад!» несет в себе эмоциональное переживание, связанное со скорым приближением долгожданной Победы.

Продвижение идеи о слабости врага все чаще облекается в сатирическую форму, причем наряду с военной плакатной сатирой возникают сюжеты, высмеивающие внутреннюю и внешнюю политику Гитлера. Иллюстрация преступлений нацистского режима сохраняется, а историческая преемственность СССР и дореволюционной России уходит на второй план. В 1944 г. заметно уменьшилось количество отсылок на Сталина в политических плакатах, а изображение самого вождя практически не наблюдается.

Интересным новшеством 1944 года стало частое появление в плакатной агитации США и Великобритании. Собственно, до 1944 г. образы союзников СССР присутствовали, но крайне незначительно. Такие плакаты, как правило, показывали, что Германия должна скоро потерпеть поражение и Европа будет освобождена. Лавры победителя СССР делил с Великобританией и США, которые, по представлению таких плакатов, вносили свой вклад в борьбу с общим врагом.

В 1945 г. главной темой стала близость СССР к победе над Германией. Данная идея содержала преимущественно мобилизационные мотивы, торжественного акцента не наблюдалось. А вот после самой Победы советские плакаты пестрили идеей торжества, вытеснившей сюжеты героизма советских людей, зверств нацистов, подвиги работников тыла. В подтверждение этому можно привести плакат «Да здравствует день всенародного торжества...»³⁶. Интересно отметить, что в советском плакате подчеркивался общий вклад в разгром врага всех участников антигитлеровской коалиции. Пройдет совсем немного времени, и «холодная война» закроет эту тему, причем не только со стороны СССР, но и со стороны западных демократий.

Выводы

Анализ материалов плакатного изобразительного искусства позволяет говорить об изменениях в его образном содержании в период Великой Отечественной войны.

В 1941 году в советских плакатах наблюдались коллективистские мотивы, которые были характерны для довоенной пропаганды. В этот период агитация была нацелена на мобилизацию населения для ведения вооруженной борьбы, обеспечения военных нужд государства, а также на повышение морального духа. Как результат – распространение идеи массового героизма, важности самоотверженного труда в тылу и символической борьбы коммунизма с нацизмом. Германскую армию и нацистских лидеров плакаты изображали сатирически, чтобы развенчать миф о непобедимости вермахта.

В связи с продолжением череды поражений СССР в 1942 году задачи советской пропаганды остались прежними, однако методы их реализации претерпели значительные изменения. Коллективистские мотивы стали исчезать, так как они слабо воздействовали на чувства людей, в то время как опора на национальные корни и индивидуальность была намного эффективней. Так, появилось большое количество плакатов, иллюстрирующих историческую преемственность ситуаций времен Великой Отечественной войны с другими вехами отечественной истории. Массовый героизм начал сменяться индивидуальным. Уходит как одна из доминирующих тема противостояния коммунизма нацизму. Появляется новое идейное направление – зверства немецко-фашистских захватчиков. Данное направление способствовало пробуждению чувства мести у воинов Красной армии, что в свою очередь повышало мотивацию продолжать вооруженную борьбу до полной победы.

Разгром противника под Сталинградом открыл череду крупных военных успехов в 1943 г. Изменился характер ведения войны – стратегическая инициатива перешла к Красной армии. Эти изменения повлияли

на задачи агитационной работы. На плакатах чаще появляются иллюстрации побед, мотивирующие призывы, нацеленные на подъем боевого духа советских воинов. Все чаще возникает тема торжества над врагом, закрепляются сюжеты единства фронта и тыла. Начавшееся освобождение территории от немецкой оккупации повлекло за собой тему нацистских преступлений, обращение к которым в плакатном творчестве возрастает. Образ Сталина претерпел трансформацию – от вождя партии и народа к общенациональному лидеру и полководцу (изображения в маршальской форме).

Скорая победа, которую предрекали плакаты в 1943 г., не была достигнута к 1944 г. Соответственно, вносятся коррективы в агитационную работу через плакатный изобразительный материал. Осознание того, что достижение победы потребует еще много усилий и времени, приводит к определенным изменениям в сюжетах – увеличивается количество плакатов, содержащих в себе идею индивидуального героизма без пафоса. Тема близости победоносного завершения войны сменилась призывом к победе, который имел менее торжественный и более мобилизационный оттенок. В плакатном искусстве появляются сюжеты помощи США и Великобритании. Тематика, связанная с ожиданием близости победы, занимает доминирующее место в плакатах 1945 года, а лавры победителя, как видно из содержания плакатов, СССР пока еще готов делить со своими союзниками по антигитлеровской коалиции.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ См. *Почепцов Г.Г.* Психологические войны. М., 2000. 528 с.

² *Дорохин Н.* По дорогам войны: артисты МХАТ на фронте. М., 1950. 605 с.; *Немецко-гитлеровский империализм – злейший враг человечества.* М., 1941. 48 с.; *О воспитании воина-комсомольца (в помощь комсомольскому активисту).* М., 1944. 36 с.

³ *Кондакова Н.И.* Идеологическая победа над фашизмом (1941-1945 гг.). М., 1982. 176 с.

⁴ *Демосфенова Г.Л.* *Нурок А. Ю., Шантыко Н.И.* Советский политический плакат. М., 1962. 441 с.; *Максакова Л. В.* В рядах воюющего народа (Из истории советской культуры в годы Великой Отечественной войны. 1941 – 1945 гг.). М., 1965. 310 с.; *Максакова Л.В.* Культура Советской России в годы Великой Отечественной войны. М., 1977. 343 с.; *Советская культура в годы Великой Отечественной войны.* М., 1976. 271 с.

⁵ *Ивлев И.А., Юденков А.Ф.* Оружие контрпропаганды. Советская пропаганда среди населения оккупированной территории СССР. 1941-1944. М., 1988. 277с.

⁶ *Кузнецова Л.* Плакаты и афиши Великой Отечественной войны в фондах Национального архива РТ // *Гасырлар авазы-Эхо веков.* 2005. № 1. С.49-52.

⁷ Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникация убеждения» и мобилизационные механизмы / Авторы-сопоставители А.Я.Лившин, И.Б. Орлов. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. 806 с.

⁸ *Кондакова Н.И.* Духовная жизнь России и Великая Отечественная война 1941-1945 гг. Москва, 1995. 208 с.

⁹ *Иголкин А.А.* Пресса как оружие власти // *Россия.* XXI. 1995. № 11-12; *Сенявская Е.С.* Героические символы: реальность и мифология войны // *Отечественная история.* 1995. С.30-44.

¹⁰ *Дружба О.В.* Вторая мировая война. Советское общество в годы Великой Отечественной войны. Ростов-на-Дону, 1991; *Козлов Н.Д.* Общественное сознание в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. СПб., 1995; *Куманев Г.А.* Подвиг и подлог. Страницы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. М., 2000.

¹¹ *Горлов А.С.* Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: институциональные и организационные аспекты. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 2009. 26 с.

¹² *Федосов Е.А.* Национальные категории в советском агитационном плакате периода Великой Отечественной войны // *Вестник Томского государственного университета. История.* 2015. №4 (36). С. 29-34.

¹³ *Ларионов А.Э., Дворковая М.В.* Образы детства в советском плакате периода Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки.* 2021. №3. С. 100-113 С.108.

¹⁴ *Боркова В.В.* Использование плакатов военных лет в формировании исторической памяти в молодежной среде // *Инновационное развитие профессионального образования.* 2019. №4 (24). С. 80-89.

- ¹⁵ *Лидин К.Л.* Эмоциональное соедржание про-пагандистских плакатов Второй мировой войны: опыт компаративного анализа // Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири. Электронный научный журнал 2019. №1: <https://s.esrae.ru/bulletinpp/pdf/2019/1/1222.pdf> (дата обращения: 02.09.2024).
- ¹⁶ *Мараховский Е.Л.* Информационная политика СССР, США и Германии в период Второй мировой войны (на примере плакатной пропаганды) // Проблемы национальной стратегии. 2016. №2 (35). С. 206-228. С. 214.
- ¹⁷ *Коржова И.Н.* Формы актуализации исторического прошлого на плакатах и в стихотворениях Великой Отечественной войны // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2023. № 81. С. 225-240.
- ¹⁸ *Кулешова О.В.* Карикатура и плакат как жанр искусства в период Второй мировой войны // Вестник культурологии. 2020. №4 (95). С. 150-169.
- ¹⁹ *Ларионов А.Э., Дворковая М.В.* Образы русской истории в советской пропаганде периода Великой Отечественной войны (Часть 1) // Вестник Московского областного университета. Серия: История и политические науки. 2019 №4. С. 213-225; *Ларионов А.Э., Дворковая М.В.* Образы русской истории в советской пропаганде периода Великой Отечественной войны (Часть 2) // Вестник Московского областного университета. Серия: История и политические науки. 2020 №1. С. 174-182.
- ²⁰ *Афонский С.А.* Наличие и характер архетипов в искусстве русского плаката, созданного в период Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2016. №3 (87). С. 159-169.
- ²¹ *Шалыгина Д.Л., Куликов В.А.* Специфика пропагандистского плаката во время Великой Отечественной войны как средства конструирования советской идентичности // Вестник Пермского университета. История. 2011. Выпуск 2(16). С. 54-57.
- ²² *Федосов Е.А., Конев К.А.* Советский плакат времен Великой Отечественной войны: общенациональный и региональный аспекты // Русин. 2015. №2 (40). С. 189 -209; *Агеева Ю.С., Сметанина Н.И.* Образ врага в советском плакате периода Великой Отечественной войны // Вестник Краснодарского государственного института Культуры. Электронный научный журнал: [https://s.esrae.ru/vestnikkguki/pdf/2020/1\(22\)/424.pdf](https://s.esrae.ru/vestnikkguki/pdf/2020/1(22)/424.pdf) (дата обращения: 02.09.2024); *Зыков Н.П.* Образ врага в советских пропагандистских плакатах во время Великой Отечественной войны // Вестник науки. Научный электронный журнал. 2022. №7 (52). Т.4. С. 46-59: <https://www.xn---8sbempclcw3bmt.xn--p1ai/archiv/journal-7-52-4.pdf#page=46> (дата обращения: 02.09.2024).
- ²³ *Наша победа. Our victory.* Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945 годов. Сост. Снопков А.Е., Снопков П.А., Шклярчук А.Ф. М., 2010. 256с.; Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945. Сост. Шклярчук А.Ф. М., 2020. 250 с.; *Ефимов Б.* Вехи Победы. Великая Отечественная война в плакатах и рисунках действительного члена Академии художеств Российской Федерации Бориса Ефимова. Альбом. М., 2004. 200 с.; Родина-мать зовет! Плакаты Великой Отечественной войны: каталог коллекции Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны. Сост. Павловская Г.В. Минск, 2010.
- ²⁴ *Наша победа. Our victory.* Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945 годов. Сост. Снопков А.Е., Снопков П.А., Шклярчук А.Ф. М., 2010. 256 с.
- ²⁵ Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945. Сост. Шклярчук А.Ф. М., 2020. 250с.
- ²⁶ *Ефимов Б.* Вехи Победы. Великая Отечественная война в плакатах и рисунках действительного члена Академии художеств Российской Федерации Бориса Ефимова. Альбом. М., 2004. 200 с.
- ²⁷ Родина-мать зовет! Плакаты Великой Отечественной войны: каталог коллекции Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны. Сост. Павловская Г.В. Минск, 2010. 224с.
- ²⁸ Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945. Сост. Шклярчук А.Ф. М., 2020.
- ²⁹ Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945. Сост. Шклярчук А.Ф. М., 2020.
- ³⁰ Родина-мать зовет! Плакаты Великой Отечественной войны. М., 2014. 223 с.
- ³¹ *Наша победа. Our victory.* Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945 годов. Сост. Снопков А.Е., Снопков П.А., Шклярчук А.Ф. М., 2010.
- ³² Родина-мать зовет! Плакаты Великой Отечественной войны: каталог коллекции Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны. Сост. Павловская Г.В. Минск, 2010.
- ³³ Плакаты Великой Отечественной войны 1941-1945. Сост. Шклярчук А.Ф. М., 2020.
- ³⁴ *Сенявская Е.С.* Противники России в войнах XX века: Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М., 2006. С. 88.

³⁵ Вехи победы: Великая Отечественная война в плакатах и рис. действит. Чл. Акад. Рос. Федерации Бориса Ефимова. М., 2004.

³⁶ Родина-мать зовет! Плакаты Великой Отечественной войны. Your Mother Land calls you! Posters Great Patriotic War! М., 2014.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Агеева Ю.С., Сметанина Н.И. Образ врага в советском плакате периода Великой Отечественной войны // Вестник Краснодарского государственного института Культуры. Электронный научный журнал: [https://s.esrae.ru/vestnikkguki/pdf/2020/1\(22\)/424.pdf](https://s.esrae.ru/vestnikkguki/pdf/2020/1(22)/424.pdf) (дата обращения: 02.09.2024).
2. Афонский С.А. Наличие и характер архетипов в искусстве русского плаката, созданного в период Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2016. №3 (87). С. 159-169.
3. Боркова В.В. Использование плакатов военных лет в формировании исторической памяти в молодежной среде // Инновационное развитие профессионального образования. 2019. №4 (24). С. 80-89.
4. Горлов А.С. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: институциональные и организационные аспекты. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. Москва, 2009. 26 с.
5. Демосфенова Г.Л. Нурок А. Ю., Шантыко Н.И. Советский политический плакат. М., 1962. 441 с.
6. Дорохин Н. По дорогам войны: артисты МХАТ на фронте. Москва: Искусство, 1950. 605 с.
7. Зыков Н.П. Образ врага в советских пропагандистских плакатах во время Великой Отечественной войны // Вестник науки. Научный электронный журнал. 2022. №7 (52). Т.4. С. 46-59: <https://www.xn---8sbempclcwd3bmt.xn--p1ai/archiv/journal-7-52-4.pdf#page=46> (дата обращения: 02.09.2024).
8. Ивлев И.А., Юденков А.Ф. Оружием контрпропаганды. Советская пропаганда среди населения оккупированной территории СССР. 1941-1944. Москва, 1988. 277с.
9. Иголкин А.А. Пресса как оружие власти // Россия. XXI. 1995. № 11-12.
10. Козлов Н.Д. Общественное сознание в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. СПб., 1995. 138 с.
11. Кондакова Н.И. Духовная жизнь России и Великая Отечественная война 1941-1945 гг. Москва, 1995. 208 с.
12. Кондакова Н.И. Идеологическая победа над фашизмом (1941-1945 гг.). М., 1982. 176 с.
13. Кузнецова Л.О. Плакаты и афиши Великой Отечественной войны в фондах Национального архива РТ // Гасырлар авазы=Эхо веков. 2005. № 1. С.49-52.
14. Коржова И.Н. Формы актуализации исторического прошлого на плакатах и в стихотворениях Великой Отечественной войны // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2023. № 81. С. 225-240.
15. Кулешова О.В. Карикатура и плакат как жанр искусства в период Второй мировой войны // Вестник культурологии. 2020. № 4 (95). С. 150-169.
16. Ларионов А.Э., Дворковая М.В. Образы русской истории в советской пропаганде периода Великой Отечественной войны (Часть 1) // Вестник Московского областного университета. Серия: История и политические науки. 2019 № 4. С. 213-225.
17. Ларионов А.Э., Дворковая М.В. Образы русской истории в советской пропаганде периода Великой Отечественной войны (Часть 2) // Вестник Московского областного университета. Серия: История и политические науки. 2020 №1. С. 174-182.
18. Ларионов А.Э., Дворковая М.В. Образы детства в советском плакате периода Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2021. № 3. С. 100-113.
19. Лидин К.Л. Эмоциональное содержание пропагандистских плакатов Второй мировой войны: опыт компаративного анализа // Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири. Электронный научный журнал 2019. № 1: <https://s.esrae.ru/bulletinpp/pdf/2019/1/1222.pdf> (дата обращения: 02.09.2024).
20. Мараховский Е.Л. Информационная политика СССР, США и Германии в период Второй мировой войны (на примере плакатной пропаганды) // Проблемы национальной стратегии. 2016. № 2 (35). С. 206-228.
21. Максакова Л. В. Культура Советской России в годы Великой Отечественной войны. М., 1977. 343 с.

22. Немецко-гитлеровский империализм – злейший враг человечества. М., Воениздат, 1941. 48с.
23. О воспитании воина-комсомольца (в помощь комсомольскому активисту). М., 1944. 36с.
24. Сенявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. С. 30-44.
25. Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века: Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М., 2006. 288 с.
26. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникация убеждения» и мобилизационные механизмы / Авторы-составители А.Я.Лившин, И.Б. Орлов. М., 2007. 806 с.
27. Федосов Е.А. Национальные категории в советском агитационном плакате периода Великой Отечественной войны // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. №4 (36). С. 29-34.
28. Федосов Е.А., Конев К.А. Советский плакат времен Великой Отечественной войны: общенациональный и региональный аспекты // Русин. 2015. №2 (40). С. 189 -209.
29. Шалыгина Д.Л., Куликов В.А. Специфика пропагандистского плаката во время Великой Отечественной войны как средства конструирования советской идентичности // Вестник Пермского университета. История. 2011. Выпуск 2(16). С. 54-57.
4. Gorlov A.S. Sovetskaya propaganda v gody` Velikoj Otechestvennoj vojny` : institucional`ny`e i organizacionny`e aspekty`. Avtoref. dis. ... kand. ist. nauk. Moskva, 2009. 26 s.
5. Demosfenova G.L. Nurok A. Yu., Shanty`ko N.I. Sovetskij politicheskij plakat. M., 1962. 441 s.
6. Doroxin N. Po dorogam vojny` : artisty` MXAT na fronte. Moskva: Iskusstvo, 1950. 605 s.
7. Zy`kov N.P. Obraz vraga v sovetskix propagandistskix plakatax vo vremena Velikoj Otechestvennoj vojny` // Vestnik nauki. Nauchny`j e`lektronny`j zhurnal. 2022. №7 (52). T.4. S. 46-59: <https://www.xn----8sbempc1cwwd3bmt.xn--p1ai/archiv/journal-7-52-4.pdf#page=46> (data obrashheniya: 02.09.2024).
8. Ivlev I.A., Yudenkov A.F. Oruzhiem kontrpropagandy`. Sovetskaya propaganda sredi naseleniya okkupirovannoj territorii SSSR. 1941-1944. Moskva, 1988. 277s.
9. Igolkin A.A. Pressa kak oruzhie vlasti // Rossiya. XXI. 1995. № 11-12.
10. Kozlov N.D. Obshhestvennoe soznanie v gody` Velikoj Otechestvennoj vojny`. 1941-1945. SPb., 1995. 138 s.
11. Kondakova N.I. Duxovnaya zhizn` Rossii i Velikaya Otechestvennaya vojna 1941-1945 gg. Moskva, 1995. 208 s.
12. Kondakova N.I. Ideologicheskaya pobeda nad fashizmom (1941-1945 gg.). M., 1982. 176 s.
13. Kuzneczova L.O. Plakaty` i afishi Velikoj Otechestvennoj vojny` v fondax Nacional`nogo arxiva RT // Gasy`rlar avazy`=E`xo vekov. 2005. № 1. S.49-52.
14. Korzhova I.N. Formy` aktualizacii istoricheskogo proshlogo na plakatax i v stixotvoreniyax Velikoj Otechestvennoj vojny` // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. 2023. № 81. S. 225-240.
15. Kuleshova O.V. Karikatura i plakat kak zhanr iskusstva v period Vtoroj mirovoj vojny` // Vestnik kul`turologii. 2020. № 4 (95). S. 150-169.
16. Larionov A.E., Dvorkovaya M.V. Obrazy` russkoj istorii v sovetskoj propagande perioda Velikoj Otechestvennoj vojny` (Chast` 1) // Vestnik Moskovskogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki. 2019 № 4. S. 213-225.
17. Larionov A.E., Dvorkovaya M.V. Obrazy` russkoj istorii v sovetskoj propagande perioda Velikoj Otechestvennoj vojny` (Chast` 2) // Vestnik Moskovskogo oblastnogo

REFERENCES

1. Ageeva Yu.S., Smetanina N.I. Obraz vraga v sovetskom plakate perioda Velikoj Otechestvennoj vojny` // Vestnik Krasnodarskogo gosudarstvennogo instituta Kul`tury`. E`lektronny`j nauchny`j zhurnal: [https://s.esrae.ru/vestnikkguki/pdf/2020/1\(22\)/424.pdf](https://s.esrae.ru/vestnikkguki/pdf/2020/1(22)/424.pdf) (data obrashheniya: 02.09.2024).
2. Afonskij S.A. Nalichie i karakter arxetipov v iskusstve russkogo plakata, sozdannogo v period Velikoj Otechestvennoj vojny` 1941-1945 gg. // Vestnik RE`U im. G.V. Plexanova. 2016. №3 (87). S. 159-169.
3. Borkova V.V. Ispol`zovanie plakatov voenny`x let v formirovanii istoricheskoy pamyati v molodezhnoj srede // Innovacionnoe razvitie professional`nogo obrazovaniya. 2019. №4 (24). S. 80-89.

- universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki. 2020 №1. S. 174-182.
18. Larionov A.E., Dvorkovaya M.V. Obrazy` detstva v sovetskom plakate perioda Velikoj Otechestvennoj vojny` 1941-1945 gg. // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki. 2021. № 3. S. 100-113.
 19. Lidin K.L. E`mocional`noe sodержanie propagandistskix plakatov Vtoroj mirovoj vojny`: opy`t komparativnogo analiza // Vestnik po pedagogike i psixologii Yuzhnoj Sibiri. E`lektronny`j nauchny`j zhurnal 2019. № 1: <https://s.esrae.ru/bulletinpp/pdf/2019/1/1222.pdf> (data obrashheniya: 02.09.2024).
 20. Maraxovskij E.L. Informacionnaya politika SSSR, SShA i Germanii v period Vtoroj mirovoj vojny` (na primere plakatnoj propagandy`) // Problemy` nacional`noj strategii. 2016. № 2 (35). S. 206-228.
 21. Maksakova LV. Kul`tura Sovetskoj Rossii v gody` Velikoj Otechestvennoj vojny`. M., 1977. 343 s.
 22. Nemeckzo-gitlerovskij imperializm – zlejshij vrag chelovechestva. M., Voenizdat, 1941. 48s.
 23. O vospitanii voina-komsomol`cza (v pomoshh` komsomol`skomu aktivistu). M., 1944. 36s.
 24. Senyavskaya E.S. Geroicheskie simvol`y`: real`nost` i mifologiya vojny` // Otechestvennaya istoriya. 1995. S. 30-44.
 25. Senyavskaya E.S. Protivniki Rossii v vojnax XX veka: E`volyuciya «obraza vraga» v soznanii armii i obshhestva. M., 2006. 288 s.
 26. Sovetskaya propaganda v gody` Velikoj Otechestvennoj vojny`: «kommunikaciya ubezhdeniya» i mobilizacionny`e mexanizmy` / Avtory`-sostaviteli A.Ya.Livshin, I.B. Orlov. M., 2007. 806 s.
 27. Fedosov E.A. Nacional`ny`e kategorii v sovetskom agitacionnom plakate perioda Velikoj Otechestvennoj vojny` // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya. 2015. №4 (36). S. 29-34.
 28. Fedosov E.A., Konev K.A. Sovetskij plakat vremen Velikoj Otechestvennoj vojny`: obshhenacional`ny`j i regional`ny`j aspekty` // Rusin. 2015. №2 (40). S. 189 -209.
 29. Shaly`gina D.L., Kulikov V.A. Specifika propagandistskogo plakata vo vremya Velikoj Otechestvennoj vojny` kak sredstva konstruirovaniya sovetskoj identichnosti // Vestnik Permskogo universiteta. Istoriya. 2011. Vy`pusk 2(16). S. 54-57.

CHANGES IN THE CONTENT OF PROPAGANDA DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR ON THE EXAMPLE OF THE SOVIET POSTER: HISTORIOGRAPHY AND INTERPRETATION OF IMAGES

© 2024 A.V. Zakharchenko O.A. Alekseev,

Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow)

The research focuses on the evolution of the visual content of the Soviet posters during the Great Patriotic War. The authors argue that the course of battles and the related changes at the front directly influenced the theme of the poster genre. They reveal the sequence in the change of images and in their symbolic content. At the beginning of the war the posters represented propaganda of mass heroism, the image of I.V. Stalin as a party leader, the theme of the struggle of Communism against Nazism, and the Red Army, which alone resisted Hitler's aggression. By the end of the war, posters increasingly used themes of individual heroism, the image of "Stalin as a party and state leader" was replaced by "Stalin as a commander and leader of the nation", and the theme of loneliness in confronting the aggressor was replaced by the joint struggle of the USSR and its allies.

Keywords: Soviet poster, propaganda, Great Patriotic War, image of enemy, Red Army, I.V. Stalin, nazism, victory

DOI: 10.37313/2658-4816-2024-6-4-116-125

EDN: ERQBZC

Aleksei Zakharchenko, Doctor of History, Associate Professor, Professor of the Department of Humanities. E-mail: zaharchenkoav@gmail.com
Oleg Alekseev, Bachelor, Faculty of Finance.
E-mail: 230831@edu.fa.ru