

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ

В разделе публикуются исследовательские работы школьников, выполненные в самых разных областях знаний. В журнале представлены исследования участников различных всероссийских конкурсов и конференций.

2010 год стал юбилейной годовщиной Великой Победы советского народа в Великой Отечественной войне. 2011 год тоже был юбилейным — 22 июня 1941 года, 70 лет назад, началась эта страшная война. Тогда в нечеловеческих условиях каждый выполнял своё дело, приближая Победу — в окопе, у станка, в консерватории, у холста.

### Эстетическая ценность советского военного плаката (на примере плакатов времён Великой Отечественной войны)

**Аванесова Кристина,**

учащаяся Центра дополнительного образования детей «Малая академия», г. Краснодар

Научный руководитель —

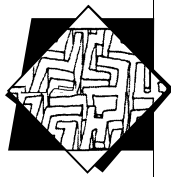
**Коцарь Евгений Сергеевич,**

педагог дополнительного образования Центра дополнительного образования детей «Малая академия»

Данный исследовательский проект посвящён анализу эстетической ценности советского агитационного плаката периода Великой Отечественной войны.

Его гипотезой послужит предположение, что агитационный плакат тоже может быть произведением искусства и подчиняться не только сиюминутным политическим потребностям общества, но и вечным законам человеческой красоты. **Актуальность исследования,** таким образом, мы видим в том, что плакат Великой Отечественной войны являлся одним из действенных методов борьбы с врагом. При этом мы считаем, что плакат оставался одним из немногих в те страшные дни примером прекрасного — среди разрухи, боли и ожесточения.

**Цель исследования:** может ли агитационный плакат быть образцом искусства?



#### Задачи:

- понять суть и предназначение и проследить исторические корни развития советской политической рекламы;
- выявить роль агитационного плаката в политическом процессе, законы его создания;
- оценить значимость плаката как агитационного продукта и предмета искусства;
- исследовать особенные черты исторического периода Великой Отечественной войны, повлиявшие на плакаты, создававшиеся в это время, отметить их характерные черты.

**Предмет исследования:** советский плакат времён Великой Отечественной войны. Плакатная графика принадлежит к одному из самых массовых видов изобразительного искусства. Особую страницу в истории её развития вписал советский политический плакат, выполнявший задачи наглядной пропаганды и агитации. Начавшись в 1919 году со знаменитых «Окон сатиры РОСТА», плакат достиг пика политической остроты и высокого художественного уровня в период Великой Отечественной войны, когда на смену символическим, нарочито упрощённым пришли плакаты реалистические, эмоциональные, рисовавшие доходчивый, живой образ человека с яркой психологической характеристикой.

Плакат Великой Отечественной войны — одно из самых ярких художественных событий культуры XX века. Сегодня, спустя десятилетия, из плакатов 1941–1945 гг. можно составить свою историю войны — субъективную, но яркую.

В начале войны наибольшей популярностью пользовались листы сатирического характера, высмеивавшие врага, а также плакаты, призывающие и направленные на укрепление боевого духа солдат. Так, первым плакатом, появившимся на стенах домов 23 июня 1941 года, был лист художников Кукрыниксов (М. Куприянов, П. Крылов, Н. Соколов) «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!».

Нужно отметить, что воин Советской Армии расположен в правой части плаката, а Гитлер в левой. Интересно, что на многих советских военных плакатах противостоящие силы изображаются аналогичным образом. Правый верхний квадрат, и вообще правая сторона картины или плаката с точки зрения психологии зрительного восприятия, занимает особое место. На многих военных плакатах именно на этом месте изображаются бойцы Красной Армии, устремляющиеся в атаку на фашистов, фигуры которых помещаются на левой стороне плаката, в нижней части. Не останавливаясь на анализе этого композиционного приёма, отметим лишь, что подобное решение помогает более глубокому раскрытию содержания, повышает выразительность произведения.



274. Кукрыликсы  
«Беспощадно разгромим и уничтожим врага!» 1941

Сатирический плакат во время войны был очень популярен, так как показывал в смешном свете врага и тогда, когда он был грозен и опасен в начале войны, и в то время, когда немецкая армия начала терпеть первые поражения. Популярны были сюжеты противостояния сил: злой – агрессивной и справедливой – защищающей. Яркие плакаты были созданы И. Серебряным «Накося, выкуси!», Н. Долгоруковым «Он слышит грозные напевы», В. Дени «На Москву! Хох! От Москвы: ох». Больше всего карикатурных плакатов было выпущено «Окнами ТАСС».

Наиболее важными являлись плакаты, призывающие и направленные на укрепление боевого духа солдат. В самом начале войны появился и знаменитый плакат-призыв Ираклия Тоидзе «Родина-мать зовёт!».

С самого начала Великой Отечественной войны сурово смотрящая с плаката женщина, объединившая в себе образ матери и Родины, провожала советских солдат на фронт. Переоценить эмоциональное влияние, которое оказывало это творение Ираклия Тоидзе на фронтовиков, невозможно: плакат оберегали не менее тщательно, чем знамя.

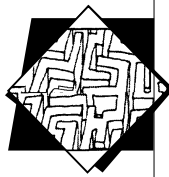
Очень искренний плакат первых дней войны – лист В. Корецкого «Наши силы неисчислимы», который нес идею создания единого народного ополчения для борьбы с врагом. Осенью 1941 года, когда враг вплотную подошёл к столице, был создан графический лист Н. Жукова и В. Климашина «Отстоим Москву!». Авторы придали воину черты народного героя, находящегося на высочайшем эмоциональном подъёме, а Кремль за спиной воина олицетворял вечный символ Москвы и всей страны.

За время Великой Отечественной войны художники создали тысячи плакатов, которые выпускались миллионными тиражами. Мы, согласно структурной интерпретации эстетического воздействия агитационного плаката по Г.Г. Почепцову (2001)<sup>1</sup>, можем выделить следующие содержательные группы:

Первичная семиотическая система	Вторичная семиотическая система	Код
Плакат как сообщение	Пропагандистская кампания	Идеология

В нашей работе мы рассматриваем советские военные плакаты, прежде всего, в рамках **всей идеологической кампании** Великой Отечественной войны. И их эстетической ценностью в таком случае будет являться сила воздействия на адресата плаката. Часть образов, символов и знаков несёт на себе функцию указания на определённые

<sup>1</sup> Почепцов Г.Г. Теория коммуникации М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2001. 656 с.



ную идеологию. Причём нас в данном случае интересует не столько идеология героев, изображаемых на плакатах, сколько идеология авторов, источников и адресатов плакатов как сообщений.

Таковыми идеографическими знаками являются звёзды на касках бойцов Красной и Советской армии, свастики, обозначающие гитлеровский фашизм. На плакате «Раздавим фашистскую гадину» гадина под гусеницами танка — это метафора фашизма, а сам танк — это метафора Красной армии.

Найдена удачная символическая характеристика фашизма. Враг показан в виде извивающейся огромной змеи в форме свастики, которую давит танк Красной Армии. Работа выполнена с использованием характерного для плаката приёма: без фона, с применением только чёрного и красного цветов. Изображение борющихся сил — агрессивной и отражающей агрессию — дано в резком противостоянии. Но обе фигуры имеют плоскостной силуэт. Ограничение в красках было вызвано необходимостью — для быстрого воспроизведения в печати палитра красок должна была быть небольшой.

Итак, в годы войны отчеканился художественный стиль советского плакатного искусства. Наш плакат всегда был лаконичным и выразительным. Его даже издали легко воспринимал быстро идущий человек. На листе плаката обычно помещались одна-две фигуры, их действие подчёркивалось характерным движением. Применяемые цвета были яркие и в своём сочетании усиливали выразительность изображения. Художники научились внимательней вглядываться в лица людей, передавать их характеры и психологию — это сделало плакат ещё более активным и впечатляющим. Эстетика советского плаката военных лет подчиняется строгой задаче — мобилизовать различными художественными приёмами советский народ на Победу. И она с блеском решает её, став одним из наиболее эффективных оружий войны.

Таким образом, отвечая на вопрос, заданный нами в начале исследования, мы можем сделать вывод, что агитационный плакат периода Великой Отечественной войны **полностью отвечает эстетическим представлениям**. На его основе формировалось мировоззрение и идеологическая целостность победившего фашистскую Германию поколения, он стал историческим источником для последующих поколений советских людей. И сейчас он является неотъемлемой частью нашего представления не только об искусстве XX века, но и действительно о прекрасном. Так как прекрасное — это наша история, наша жизнь, жизнь нашей страны!



А. Кокорекин. Смерть фашистской гадине!  
1942 год