

НАПРЯМ 2. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВСЕСВІТНЬОЇ ІСТОРІЇ

Барабанюк Ірина Миколаївна,

здобувачка профільної середньої освіти історико-правового факультету Обласного наукового ліцею в м. Рівне Рівненської обласної ради

Федорчук Сергій Валерійович,

керівник гуртків Рівненської Малої академії наук учнівської молоді

Гочмановський Дмитро Леонідович,

вчитель історії Обласного наукового ліцею в м. Рівне Рівненської обласної ради

РАДЯНСЬКА ВІЗУАЛЬНА ПРОПАГАНДА У РОКИ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ

У ХХ столітті пропаганда стала одним із найважливіших інструментів впливу держави на суспільство. Особливого розвитку вона набула в Радянському Союзі, де перетворилася на складову частину політичної системи та охопила практично всі сфери життя населення. Візуальна пропаганда в СРСР відіграла провідну роль у формуванні суспільної свідомості, поширенні комуністичної ідеології та створенні образу «радянської людини». Через плакати, символи, агітаційні матеріали, масові демонстрації та мистецтво радянська влада формувала у громадян необхідні уявлення про державу, ворога та майбутнє суспільства.

Особливістю радянської пропаганди було те, що вона діяла в умовах тоталітарної держави, де вся інформаційна політика підпорядковувалася одній ідеології. Пропаганда використовувалася не лише в політичній сфері, а й у культурі, мистецтві, освіті та повсякденному житті. Література, музика, кінематограф і образотворче мистецтво стали важливими засобами впливу на масову свідомість [3].

Найефективнішою формою впливу стала саме візуальна пропаганда. Її сила полягала у швидкому емоційному сприйнятті образів та символів. Центральне місце у радянській візуальній пропаганді займав агітаційний плакат. Плакати створювали образи

героїчного радянського народу, «світлого майбутнього» та ворогів держави [1].

Період Другої світової війни став визначальним етапом у розвитку радянської візуальної пропаганди, особливо агітаційного плаката, коли він досяг найвищого рівня політичної гостроти та художньої виразності. Якщо раніше плакати часто були символічними і спрощеними, то у воєнні роки стали більш реалістичні й емоційні, спрямовані на безпосередній психологічний вплив на думку глядача. Вони не просто повідомляли інформацію, а закликали діяти: йти на фронт, працювати для перемоги, підтримувати армію. Тим самим радянська влада намагалася об'єднати суспільство, зміцнити віру в перемогу та нав'язати суспільству «вірні» погляди.

З початком німецько-радянської війни (1941-1945 рр.) художники-плакатники оперативно відгукнулися на події перших днів. Вже до вечора 22 червня 1941 року П.М. Крилов, М.В. Купріянов, М.О. Соколов створили ескіз плаката «Нещадно розгромимо й знищимо ворога!», а 24 червня 1941 року цей плакат з'явився на вулицях Москви й був надрукований у газеті «Правда». На плакаті багнет, який тримав воїн Червоної Армії, втикався прямо в голову «фюрера», що цілком відповідало кінцевій меті подій, що розгорталися. Духу часу відповідало й вдале сполучення у сюжеті плаката героїчного й сатиричного образів. Пізніше перший плакат «Великої Вітчизняної війни» неодноразово відтворювався у пресі.

Через тиждень після початку війни з'явився один з найвідоміших плакатів війни 1941-1945 років: плакат роботи І. Тоїдзе «Батьківщина-мати кличе!». Він був виданий численними тиражами на всіх мовах народів СРСР. Художник талановито представив романтичний узагальнений образ Вітчизни. Основна сила впливу цього плаката міститься у психологічному змісті самого образу – зображенні схвильованої простої жінки, її закличному жесті[5].

У перші місяці війни сюжети героїчних плакатів були насичені сценами атак й єдиноборства радянського воїна з «фашистом», причому основна увага, як правило, зверталася на передачу нестримної люті на ворога. Це плакати Н. Долгорукова «Ворогу не буде пощади!», О. Кокорекіна «Бий фашистського гада». Наявність багатьох постатей у композиції цих плакатів підкреслювала, що боротьба з ворогом є справою всього народу.

Також художники-плакатники не залишили без уваги й тему партизанського руху. До числа найбільш відомих плакатів

відносяться: О. Кокорекіна «Розпалюйте партизанську війну у фашистському тилу!..», В. Корецького й В. Гицевича «Партизани! Бийте ворога нещадно!»[5].

Після того, як Червона армія зупинила наступ німців і перейшла у контрнаступ, з'явилися плакати, що відображали успіхи радянських військ. У 1943 році В. Іванов створив плакат «Ми п'ємо воду з рідного Дніпра, скоро будемо пити з Прута, Німану та Бугу», у якому підкреслювалося визволення українських територій і подальший рух армії на захід. Поряд із Радянською Армією, яка продовжувала розривати ланцюги нацистської окупації Європи, плакат Д. Шмарінова «Червона армія несе визволення» з'являвся у польських, чеських, угорських та румунських містах. Наприкінці Другої світової війни Л. Голованов відзначив перемогу, намалювавши плакат із зображенням тріумфуючого радянського солдата в Берліні та розмістивши напис «Дійшли!» на стінах Рейхстагу [3].

Однією з ключових особливостей радянської пропаганди воєнного часу стало свідоме створення конкретних образів, через які пояснювалися події війни та роль людини в них. Найважливішими стали образи «ворога» та «друга», в основу яких було покладено принцип різкого контрасту між «своїми» та «чужими». Образ «свого» подавався як морально сильний, відданий Батьківщині захисник або сумлінний трудівник тилу, тоді як «ворог» навмисно зображувався спрощено й агресивно. Саме конструювання негативного образу противника відіграло вирішальну роль у мобілізації населення. Більш детально те, як саме через плакатну продукцію формувалося бачення зовнішнього ворога, досліджують О. Маєвський [6], К. Сусленко та О. Смержевська.

Активно застосовувався прийом дегуманізації ворога. Наприклад, на плакаті «Убий загарбника-ворога» зображений солдат СС, що тримає у волохатій руці автомат, з дула якого йде дим після розстрілу жінки. Ця рука ворожого солдата посилює емоційний ефект, за яким він не простий супротивник, а носій «низької культури», варвар, звір, що прийшов на радянську землю тільки задля того, щоб убивати та руйнувати. Значна кількість плакатів була спрямована на висміювання німецьких солдатів та офіцерів. Ці зображення мали підсилювати ненависть й зневагу радянських людей до окупантів[4].

Упродовж війни образ ворога в радянській пропаганді зазнавав змін. Починаючи з 1943 року, у плакатному мистецтві дедалі більшого значення набуває мотив очікування перемоги. Такі плакати мали

втілювати образи, що висміювали німців і переконували радянських людей в неминучій перемозі над Третім Рейхом. Також значну частину становили сатиричні зображення керівництва нацистської Німеччини, насамперед Гітлера. Плакат «Моя боротьба...» є карикатурою на Гітлера, де його зображено як побитого боксера на рингу, а кожна його рана означає поразки на фронті. Частина плакатів у гротескній формі формувала уявлення про «фашизм» та гітлеризм як ідеологію, приречену на поразку[4].

Період окупації характеризувався появою нових мотивів у плакатній продукції. Вплив на свідомість людей здійснювався не лише через прямі заклики, а й через зображення звичайної людини, її повсякденного життя та переживань. У радянській візуальній пропаганді воєнного часу особливе місце посіли образи представників тилу – матерів, жінок, дітей і робітників, які уособлювали страждання війни, але водночас підкреслювали необхідність праці та підтримки фронту.

Окрему увагу варто приділити формуванню образу українців у радянській пропаганді, яке відбувалося під впливом усталених стереотипів та історичних уявлень, що склалися ще в попередні періоди. Хоча офіційно проголошувалося визнання національної специфіки, у візуальних матеріалах українці часто зображувалися узагальнено. У радянській культурі закріпилися спрощені типові образи, які використовувалися для ідеологічних потреб і підпорядковувалися загальній концепції «єдиного радянського народу»[4].

Провідною темою радянської пропаганди після війни стала відбудова народного господарства, відображення повсякденної праці громадян СРСР, при цьому, треба було показати, що частиною загальної справи є праця кожного. Плакат стверджував велич творчої праці, відображав успіхи у галузях суспільного та культурного життя. Через прості й зрозумілі заклики формувалось уявлення про те, що відновлення країни є спільним обов'язком кожного громадянина, зокрема гасло «Відбудуємо на славу!» (1945 р.) з плаката В. Іванова, яке свідчить про характер повоєнної відбудови. Плакат «Як в бою – так і у праці!» відображає прагнення радянської влади мобілізувати суспільство на здійснення відбудови народного господарства, а також акцентує увагу на джерелі відбудови – ентузіазмі робітників[2].

Таким чином, візуальна спадщина радянської пропаганди має вагомe значення для формування історичної пам'яті. З одного боку,

вона є цінним історичним джерелом, яке репрезентує офіційну ідеологію, ключові пріоритети держави та інструменти впливу на суспільну свідомість. З іншого – ця спадщина потребує критичного осмислення, оскільки створені образи й гасла часто викривляли реальність, підміняли історичну правду і сприяли закріпленню міфологізованого сприйняття минулого. Критичний аналіз радянської візуальної пропаганди дозволяє не лише глибше зрозуміти механізм впливу на масову свідомість, а й сприяє усвідомленню необхідності відповідального та неупередженого осмислення історичного минулого в сучасних умовах.

Література

1. Авраменко А. В. Радянський плакат 1920–1930-х рр. як засіб пропаганди [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f2b5e0a5-4e34-44c6-aecc-93ac91f01992/content>
2. Агітаційні плакати та газети. Відбудова [Електронний ресурс] // Проєкт «ProUkrhistory». Режим доступу: <https://www.proukrhistory.com.ua/a>
3. Жарков В. В. Організаційно-ідеологічна робота в РСЧА в 1939–1941 рр. *Ярославський педагогічний вісник*. 2010. № 2. С. 66–70.
4. Кафтан М., Лягуша А., Ферт А., Шліхта Н., Коляструк О. Історія як пропаганда: навч. вид. / упоряд. А. Ферт. С. 210–214. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://competition.novadoba.org.ua/files/Istoriia_iak_propahanda_posibnyk.pdf
5. Шейміна Н. Пропагандистський плакат як історичне джерело [Електронний ресурс]. Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д. І. Яворницького: офіційний сайт. 2015. Режим доступу: https://www.museum.dp.ua/uk/article_2015_41/