

Секция «Литературный процесс и журналистика: история, критика, публицистика»

## Агитационные плакаты Великой Отечественной войны

Научный руководитель – Самолетов Сергей Александрович

*Завьялова Анастасия Олеговна*

*Студент (бакалавр)*

Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург,  
Россия

*E-mail: zavjalova\_nastiy@mail.ru*

Великая Отечественная война 1941-1945 годов является одним из ключевых событий в Российской истории, которое кардинально повлияло на мировую обстановку в целом. За сравнительно небольшой период времени произошли значительные изменения методов пропаганды, трансформирующиеся в нечто совершенно новое. Главный ресурс — противопоставление человеконенавистнической идеологии фашизма и таких общечеловеческих идей и ценностей как национальная независимость, справедливость, гуманизм, любовь и миролюбие.

Агитационный плакат как явление, полноценно сформировавшееся в период Великой Отечественной войны — новая эпоха агитационного искусства, средств массовой информации и политической пропаганды, оптимальное соединение изображения и текста, позволявшее формировать общественное мнение, создавать образ врага, объединять людей, спланировать советских воинов.

Актуальность данного исследования определяется тенденциями развития современной журналистики и общественно-политической обстановкой в мире. Информационные войны ведутся и по сей день, в связи с чем уделяется большое внимание процессам воздействия на аудиторию, в числе которых и речевое воздействие. В последнее время увеличился интерес к малым формам журналистских текстов. Плакат Великой Отечественной войны как один из эффективных инструментов информационной войны не был еще достаточно изучен и требует детального рассмотрения языковых и неязыковых средств данного жанра, а также анализа его составляющих, композиции и выразительных средств.

В первые годы войны, когда враг стремительно захватывал все большие территории, плакат носил более драматический, даже трагический посыл. Самым распространенным и востребованным сюжетом стал образ женщины. Женщина в традиционном смысле представительница слабого пола заменила у рабочего станка ушедшего на войну мужчину и освоила сельхозтехнику. Она и мать, нуждающаяся в защите, олицетворяла собой Родину, стала символом мирной жизни, за которую нужно бороться. Например, художницы Н. Ватолина и Н. Денисова создали плакат «Больше хлеба для фронта и тыла. Убрать урожай полностью!» (Приложение 1), ориентированный на женскую аудиторию, с призывом поддержать фронт, заменив защитников на производстве.

Болгарский исследователь Х.Н. Кафтанджиев [1] делит плакатный текст на следующие структурные единицы: заголовок, подзаголовок, лозунг и основной текст. Подзаголовок выступает связующим звеном, и его присутствие сразу подразумевает наличие заголовка и основного текста плаката. Основной текст строится согласно следующим коммуникативным моделям [3]: перевернутая пирамида, согласно которой самая важная информация идет в начале, стратегия диалога — для взаимосвязи с заинтересованной аудиторией, текст от имени известных личностей, а также драматизированная с конфликтом в основе и его преодолением, инструктирующая с аргументами в виде инструкции и сравнительная стратегия. Данные стратегии не встречаются в чистом виде.

Создатели агитационных плакатов Великой Отечественной войны верили в победу, этот настрой отразился в их работах, вдохновляя людей. Одним из таких вдохновителей стал Самуил Яковлевич Маршак, известный в первую очередь как русский поэт и детский писатель. Как и многие литераторы, он был готов отложить писательское перо и отправиться на фронт защищать Родину. Но в военкомате он получил отказ: «У вас есть более мощное оружие — ваши стихи» [2].

Известный плакат Н.Н. Ватолиной «Не болтай!» (Приложение 2) опровергает распространенное мнение, что текст играл только сопровождающую роль и писался исключительно под уже созданные иллюстрации. Маршак написал строки: «Будь начеку! В такие дни подслушивают стены. Недалеко от болтовни и сплетни до измены», — и лишь после этого художнице было предложено иллюстративно их оформить.

Наиболее яркое и продуктивное сотрудничество С.Я. Маршака было именно с Кукрыниксами. Так сложилось, что поэт жил с художниками Михаилом Васильевичем Куприяновым, Порфирием Никитичем Крыловым и Николаем Александровичем Соколовым по соседству. Творческий квартет начал свою деятельность с инициативы поэта. В самые первые дни войны от Маршака поступило предложение объединить два жанра: стихотворение и рисунок. Уже на следующий день все четверо принялись за работу. Повсеместное признание коллектив получил после создания памфлетов «Аттестат зрелости» серии «Окно ТАСС» №177 и «Юный Фриц» серии «Окно ТАСС» №307, и плаката «Долг платежом красен» серии «Окно ТАСС №191» (Приложение 3). Плакаты получались настолько удачными, что сам Гитлер признал авторов своими личными врагами и обещал их расстрелять, как только возьмет Москву.

Важное значение имеют обе части композиции плаката — вербальная и изобразительная. Плакат считался удачным, если совмещал в себе художественные достоинства и практическую эффективность. Вербальные и иконические тексты при правильном использовании дают произведению самый важный коммуникативный эффект — связность, без подтекстов и возможности двоякой интерпретации.

Исторически агитационный плакат в нашей стране изначально имел миролюбивую позицию, выступая за восстановление справедливости и за установление мира. В настоящее время политический, в частности, агитационный плакат потерял свое былое значение и его использование свелось к минимуму. Это связано с появлением новых современных средств массового информирования и влияния на общественное мнение. Однако отдельные приемы, тематика и выразительные средства, присущие агитационным плакатам того времени, перешли в социальный плакат, и все еще активно используются в политической сфере и некоторыми современными СМИ.

### Источники и литература

- 1) Бернадская Ю.С. Копирайтинг: Учеб. пособие. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2003.
- 2) Гейзер М.М. Маршак. М.; Молодая Гвардия, 2006.
- 3) Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы. М.; Изд-во Смысл, 1995.

### Иллюстрации



Рис. 1. Приложение 1





Рис. 3. Приложение 3