



Н. Кашина Учись бить врага. 1941. Частная коллекция

Жанр плаката — неотъемлемая часть графики и изобразительного искусства. В советское время плакаты служили средствами агитации и пропаганды, воздействующими на сознание и настроение людей со школьной парты с целью побуждения их к участию в политической или другой деятельности.

Когда в 1941 году нацистская Германия напала на Советский Союз, по всей стране была объявлена мобилизация. Обширная призывная работа проводилась и в Узбекистане. Деятели изобразительных искусств также были вовлечены в этот процесс. Многие художники отошли от традиционных пленэрлов и этюдов и начали создавать плакаты, рекламные щиты и картины, воодушевляющие людей на борьбу с врагом. На собрании Союза художников Узбекистана 22 июня 1941 года было принято решение о выпуске плакатов на основе оперативной информации.

В сентябре 1941 года начали выпускаться так называемые «окна» — агитационные плакаты Узбекского телеграфного агентства (УзТАГ), сначала в Ташкенте, а затем его филиалов в Самарканде, Бухаре и Фергане. Содержание плакатов определялось в соответствии с фронтовыми сводками. Эти плакаты посвящены разоблачению намерений нацистских захватчиков, формированию узбекских дивизий, мобилизации в тылу, интенсификации рабочего процесса на заводах и полях, помощи эвакуированным и воспитанию сирот.

Алишер Эгамов,
искусствовед

Значение агитационных плакатов в годы Второй мировой войны

Плакаты рисовались вручную, копировались с помощью красок и трафаретов и печатались в небольших количествах. Они размещались в витринах магазинов и окнах организаций, на людных улицах и площадях, в населенных пунктах по всей республике.

Плакат «Учись защищать Родину!» (1941) художников Александра Александрова (1894–1948) и Виктора Волчека (1910–1985), эвакуированных в Узбекистан, был призван мобилизовать людей на борьбу. Композиция проникнута духом патриотизма, что подчеркивается красным фоном изображения.

Процесс мобилизации отражен и в работе «Учись бить врага» (1941) художника Надежды Кашиной (1896–1977).

Плакаты военных лет в лаконичной форме и ёмких надписях прославляли храбрость и патриотизм воинов, их самоотверженную защиту Родины от захватчиков. Они заряжали энтузиазмом население в тылу и поднимали боевой дух на фронте, поэтому в годы войны приобрели большую популярность. Их содержание передавалось из уст в уста. Люди с нетерпением ждали появления новых выпусков, которые оперативно доставлялись на передовую. Плакаты увеличенного размера размещались на щитах и устанавливались в местах прохождения марша роты, дивизии или на линии фронта. Они вызывали у советских воинов чувство гордости за свою родину, а фашисты стреляли по этим плакатам.

Владимир Кайдалов (1907–1985) с 1930 года работал как художник-график и мастер плаката на военные и политические темы. Его работа «...Будет и на нашей улице праздник!» (1942) (№ 88 в серии «Удар по врагу») является одним из наиболее известных советских плакатов. Он был издан массовым тиражом и распространён по всему Союзу. В центральной части работы изображен кавалерист, преследующий с другими воинами фашистских захватчиков, а на заднем плане советский солдат на аккордеоне играет победную песню. Резкие и неистовые движения фигур в композиции придают графике особую выразительность и приподнятое настроение. Позже Кайдалову было присвоено звание народного художника Узбекистана.

С 27 июля по 10 августа 1941 года в Ташкенте с большим успехом прошла первая в республике выставка антифашистского плаката. Приняли участие в выставке и узбекские художники-графики.

Хотя композиция плаката очень компактна, его компоненты, творческие инструменты и форма тщательно продуманы. Цвета привлекают внимание, текст лаконичный и четкий. На плакатах стало популярным помещать патриотические строки поэтов и писателей. Художники считали, что «врага надо сокрушать кистью и словом».

Примером тому является плакат «Если враг не сдаётся — его уничтожают» (1942) заслуженного художника Узбекистана Бориса Жукова (1906–1987). На первом плане изображён писатель Максим Горький, автор этих слов, указывающий рукой в сторону врага. На заднем плане виден яростный бой с противником на земле и в небе. Образ писателя представлен в стиле социалистического реализма, диктуемом идеологией того времени.

В годы войны сатирическое изображение противника широко использовалось в советских плакатах. Фашистов представляли уродливыми, часто в образе змеи или дикого зверя. Основная цель изображения — вызвать у людей негативное отношение к врагу, а цель текста под рисунком — побудить людей защищать Родину (1, с. 14–15).

Много карикатур в дни войны нарисовал один из первых узбекских мастеров плаката Наби Хофизов (1893–1959). Например, в работе «Красив, как Геббельс» (1941) он сатирически изобразил гитлеровца как безобразного и жалкого человечка, облик которого полностью противоречит пропагандируемым им же идеям.

В кровопролитных боях Красная Армия потеряла большое количество боевой техники. Спленченность людей на фронте и в тылу, самоотверженный труд и мобилизация народа для достижения победы стали основными темами плакатов, созданных летом и осенью 1941 года (2, с. 6).

В годы войны женщины составляли основную рабочую силу на заводах и в колхозах и с честью выполняли поставленные задачи. Особое место в творчестве многих художников занимали работы, мобилизующие узбекских женщин на самоотверженный труд. В частности, плакат «Заменим наших мужей и братьев» (1941) Надежды Кашиной, опубликованный УзТАГ в 86-й серии, является ярким тому примером. В центре плаката труженица призывает всех женщин работать ради воинов, защищающих Родину. В резком контрасте и ритмической гармонии композиции ощущается модернистский стиль Кашиной.

На плакате «Узбекистан — шеф Ленинграда» (1942) Усто Мумина (Александра Николаева, 1897–1957) изображена женщина, работающая в тылу. В композиции, не отступающей от правил плаката, заметен неповторимый творческий подход Усто Мумина к воспроизведению реальности. В изображении фигур гармонично сочетаются иконографика, свойственная западному изобразительному искусству, и духовный мир, присущий народам Востока. В цветовой гамме преобладают светлые тона.

Образы женщин, изображенных на плакатах того времени, условно можно разделить на группы: «жена, любимая» и «мать». На плакатах с образами первой группы изображались красивые молодые женщины, умоляющие солдат защитить их от врага или работающие на фабриках и полях вместо мужчин, чтобы обеспечить воинов всем необходимым. На плакатах с образами второй группы изображены пожилые женщины, обращающиеся к своим детям с просьбой спасти их от немецко-фашистских захватчиков и с требованием полного разгрома врага (1, с. 14).

После победы в боях на подступах к Москве тематика военных плакатов дополнилась композициями, призывающими к мести нацистским захватчикам. Сдержанность,



А.Александров, В. Волчек. Учись защищать Родину! 1941. Частная коллекция



Н. Кашина. Заменим наших мужей и братьев. 1941. Галерея «ARTSTORY»



В. Рождественский. Сын узбекского народа! Твои предки предпочли грызть зубами цепь рабства, чем жить в неволе. 1943. Галерея «ARTSTORY»

характерную для призывов первого года войны, сменила резкость. Их девизом стал: «Кровь за кровь, жизнь за жизнь». Солдаты и партизаны изображены на плакатах как мстители. Плакат «Отомстите, братья!» (1943), созданный Борисом Жуковым (1906–1987), выражал ненависть к нацистам и призывал поквитаться с ними.

В плакате «Сын узбекского народа! Твои предки предпочли грызть зубами цепь рабства, чем жить в неволе» (1943) Владимира Рождественского (1897–1949) звучит призыв к непримиримости к врагу, его разгрому. Общая структура и колорит композиции выдержаны в духе книжных иллюстраций. Не исключено, что художник работал над этим плакатом под влиянием произведений Ойбека «Алишер Навои» и «Священная кровь», которые в то время были популярны и любимы узбекскими солдатами. С ростом числа пропагандистских публикаций на узбекском языке его носителям стали доступны героико-патриотические рассказы. Фронтовые газеты и плакаты освещали храбрость среднеазиатских солдат в бою (3, с. 39–63).

В плакате сочетается феномен «слово — изображение», поэтому в информационно-психологической войне он сыграл важную роль как мощное средство воздействия. Плакаты помогали людям быстро понимать и интерпретировать тему информации и побуждали к действию. Из-за репрессий против художников во времена Сталина многие плакаты превратились в редкие произведения искусства. Дошедшие до нас военные плакаты хранятся в музеях и частных коллекциях по всему миру.

Хотя сейчас мы не видим пропагандистских плакатов на улицах, мы часто встречаем их электронную форму в Интернете и на телеканалах. Назначение и функции плакатов изменились: теперь они в основном служат бизнесу. Лозунги, призывающие людей творить добро, честно работать и строить процветающее будущее, остаются лишь элементом украшения зданий.

Литература

1. Спешилова А. Плакат времен второй мировой войны: жанровые разновидности, композиция, язык. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. канд. филол. наук. – Москва, 2008.
2. Шклярук А. Плакаты войны и победы 1941–1945. – Москва, 2005.
3. Red Army Propaganda for Uzbek Soldiers and Localized Soviet Internationalism during World War II. Boram Shin. The soviet and post-soviet review 42, 2015.