Е.В. ЖЕРДЕВ
Доктор искусствоведения, профессор кафедры «Промышленный дизайн» РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

ТАНЬ ИФУ
Аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: 277981887@qq.com

E.V. ZHERDEV
Doctor of Art History, Professor of the Department of Industrial Design, Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

TAN YIFU
Postgraduate Student at the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: 277981887@qq.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_384_392

ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ НА ПЛАКАТАХ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ СССР И ВОЙНЫ КИТАЯ С ЯПОНИЕЙ

WOMENS IMAGEES ON POSTERS FROM THE GREAT PATRIOTIC WAR OF THE USSR AND CHINAS WAR WITH JAPAN

Статья посвящена женским образам на плакатах времен Великой Отечественной Войны СССР и войны сопротивления Китая Японии.

The article focuses on female images on posters from the great Patriotic War of the USSR and the Chinese Resistance War against Japan.

Ключевые слова: женские образы, плакаты, война, пропаганда, мобилизация, история, искусство.
Keywords: female images, posters, war, propaganda, mobilization, history, art.

Традиционные представления, как правило, рассматривают войну как исключительную прерогативу мужчин. Однако, если посмотреть на плакаты и печатные издания, выпущенные во время войны между двумя странами, то можно увидеть большое количество пропагандистских работ, в которых изображены женщины.

Великая Отечественная война Советского Союза с 1941 по 1945 год и война сопротивления Китая Японии с 1937 по 1945 год относятся к одним и тем же важным главам мировой антифашистской войны. Это то время, когда две этнические группы находились в опасности. Цель статьи — систематизировать пропагандистские плакаты военного времени двух стран, а также классифицировать и сравнить женские изображения на них. Основное внимание в статье уделяется изучению того, как две страны формируют женские образы посредством художественного творчества в различных культурных и исторических контекстах и как эти образы отражают их соответствующие национальные представления, национальные эмоции и потребности в мобилизации. Этот кросс-культурный визуальный анализ направлен на выявление общих стратегий и уникальных проявлений женских образов как средства пропаганды, чтобы углубить понимание взаимодействия между войной, искусством и гендерной идентичностью в XX веке.

Великая Отечественная война Советского Союза (1941–1945) и война сопротивления Китая Японии (1931–1945) были двумя главными полями сражений во Второй мировой войне и важной частью мировой антифашистской войны. В годы войны исход зависит не только от военного противостояния, но и от мобилизации духовных сил населения. Именно поэтому всестороннее стимулирование патриотических чувств всего народа и осуществление эффективной пропаганды против врага стали ключевой частью победы в войне. Точно так же, как Сталин мобилизовал весь советский народ на Великую Отечественную войну с лозунгом «Все для фронта, все для победы» в своем выступлении по радио, так и Мао Цзэдун считал, что в затяжной войне каждый солдат и каждый народ должны понять, почему они сражаются и какое отношение война имеет к ним. Эта мысль, по его мнению, должна быть доведена до сведения всех военных и гражданских лиц, чтобы вызвать бум антияпонских настроений [1]. В этом плане большое внимание уделялось агитационным плакатам.

В Китае национальная мобилизация во время войны столкнулась с огромными трудностями. Во время войны с Японией распространение

информации еще было недостаточно развито, уровень коммуникации между городскими, сельскими и региональными районами по своей сути был неодинаков, хотя города могли полагаться на газеты и радиовещание для передачи информации в большей степени, чем сельское население. В сельской местности из-за слабой коммуникационной базы и в целом низкого уровня грамотности населения эффект текстовой пропаганды был весьма ограничен. Из-за этого важно было найти прямую и мощную форму визуальной пропаганды, способную преодолеть словесные барьеры. Такие виды искусства, как пропагандистские плакаты, гравюры и комиксы, не только произвели революцию в способах получения информации людьми, но и сыграли незаменимую мобилизующую роль в годы войны.

Существующие в академическом сообществе исследования пропагандистских произведений сосредоточены на их политических функциях и формах искусства, однако специализированного обсуждения женских образов в них по-прежнему недостаточно, особенно из-за отсутствия систематического межкультурного сравнения. Исходя из этого, в данной статье в качестве объекта исследования взяты пропагандистские плакаты времен Великой Отечественной войны Советского Союза и войны сопротивления Китая Японии.

Пропагандистские плакаты времен войны использовали визуальные приемы жестких линий, сильных контрастов и преувеличенных форм, чтобы сформировать мужской образ и создать сильное визуальное воздействие. Однако, если обратить внимание на формирование женских образов на пропагандистских плакатах времен Великой Отечественной войны Советского Союза и войны сопротивления Китая Японии, можно найти много общего. Художники не изображают их по отдельности, а стремятся создать серию типичных ролей, которые могут непосредственно служить целям мобилизации: например, стимулировать стремление к защите и мести, призывать женщин защищать свои семьи и страну. Вместе эти изображения составляют многомерную символическую систему, которая сыграла мощную и уникальную мобилизационную функцию в великом деле призыва населения всей страны к совместной борьбе с врагом.

В пропаганде военного времени «жертвы» являются одним из ключевых образов, формирующих повествование о войне и стимулирующих коллективные эмоции. Среди них женщины часто становятся символическим объектом страданий. Изображая страдания женщин, художники превращают индивидуальную боль в национальную трагедию. В этом плане творческая стратегия в основном выражается в двух направлениях.



Рис. 1. И.М. Тоидзе. Родина-мать зовет! 1941 г.



Рис. 2. В.А. Серов. Приказ Сталина — приказ Родины. 1942 г.

Первое — формирование образа «Матери-Родины», который рассматривается как символ территориальной целостности, святости и мира. Вторжение и раздел советской территории рассматривается как нарушение мира и справедливости. Именно поэтому образ «Матери-Родины» широко используется в пропаганде военного времени, чтобы стимулировать у людей сильное чувство ответственности за защиту Родины и национальной чести. Благодаря агитации, этот образ стал основным символом, объединяющим волю народа и превращающимся в духовный тотем, чтобы противостоять иностранным врагам. Например, советский художник И.М. Тоидзе создал плакат «Родина-мать зовет!», на котором изображена мать, одетая в красное, со строгим выражением лица, призывающая солдат сражаться за свою страну. Этот образ является одновременно метафорой родины и символом советской власти (рис. 1).

В.А. Серов создал плакат «Приказ Сталина — приказ Родины!», на котором сочетается указание главнокомандующего с образом «Матери-родины». Плакат передает волю страны через образ матери и подчеркивает настоятельную необходимость выполнения приказов по защите Родины (рис. 2).

Второй способ заключается в том, чтобы изобразить беспомощность женщин, заключенных в тюрьмах врага, и стимулировать боевой дух солдат по их защите. Цель такого рода изображений — пробудить у бойцов чувство ответственности за спасение беспомощных женщин. Эта

проблема ярко выражена в работе В.Б. Корецкого: «Воин красной армии, спаси!», где мать с маленьким ребенком на руках стоит лицом к нацистскому штыку и бесстрашно смотрит на врага [2, 3] (рис. 3).



Рис. 3. В.Б. Корецкий. Воин Красной армии, спаси! 1945 г.

В этом контексте представляют интерес плакаты китайского художника Ван Шуйи и советского художника И.С. Иванова: «Человек в тюрьме» и «Дни и ночи ждём тебя, боец!» (рис. 4, 5). Изображая заключенных женщин, они создали образ полный горя и беспомощности, чтобы разжечь ненависть к врагу и волю к борьбе с ним. Можно видеть, что, независимо от того, идет ли речь о появлении возвышенных символов или о конкретных страданиях людей, формирование образа страдающей женщины всегда служило основной целью эмоциональной мобилизации советских и китайских воинов к победе над врагом.

Во время Великой Отечественной войны и войны сопротивления Японии многие женщины ушли на фронт и непосредственно участвовали в боях в качестве медицинского персонала, участников боевых действий и т. д. Изображение женщин — участниц боевых действий стало незаменимым и важным элементом пропагандистских плакатов военного времени.

Медицинский персонал, играющий ключевую роль в поддержании боеспособности войск, занимал видное место на советских пропагандистских плакатах. В.Б. Корецкий и В.А. Гицевич на плакате «Вставай



Рис. 4. Ван Шуйи. Люди в тюрьме во время войны сопротивления



Рис. 5. В.С. Иванов. Дни и ночи ждём тебя, боец! 1945 г.



Рис. 6. В.Б. Корецкий, В.А. Гицевич. Вставай в ряды фронтовых подруг, дружинница бойцу — помощник и друг! 1941 г.



Рис. 7. В.Б. Корецкий. Прицел у нас один — Берлин. 1942 г.

в ряды фронтовых подруг, дружинница — бойцу помощник и друг!» изображает женщину-врача, которая с решительным видом идет вперед. Она идет на поле боя бок о бок с солдатами Красной Армии, демонстрируя храбрость и силу женщин.

На плакате В.Б. Корецкого «Прицел у нас один — Берлин», женщины-солдаты на снимке спокойно улыбаются и держат в руках артилле-



Рис. 8. Чжао Ванъюнь. Женщина — солдат. 1938 г.



Рис. 9. Ян Хань. Компания представителей культуры и промышленности. 1946 г.



Рис. 10. Неизвестный художник. Весенние полевые работы — твой вклад в победу! 1943 г.



Рис. 11. Н.Н. Ватолина. Ждем с победой! 1945 г.



Рис. 12. В.А. Серов. Мы восстановим его! 1944 г.

рийские снаряды, которыми они со своими товарищами поражали врага. Это изображение не только показывает участие женщин в боевых действиях, но и своим спокойным и уверенным поведением передает твердую уверенность в силе армии и окончательной победе (рис. 6, 7).

Во время войны против Японии в Китае женщины также появлялись на поле боя. Исходя из этого, Чжао Ваньюнь создал плакат «Женщина-солдат» [2] (рис. 8).

На плакате «Компания представителей культуры и промышленности» (1946 г.) Ян Хань запечатлел сцену, в которой художники выступали глубоко на фронте. Они использовали литературу и искусство в качестве оружия и передавали духовную силу бойцам [4, 5, 6] (рис. 9).

Вместе взятые, эти работы сформировали особый образ храбрости и мужества женщин на войне. В своих работах художники-плакатисты сосредоточивались на выражении твердой воли женщин в борьбе за победу своей страны.



Рис. 13. Джи Гизен. Прядильщицы. 1943 г.

В условиях военного времени участие в производительном труде является для женщин важным способом поддержать войну сопротивления и укрепить тыл, поэтому появилось большое количество пропагандистских плакатов, изображающих женщин, работающих в сельском хозяйстве и в промышленности (рис. 10).



Рис. 14. Ли Цзишэн. Весенняя вспашка. Во время войны сопротивления

На поздних этапах войны тема пропаганды постепенно перешла к перспективам победы и восстановления [3]. На эту тему Н.Н. Ватолина создала плакат «Ждем с победой!», на котором изображен ребенок с цветами на плечах матери, что символизирует ожидание победы (рис. 11). В работе В.А. Серова «Мы восстановим его!» — образ женщин, самостоятельно ремонтирующих дома, плакат призван вдохновить весь народ на участие в послевоенном восстановлении (рис. 12).



Рис. 15. Го Цзюнь. Обучают новым методам ведения работы. 1944 г.

В антияпонской войне Китая женщины играли незаменимую роль во многих областях, таких как текстильная промышленность, сельское хозяйство и образование. Участвуя в организации учебных занятий, курсов повышения грамотности и получая медицинское образование, они стремились к совершенствованию профессиональной деятельности. На эту тему художник Цзи Гусен изобразил на плакате «Женская текстильная группа» разделение труда и сотрудничество четырех женщин в производстве текстильных материалов для передовой (рис. 13). Художник Ли Цзишен на плакате «Занят весенней вспашкой» изобразил сцену совместной работы женщин и детей (рис. 14). На плакате Го Цзюня «Обу-

чают новым методам ведения работы» (1944 г.) изображен момент, когда женщины в осваивают науку и культуру (рис. 15). Все вместе эти работы демонстрируют ту важную роль, которую женщины продолжают играть роль в послевоенном восстановлении народного хозяйства [4; 5; 6].

Пропагандистские плакаты времен Великой Отечественной войны Советского Союза, гравюры на дереве и комиксы о войне сопротивления Китая Японии использовали интуитивно понятный визуальный язык для создания разнообразных женских образов, вызывающих восхищение.

Список литературы:

1. *Мао Цзэдун.* Избранные произведения в 4 тт.: Том 2. Труды периода Войны против японских захватчиков (1). Пер. с кит. — Москва: Издательство иностранной литературы, 1953, 474 с.

2. *Шклярук А.Ф.* Виктор Корецкий. Советский политический плакат. 1928–1983: Альбом. — Москва: КОНТАКТ-КУЛЬТУРА, 2019. — 216 с.

3. *Шклярук А.Ф.* Плакаты Великой Отечественной войны. 1941–1945: альбом. — Москва: КОНТАКТ-КУЛЬТУРА, 2020. — 252 с.

4. *Ли Сяошань, Цзо Юэцзинь.* «Ясное небо» — Сборник гравюр на дереве из освобожденных районов, 1937–1949 гг. [М]. Чанша: Издательство «Хунань Мэйшу», 1998.

李小山，邹跃进．明朗的天——1937-1949解放区木刻版画集[M]．长沙：湖南美术出版社，1998.

5. Всекитайская ассоциация ксилографов. Избранные гравюры на дереве, сделанные за восемь лет войны Сопротивления. — Пекин: Книжный магазин «Каймин», 1951.

中华全国木刻协会．抗战八年木刻选集[M]．北京：开明书店，1951.

6. Государственный музей Китая. Агитационные плакаты периода войны против Японии [М]. Шанхай: Издательство «Шанхайский народ», 2015.

中国国家博物馆．抗日战争时期的宣传画**[M]**．上海：上海人民出版社，**2015**.