Акулова Дарья Алексеевна
Аспирант кафедры истории социально-политических учений
факультета политологии
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Образ внешнего врага в советской политической культуре 1930–1940-х годов

Аннотация

В данной статье были рассмотрены способы создания образа врага в советской политической культуре в плакатах, официальных выступления вождей, художественной литературе. Также был проведен анализ образа фашизма как главного врага советского строя в период Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.

Ключевые слова: образ врага, фашизм, капитализм, пропаганда, плакаты, идеология, мобилизация.

Согласно распространенному мнению, любое общество формируется на основании дихотомии «Мы — Они». Причем его целостность и единство обуславливается, в значительной степени, именно второй частью данного противопоставления, так как в противоположность образу врага остальному населению можно легко идентифицироваться в качестве «мы». Помимо этого, посредством борьбы с врагом создается чувство принадлежности и лояльности к системе. «Образ врага является идеологическим выражением общественного антагонизма, динамическим символом враждебных гражданину и государству сил, инструментом политики правящей элиты»[1].

Образ врага в СССР был противопоставлением советского патриотизма, то есть ключевого идеологического символа, политический аспект которого подразумевал гордость за свою родину и ее достижения, бесспорную лояльность государству в лице руководителей, а экономический — ударный труд в условиях уравнительного распределения и потребления для основной массы населения. «Образ врага дает огромное облегчение для собственной совести. Он же избавляет общество от моральной ответственности»[2].

Если обратиться к советской политической культуре, то в 1920–1930-е годы особое внимание уделялось внутренним врагам (таким как враг народа). Тогда как во второй половине 1930-х годов уже появляется фашизм как серьезный внешний враг, но при этом внутренние враги не исчезают полностью. В 1940-е годы внешний враг приобретает особое значение. В условиях войны общество должно было сплотиться против нацистской Германии, ко-

[1] *Фатеев А. В.* «Образ врага» в советской пропаганде 1945–1954 гг. — М., 1999. — С. 4.

[2] *Гозман Л., Эткинд А.* Структура тоталитарного сознания // Осмыслить культ Сталина. — М., 1989. — С. 342.

торая несла с собой угрозу существования советского государства как такового. «Две противоположные группы размещаются на моей мысленной карте мира на разных полюсах антагонистических отношений; этот антагонизм делает обе группы «реальными» для меня, а также удостоверяет их внутреннюю согласованность, которую я у них предполагаю»[1], — писал З. Бауман.

Мобилизация населения происходит как реакция на действия жестокого внешнего врага. Особенно данный аспект проявился во время Великой Отечественной Войны 1941–1945 гг., когда образ внешнего врага присутствовал во всех сферах культуры. Особую роль стоит отвести политическим плакатам, в которых данный сюжет являлся центральным. Но, помимо этого, в фильмах, художественной литературе, в переписке вождей государства, а также в их официальных выступлениях этот вопрос являлся ключевым.

В 1940-х гг. олицетворением зла стал фашизм. Визуализировался же он часто с помощью образа змеи. Так, например, это видно из плакатов «Смерть фашистской гадине!» и «Бей фашистского гада!», где рептилия образует знак свастики[2]. Стоит отметить, что фашизм в советских плакатах зачастую представлялся в образе животных (например, «Бей немецких зверей!», где главное действующее лицо — медведь со свастикой на груди), а иногда и растений и грибов (как на плакате «Фашистские поганки»).

Важнейшей задачей плакатов была мобилизация населения. Поэтому на них часто встречаются такие фразы, как «Будь бдителен, враг не дремлет!», «Болтать — врагу помогать», «Каждую пулю — в немца», «Враг у ворот! Все на защиту! Вперед!». Также важным сюжетом было противостояние капитализма и социализма. Существует большое количество плакатов, на одной половине которых изображено негативное будущее капитализма (голод, мучения, разруха), а на другой — счастливые советские граждане, живущие в изобилии и достатке.

Тему фашизма поднимали и вожди. Так, Иосиф Сталин говорил в своем отчетном докладе на XVII съезде партии о том, что «победу фашизма в Германии следует рассматривать не только как признак слабости рабочего класса и как результат обмана его социал-демократией, но и как слабость самой буржуазии», «как знак того, что буржуазия не обладает более силой господствовать, опираясь на старые методы парламентаризма и гражданской демократии, и поэтому прибегает во внутренней политике к террористическим методам управления, а во внешней политике к средствам войны»[3].

«Фашизм изображается в 30-е гг. при помощи аллегорий смерти (Кукрыниксы, 1935), картин бедствия Германии на фоне марширующих колонн военных (Караченцев, 1937), и анималистских форм, где безобразное существо «фашизм» прежде всего показывается врагом культуры вообще»[4]. Ста-

[1] *Бауман З.* Мыслить социологически: Учебное пособие. — М., 1996. — С. 47.

[2] *Вашик М.* Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30–50-х годов // Образ врага. — М., 2005. — С. 221.

[3] *Сталин И. В.* Сочинения // Соч.: В 16-х т. Т. 13. — М., 2012. — С. 104–107.

[4] *Вашик М.* Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной

лин назвал фашизм странной теорией, настолько далеко отстраненной от науки, как небо от земли[1], упрекая его в расистской направленности, в планах по захвату мира, а также в уничтожении мирного населения.

Термин «фашист» олицетворял собой «нелюдя», «не человека», «человека-оборотня», в которого нормальный человек превращается из-за негативного влияния капитализма, нечеловеческой экономической системы, а также политического строя и идеологии фашистской Германии. Пропагандисты в СССР задействовали, прежде всего, глубинные, архаические пласты сознания советских людей, что привело к реальному действию пропаганды, а именно, к мобилизации масс. Образ фашиста вызывал негативные эмоции и ассоциации, так как во всех источниках идеологического воздействия фашисты изображались не людьми, а бездушными автоматами, созданными для расправы над мирным советским населением, методичными убийцами, эксплуататорами, варварами.

Таким образом, в непростое для государства время именно с помощью идеологического воздействия на население (прежде всего, противопоставления внешнему врагу — фашизму) проводилась мобилизация. И. Эренбург весьма точно передал отношение к фашистам советского народа, которого добились пропагандисты: «Мы должны неустанно видеть перед собой облик гитлеровца: это та мишень, в которую нужно стрелять без промаху, это — олицетворение ненавистного нам. Наш долг — разжигать ненависть к злу и укреплять жажду прекрасного, доброго, справедливого»[2].

Андреева Мария Юрьевна
Студентка кафедры социологии и психологии политики
факультета политологии
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Влияние российского кинематографа на формирование политических ценностей молодежи

Аннотация

В статье поднимается вопрос о том, как современные российские кинофильмы воздействуют на процесс формирования политических ценностей молодежи. Представлен анализ результатов исследования по данной проблематике.

Ключевые слова: кинематограф, политические ценности, политическая социализация, массовое сознание, молодежь.

В современном российском обществе средства массовой коммуникации существенно влияют на формирование общественного сознания. Телевидение и кино играют важную роль в процессе социализации индивида, развитии его

пропаганде 30–50-х годов // Образ врага. — М., 2005. — С. 229.

[1] См.: *Сталин И. В.* Соч.: В 16-х т. Т. 13. — М., 2012. — С. 115.

[2] *Эренбург И.* Война. (Очерки 1941–1945). — М., 2004. — С. 87.