

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Гуманитарный институт

Кафедра всеобщей истории

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

В. Г. Дацышен

подпись инициалы, фамилия

« 23 » 06 2016г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

46.03.01 «История»

код – наименование направления

Пропаганда времён Второй мировой войны: сравнительно-
исторический анализ на примере визуальных источников

тема

Руководитель Кутилова 20.06.2016
подпись, дата

доцент, канд. ист. наук
должность, ученая степень

Л. А. Кутилова
инициалы, фамилия

Выпускник Зыков 20.06.2016
подпись, дата

Н. П. Зыков
инициалы, фамилия

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Использование плакатов в пропагандистских целях во время Второй мировой войны..	7
1.1 Использование плакатов в агитационных целях	7
1.2 Образ врага в плакатной пропаганде	20
2 Использование мультфильмов в целях пропаганды во время Второй мировой войны	33
2.1 Использование мультфильмов в агитационных целях	33
2.2 Образ врага в пропагандистских мультфильмах.	36
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	42
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	44
Приложение А Агитационные плакаты	47
Приложение Б Образ врага в плакатной пропаганде	70

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Визуальная пропаганда времён Второй мировой войны, осуществлявшаяся её различными странами-участниками, её разновидности, приёмы, методы и цели представляют немалый интерес для современных отечественных и зарубежных исследователей. Рассматриваемая мной тема имеет прямое отношение к человеческой психологии, а значит, к истории повседневности. Визуальная пропаганда времён Второй мировой войны, направленная как на военнослужащих, так и на гражданское население её стран-участниц, позволяет лучше узнать историю повседневной жизни участников той эпохи, помогает раскрыть во многом побудительные причины их поведения. Кроме того, учитывая всепроникающий характер визуальной пропаганды, её изучение позволяет лучше рассмотреть настроения самых различных слоёв общества, на которое распространялось её влияние. Благодаря этому можно точнее определить мотивы решений, принимаемых определённым государством-участником войны во внешней и во внутренней политике, а также реакцию общества той страны на эти решения. Таким образом, изучение визуальной пропаганды во время Второй мировой войны позволяет более полно узнать человека той эпохи.

Степень изученности темы. Для написания данной выпускной квалификационной работы мной был использован ряд научных статей и различных публикаций по рассматриваемой теме: «Психология войны в XX веке. Исторический опыт России»¹ Е. С. Сеньявской, её же работа: «Человек на войне. Историко-психологические очерки»², «Пропуск в рай. Сверхоружие последней мировой. Дуэль пропагандистов на Восточном фронте» Л. Белоусова и А. Ватлина³, «Пропаганда. Плакаты, карикатуры и

¹ Сеньявская Е. С. Психология войны в XX веке. Исторический опыт России. – М., 1999.

² Сеньявская Е. С. Человек на войне. Историко-психологические очерки. – М., 1997.

³ Белоусов Л. С., Ватлин А. Ю. Пропуск в рай. Сверхоружие последней мировой. Дуэль пропагандистов на Восточном фронте. – М., 2007.

кинофильмы Второй мировой войны» Энтони Родса.⁴ Среди данных работ труды Е. С. Сенявской «Человек на войне. Историко-психологические очерки», а также «Психология войны в XX веке. Исторический опыт России» весьма подробно описывают психологию человека на войне на примере русских солдат, участвовавших в различных войнах XX века, а также их противников. Рассмотрен механизм формирования образа врага, его генезис на протяжении ряда конфликтов прошлого столетия. Данные работы не посвящены конкретно визуальной пропаганде, но в них содержится весьма полезная информация по проблеме психологии человека на войне и формирования образа врага у противоборствующих сторон. Также для анализа человеческой психологии в рассматриваемое время мной были использованы: монография В. В. Серебрянникова «Социология войны»⁵, работу Белявского И. Г., Шкуратова В. А. «Проблемы исторической психологии»⁶, Н. Коупленда «Психология и солдат»⁷, а также работу Е. С. Сенявской «1941–1945. Фронтовое поколение. Историко-психологическое исследование»⁸. Достаточно интересную информацию содержит, несмотря на несколько идеологизированный характер, труд советского исследователя Орлова Юрия Яковлевича «Крах немецко-фашистской пропаганды в период войны против СССР»⁹. Из современных отечественных исследователей также можно привести политическую энциклопедию А. Я. Лившина и И. Б. Орлова «Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: "коммуникация убеждения" и мобилизационные механизмы»¹⁰. Также из современных российских исследователей можно выделить статью А. Ватлина «Образ врага в советской и немецкой фронтовой пропаганде»¹¹. Также стоит

⁴ Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны; пер. с англ. – Ю. К. Бардина. – М., 2008.

⁵ Серебрянников В. В. Социология войны. – М., 1997.

⁶ Белявский И. Г., В.А. Шкуратов. Проблемы исторической психологии. – Ростов-на-Дону, 1982.

⁷ Коупленд Н. Психология и солдат; пер. с англ. - А. Т. Сапронова и У. М. Каторииича. – М., 1991.

⁸ Сенявская Е. С. 1941–1945. Фронтовое поколение. Историко-психологическое исследование – М., 1995.

⁹ Орлов Ю. Я. Крах немецко-фашистской пропаганды в период войны против СССР. – Москва, 1985.

¹⁰ Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: "коммуникация убеждения" и мобилизационные механизмы. – М., 2007.

¹¹ Ватлин А. Ю. Образ врага в советской и немецкой фронтовой пропаганде – М., 2012.

отметить сборник научных статей «Образ Другого – страны Балтии и Советский Союз перед Второй мировой войной»¹². Была рассмотрена литература о самой пропаганде: «Йозеф Геббельс – Мефистофель улыбается из прошлого» Генриха Френкеля, Е. Брамштедте, Р. Манвелла¹³; «Пропаганда как оружие в войне» Рудольфа Зульцмана¹⁴. Однако, указанные две последние книги имеют больше не научный, а скорее популярный характер.

Цель исследования – сравнить особенности использования визуальной пропаганды странами – участницами Второй мировой войны (СССР, Германии и США) на примере плакатов и мультфильмов.

Задачи:

- 1) произвести отбор и систематизацию визуального материала – плакатов и мультфильмов;
- 2) выделить основные сюжеты, к которым обращалась визуальная пропаганда каждой из названных стран;
- 3) проанализировать приёмы осуществления пропагандистской деятельности в каждой из указанных выше стран.

Объект исследования – визуальная пропаганда стран-участниц Второй мировой войны (СССР, Германии, США).

Предмет исследования – приёмы визуальной пропаганды и её материал (плакаты и мультфильмы).

Хронологические рамки работы – 1939-1945 гг.

Территориальные рамки – СССР; Германия, оккупированные ею страны Европы, а также европейские страны – сателлиты; США.

Методология исследования. При выполнении данной работы были использованы различные методы: анализа, синтеза, наблюдения, сравнения, описания, классификации и группировки. Также необходимо отметить, что

¹² Образ Другого – страны Балтии и Советский Союз перед Второй мировой войной. Сост. Р. Крумм, Н. А. Ломагин, Д. Ханов [пер. с лит. и эст.]. – М., 2012.

¹³ Г. Френкель, Е. Брамштедте, Р. Манвелл. Мефистофель улыбается из прошлого – Ростов-на-Дону, 2000.

¹⁴ Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне; пер. с нем. – М., 1996.

данное исследование было осуществлено в междисциплинарном ключе, с использованием методов визуальной антропологии.

Новизна исследования. Практическая значимость проведённого исследования состоит в том, что в нём были в комплексе рассмотрены плакаты и мультфильмы эпохи в качестве исторических визуальных источников.

Источниковая база исследования. В качестве источников были привлечены визуальные материалы: плакаты и мультфильмы (советские, нацистские, американские) времён Второй мировой войны.

Апробация работы. Некоторые аспекты рассматриваемой в данном исследовании проблемы были апробированы на конференции «История в искусстве», проведённой 22.05.2015 ФГБОУ ВПО «Красноярским государственным педагогическим университетом им. В. П. Астафьева».

1 Использование плакатов в пропагандистских целях во время Второй мировой войны

1.1 Использование плакатов в агитационных целях

Во время войны различные воюющие страны занимались агитационной пропагандой в самых различных целях. Одним из средств ведения такого рода пропаганды являлось плакатное творчество. Так как телевидение во время Второй мировой войны было развито далеко не во всех странах, а в наиболее развитом виде оно существовало только в Третьем Рейхе, плакаты являлись наиболее доступными средствами ведения различного рода пропаганды. Их можно было размещать в наиболее посещаемых местах, в местах массового скопления людей, а также на различных рабочих местах, например, на предприятиях. Это делало информацию, содержащуюся в плакатах, наиболее доступной для большинства населения и позволяло эффективно доносить до людей смыслы и образы, необходимые распространителю. Рассмотрим использование плакатов в пропагандистских целях тремя странами-участницами Второй мировой войны – СССР, Германией и США.

Советские агитационные плакаты. Рассмотрим комплекс такого рода материалов и проанализируем их. Будем придерживаться следующего плана анализа: определение массива исследуемых источников, их структурирование, анализ содержания. В качестве примеров советских агитационных плакатов возьмём следующие из них: «Заменим!» (худ. В. Серов, 1941г.), «Усилим фонд народной обороны своим советским трудовым рублём!» (автор Мальцев П. Т., 1941 г.), «Больше металла - больше оружия!» (Н. М. Аввакумов, 1941 г.), «Вступайте в ряды народного ополчения!» (А. Г. Ситтаро, 1941 г.), «Бей врага как его били отцы и старшие братья - матросы октября!» (С. С. Боим, 1941 г.), «Наши силы неисчислимы!», «Отстоим Москву!» (Н. Н. Жуков, В. С. Климашин, 1941 г.), «Фашизм - злейший враг

женщин! Все на борьбу с фашизмом!» (Н. Н. Ватолина, 1941 г.), «Бей насмерть!» (Н. Жуков, 1942 г.), «Отомсти!» (Д. Шмаринов, 1942 г.), «Бей так: что ни снаряд – то танк!» (В. Б. Корецкий, 1943 г.), «Во имя Родины, вперёд, богатыри!» (И. М. Тоидзе, 1943 г.) «Каждую пулю – в немца!» (худ. В. Иванов, редактор П. Пискунов; 1943 г.), «А ну-ка, взяли!» (худ. И. А. Серебряный, редактор В. М. Соколов; 1943 г.), «По вражьей земле, вперед, к победе!» (Н. М. Аввакумов, 1944 г.), «Вперед! На окончательный разгром немецких захватчиков!» (худ. Н. М. Кочергин, 1945 г.), «Учись бить врага на славу!» худ. М. А. Гордон, Л. Н. Орехов, А. Г. Петров, 1945 г.), советских ребят от немцев!», «За муки, за раны я отомщу немцам!», «Запомни и отомсти!», «Убей детоубийц!».

Указанные плакаты можно разбить на следующие категории:

1) предназначенные воодушевить труженников тыла - «Заменим!», «Усилим фонд народной обороны своим советским трудовым рублём!», «А ну-ка, взяли!», «Больше металла - больше оружия!»;

2) призывавшие лучше бить врага: «Бей врага как его били отцы и старшие братья – матросы октября!», «Бей так: что ни снаряд – то танк!» (В. Б. Корецкий, 1943 г.), «Учись бить врага на славу!» (худ. М. А. Гордон, Л. Н. Орехов, А. Г. Петров, 1945 г.), «Каждую пулю – в немца!», «Бей насмерть!»;

3) призывавшие вступать в ряды ополчения: «Вступайте в ряды народного ополчения!», «Наши силы неисчислимы!»;

4) призывавшие защитить наиболее важные города: «Отстоим Москву!», «Защитим город Ленина!»;

5) призывавшие советских женщин на борьбу с фашизмом: «Фашизм - злейший враг женщин! Все на борьбу с фашизмом!»;

6) призывавшие защитить мирное население от немцев: «Воин Красной Армии, спаси!», «Спасём советских ребят от немцев!», «Бей насмерть!»;

7) призывавшие к возмездию: «Отомсти!», «За муки, за раны я отомщу немцам!», «Запомни и отомсти!», «Убей детоубийц!»;

8) воодушевлявшие воинов Красной Армии вести войну с нацистской Германией до победного конца: «По вражьей земле, вперед, к победе!» (Н. М. Аввакумов, 1944 г.), «Вперед! На окончательный разгром немецких захватчиков!» (худ. Н. М. Кочергин, 1945 г.);

9) воодушевлявшие советских воинов вести борьбу против врага на примере исторических личностей: «Бьемся мы здорово, колем отчаянно - внуки Суворова, дети Чапаева».

10) обращённые к былинным сюжетам с целью усилить желание солдат Красной Армии сражаться за Родину: «Во имя Родины, вперед, богатыри!», «Красноармеец, будь достоин Богатырской славы твоего народа!»;

11) призывавшие оказать помощь пострадавшим от немецко-фашистских войск: «Окружим лаской и заботой детей, пострадавших от фашистских варваров!».

Плакаты первой категории отражают весьма сложное положение, в котором находилась наша страна в годы войны – нехватка рабочих рук, необходимых для работы на предприятиях, в связи с призывом основной массы мужского населения на фронт. Именно в связи с этим такие плакаты, как «Заменим!», «А ну-ка, взяли!» обращаются прежде всего к советским женщинам с призывом заменить их на время войны на работе у станка. В свою очередь, плакат «Усилим фонд народной обороны своим советским трудовым рублём!» призывает к объединению экономических усилий всего общества для поддержки оборонной промышленности. Такие плакаты, как «Больше металла - больше оружия!» также направлены на призыв к населению, и, прежде всего, работникам металлургических заводов, сделать всё возможное для усиления боеспособности Красной Армии.

Проанализируем плакаты второй категории. В целом они направлены на поддержание боевого духа советских солдат во время боя: «Бей насмерть!», «Бей так: что ни снаряд – то танк!», «Учись бить врага на славу!» и т.д. Из них плакат «Бей врага как его били отцы и старшие братья - матросы октября!» интересен тем, что он обращается ко временам

Гражданской войны, призывает молодое поколение краснофлотцев продолжить дело своих отцов и старших братьев борьбе с врагами советского народа, сражаясь с фашизмом. Также среди представленных плакатов с точки зрения художественного оформления наиболее интересно произведение «Бей насмерть!». В нём на переднем плане справа от советского солдата-пулемётчика художником размещён плакат «Воин Красной Армии, спаси!». Этот плакат призывал воинов Красной армии спасти мирных жителей от немецко-фашистских солдат и офицеров. В основе его сюжета стоит изображение женщины, защищающей своего ребёнка. На ребёнка направлен окровавленный немецкий штык-нож. Особый эмоциональный эффект данной картины создавало использование в ней только трёх цветов – белого, чёрного и красного, причём красный цвет обозначал только кровь на немецком штыке и побудительную надпись плаката. Это художественное произведение особенно вдохновляло красноармейцев на борьбу с врагом. Таким образом, дополненный вышеназванным произведением, плакат «Бей насмерть!» усиливал желание солдат Красной Армии сражаться с немцами и их союзниками с целью защитить мирных граждан. Плакаты «Каждую пулю – в немца!», «Бей так: что ни снаряд – то танк!», «Учись бить врага на славу!» и им подобные имели цель, как уже было сказано выше, поднять боевой дух советских солдат, побудить их повышать своё мастерство в войне с гитлеровцами.

Рассмотрим теперь плакаты третьей категории. На рисунке 5 «Вступайте в ряды народного ополчения!» изображены три новобранца: среднего, молодого и старшего возрастов соответственно – как символ единства поколений в борьбе с врагом, расположенный на переднем плане солдат народного ополчения поднимает в правой руке винтовку как призыв к борьбе с врагом. Функция данного плаката состояла в том, чтобы призвать как можно больше гражданских лиц, способных держать оружие, вступить в ополчение, для того, чтобы оказать помощь частям регулярной Красной Армии сдерживать наступление неприятеля на Московском направлении.

Следующим плакатом третьей категории, который можно рассмотреть, является рисунок 57 «Наши силы неисчислимы!» 1941 г. Сюжет представленного плаката обращён к русскому патриотизму: за спиной народного ополченца изображен памятник Козьме Минину и Дмитрию Пожарскому, символизирующий единство всего русского народа, поднявшегося на борьбу с внешним врагом. С левой стороны картины изображено большое количество русских людей, готовых сражаться с неприятелем. Эта часть анализируемого произведения создаёт эффект массовости, что подчёркивает само название плаката, его главный смысл – «неисчислимость» народных сил. Кроме того, немаловажной деталью является то, что ополченец, изображённый на переднем плане, имеет русские черты лица. С помощью этого приёма автору плаката удаётся сильнее обращаться к русскому национальному самосознанию, сильнее мобилизовать силы государствообразующего народа. Так же, как и на других подобных плакатах, поднятая рука с оружием ополченца, стоящего на переднем плане, символизирует решимость бороться с противником.

Рассмотрим плакаты четвёртой категории. На плакате «Отстоим Москву!», изображен советский солдат, стоящий на фоне Кремля. Взгляд его решителен. В руке он сжимает винтовку – как символ сопротивления врагу. Всем своим видом этот воин показывает, что он готов сражаться с вражескими войсками и призывает к этому других. В небе над солдатом изображены советские истребители, устремившиеся на бой с войсками противника, что несколько усиливает эффект массовости сопротивления. Данный плакат содержит в себе не только призыв защищать столицу России от наступающих войск противника, но и вселял уверенность в советских людей в том, что враг обязательно будет отброшен от Москвы.

Плакат «Защитим город Ленина!» призывал ленинградцев, а также бойцов Красной Армии и Балтийского Флота, объединить свои усилия и направить их на защиту Ленинграда как «колыбели пролетарской революции». Указанный вывод можно сделать, т.к. на самом плакате на фоне

главных достопримечательностей города изображено в едином строю большое количество людей, готовых защищать его. На переднем плане нарисованы: советский пехотинец, морской пехотинец, заводской рабочий, судя по его одежде, а также женщина. Пехотинцы, а также рабочий, держат винтовки, демонстрируя, таким образом, свою решимость оборонять Ленинград.

Поскольку для борьбы со столь серьёзным врагом, как нацистская Германия, требовалось объединение усилий всех членов общества, пятая категория плакатов обращалась к советским женщинам, призывая их подняться на борьбу с фашизмом. В силу этого, рисунок «Фашизм - злейший враг женщин! Все на борьбу с фашизмом!» выполнял задачу по мобилизации этой категории населения.

Плакаты шестой категории были направлены на то, чтобы усилить боевой дух красноармейцев, их желание воевать в том числе за своих близких, защитить мирных жителей от насилия со стороны оккупантов. На выполнение этих задач работали описанные выше плакаты: «Воин красной Армии, спаси!» и «Бей насмерть!», созданные в 1941 г. Плакат «Спасём советских ребят от немцев!», в отличие от первых двух, был нарисован в 1943 г., когда Красная Армия перешла в наступление и освободила ряд городов и населённых пунктов. На нём изображён советский солдат, держащий на руках мальчика. За спиной красноармейца, в поле, на котором он стоит, идёт дым, означающий, что недавно прошёл бой. В правой части плаката на заднем плане автором нарисован убитый немецкий солдат. Данный плакат призывал советских бойцов сражаться с врагом ради защиты своего собственного будущего – детей.

Плакаты седьмой категории также были направлены на поддержание боевого духа солдат, однако, в отличие от предыдущей категории, не за счёт призыва к спасению мирных жителей, а за счёт призыва к возмездию за них, а также советских военнопленных. Так, плакаты «Отомсти!», «Убей детоубийц!» призывали красноармейцев мстить за погибших детей; плакат

«Запомни и отомсти!» – за замученных военнопленных, на примере изображённого на нём краснофлотца с «Минска»; «За муки, за раны я отомщу немцам!» – также за военнопленных.

Плакаты восьмой категории: «По вражьей земле, вперед, к победе!» и «Вперед! На окончательный разгром немецких захватчиков!», созданные в 1944 и 1945 гг. соответственно, как было указано выше, были направлены на поднятие и укрепление боевого духа красноармейцев для окончательного разгрома врага.

Плакаты девятой категории, такие, как «Бьёмся мы здорово, колем отчаянно - внуки Суворова, дети Чапаева» были направлены на то, чтобы на примере исторических личностей, хорошо показавших себя на военном поприще (как, например, А. В. Суворов и В. И. Чапаев) воодушевить советских солдат на борьбу с врагом.

Плакаты десятой категории такие, как: «Во имя Родины, вперёд, богатыри!», «Красноармеец, будь достоин Богатырской славы твоего народа!» интересны тем, что в них советская пропаганда обращалась к русскому национальному самосознанию, прибегая к былинным сюжетам. Это происходило, невзирая на то, что советская власть, с момента своего прихода, по национальному вопросу проводила политику интернационализации национальной идентичности советских людей.

Плакаты десятой категории были направлены на то, чтобы, как уже говорилось выше, оказать помощь тем, кто пострадал от рук оккупантов. Так, плакат «Окружим лаской и заботой детей, пострадавших от фашистских варваров!» призывал оказывать помощь пострадавшим детям.

В целом, можно сказать, что агитационная пропаганда, представленная в советских плакатах во время Второй мировой войны, в зависимости от различных задач, поставленных перед ней, обращалась к различным чувствам советских людей: желанию защитить своих близких, отомстить за погибших и пострадавших мирных жителей и военнопленных, желанию разгромить врага. Кроме этого, советская плакатная агитационная

пропаганда обращалась к русскому национальному самосознанию, как путём обращения к реальным историческим личностям, защищавшим нашу страну от врагов, так и к былинным образам.

Нацистские агитационные плакаты. В качестве примеров можно представить следующие плакаты: «Прифронтовой город Франкфурт держится!», «Пехота – царица всех войск», «Создавай оружие для фронта!», «Так как мы сражаемся, работайте для победы!», «Объединённый фронт против большевизма», «Танк – твоё оружие!», «Фронт против большевизма. Где ты находишься сейчас?», «Покажи себя настоящим голландцем - сражайся против большевизма! Вступай в Войска СС», «Моя честь», «Охраняйте границы Севера от Востока!», «Бок о бок против общего врага! Французская дивизия войск СС». Указанные плакаты можно разделить на следующие категории:

1) поддерживавшие стойкость немцев: «Прифронтовой Франкфурт держится!»;

2) рекламировавшие определённые рода войск, а также мощь вооружённых сил: «Пехота – царица всех войск», «Танк – твоё оружие!»;

3) мобилизующие тружеников тыла: «Создавай оружие для фронта!», «Так как мы сражаемся, работайте для победы!»;

4) обращённые к жителям оккупированных стран с призывом вступать в добровольческие легионы СС: «Объединённый фронт против большевизма», «Фронт против большевизма. Где ты находишься сейчас?», «Покажи себя настоящим голландцем - сражайся против большевизма! Вступай в Войска СС», «Моя честь», «Охраняйте границы Севера от Востока!», «Бок о бок против общего врага! Французская дивизия войск СС».

Рассмотрим их подробнее.

Плакат «Прифронтовой Франкфурт держится!» был посвящён городу Франкфурту-на-Майне. Союзническая авиация уничтожила около 70 % зданий, в т. ч. 22 марта 1944 г. практически весь исторический центр города. В ходе авианалётов союзников погибло около 5500 человек. На данном

плакаты изображены выжившие жители Франкфурта-на-Майне, стоящие на развалинах посреди города. Мужчина и женщина одеты в рабочую одежду, мальчик одет в военную форму. У мальчика и мужчины в руках кирка и молот, показывающие их готовность очищать город от завалов. Один из изображённых держит в руках развевающееся знамя со свастикой как символ непобеждённого духа. С помощью таких плакатов нацистская пропаганда пыталась вселить уверенность в немцев, готовность преодолевать трудности и сопротивляться врагу.

Следующие плакаты: «Пехота – царица всех войск» и «Танк – твоё оружие!» рекламировали жителям нацистской Германии мощь немецкой армии и призывали многих мужчин вступать в указанные рода войск.

Плакаты «Создавай оружие для фронта!» и «Так как мы сражаемся, работайте для победы!» направлены для жителей тыла с целью направить их энергию для работы на нужды войны.

Плакаты «Объединённый фронт против большевизма», «Фронт против большевизма. Где ты находишься сейчас?», «Моя честь», «Охраняйте границы Севера от Востока!», «Бок о бок против общего врага! Французская дивизия войск СС» были предназначены для европейских иностранных добровольцев, вступивших в ряды войск СС. Эти и подобные им плакаты агитировали население оккупированных Третьим Рейхом европейских государств на вступление в войска СС, убеждали их в необходимости такого выбора. Для этого нацисты обращались к исторической памяти европейских народов, апеллируя, прежде всего, к их военному прошлому, особенно, к воинам-освободителям каждой конкретной европейской страны. Особенно в этом плане интересен плакат, призывающий население оккупированной Голландии вступить в войска СС: «Покажи себя настоящим голландцем - сражайся против большевизма! Вступай в Войска СС». Данный плакат интересен тем, что в нём использован образ голландского национального героя – Мартена Тромпа (1598-1653), адмирала, разбившего испанский флот в битве у Даунса в 1639 г. во время войны Голландии за независимость.

Подводя итог анализу нацистской агитационной пропаганде, представленной в плакатах, можно сделать вывод, что она, в основном, апеллировала к воинственности, стремлению преодолевать трудности (в случае с немцами); в случае с жителями оккупированных стран – к убеждению их в угрозе со стороны большевизма и необходимости объединения против него как против общего врага.

Американские агитационные плакаты. В качестве примеров можно привести следующие плакаты: «Молчи! Знай своё место - заткнись! Сообщение министра национальной безопасности», «Заткнись надолго. Бесплезный разговор может стоить жизни», «Молчание значит безопасность», «Неосторожное слово само собой тонет», «Не отговаривай нас от этого! Держи глаза открытыми и рот закрытым!», «Рождественские подарки за океан. Завёртывай надёжно, адресуй правильно, выбирай подарки с умом», «Я рассчитываю на тебя! Не обсуждай передвижения войск, отправку кораблей, военное оборудование», «Избавь нас от зла... Покупай военные облигации», «Не дайте этой тени коснуться их. Покупайте облигации военных займов», «Еда — это оружие. Не расточай её! Покупай мудро, готовь тщательно, съедай всё», «Сберегай использованный жир для взрывчатых веществ. Отнеси его своему торговцу мясом», «У этих ребят гораздо больше важных мест куда поехать, чем у тебя!... Береги резину, проверь покрышки прямо сейчас», «Осторожность предотвратит 9 из 10 лесных пожаров!», «Заставь свои мышцы работать для войны. Запишись на сельхоз работы», «Будь осторожен! Незанятые руки работают на Гитлера», «Делай чётко, чтобы жалили точно», «Этот мир не может существовать наполовину в рабстве, наполовину свободным. Сражайся за свободу!», «Американцы всегда будут сражаться за свободу». Указанные плакаты можно разделить на следующие категории:

1) плакаты, посвящённые сохранению военной тайны: «Молчи! Знай своё место - заткнись! Сообщение министра национальной безопасности», «Заткнись надолго. Бесплезный разговор может стоить жизни», «Молчание

значит безопасность», «Неосторожное слово само собой тонет», «Не отговаривай нас от этого! Держи глаза открытыми и рот закрытым!», «Рождественские подарки за океан. Завёртывай надёжно, адресуй правильно, выбирай подарки с умом», «Я рассчитываю на тебя! Не обсуждай передвижения войск, отправку кораблей, военное оборудование»;

2) плакаты, призывающие покупать военные облигации: «Избавь нас от зла... Покупай военные облигации», «Не дайте этой тени коснуться их. Покупайте облигации военных займов»;

3) плакаты, призывавшие на определённые работы, связанные с военными нуждами, или же вообще призывавшие найти такую работу: «Заставь свои мышцы работать для войны. Запишись на сельхоз работы», «Будь осторожен! Незанятые руки работают на Гитлера»;

4) плакаты, пропагандирующие экономию (в основном, на нужды армии): «Еда — это оружие. Не расточай её! Покупай мудро, готовь тщательно, съедай всё», «Сберегай использованный жир для взрывчатых веществ. Отнеси его своему торговцу мясом», «У этих ребят гораздо больше важных мест куда поехать, чем у тебя!... Береги резину, проверь покрышки прямо сейчас», «Осторожность предотвратит 9 из 10 лесных пожаров!»;

5) обращённые к рабочим военных предприятий с призывом обеспечить высокое качество продукции для победы над врагом: «Делай чётко, чтобы жалили точно»;

6) призывавшие воевать за официальные идеалы США: «Этот мир не может существовать наполовину в рабстве, наполовину свободным. Сражайся за свободу!», «Американцы всегда будут сражаться за свободу».

Рассмотрим их подробнее.

Среди плакатов, призывающих к строгому сохранению военной тайны, наиболее интересным, на мой взгляд, является: «Молчи! Знай своё место - заткнись! Сообщение министра национальной безопасности». Данный плакат интересен тем, что, несмотря на то, что США всегда провозглашали себя демократическим государством, в нём, по своей сути, провозглашается

принцип, противоречащий идеям демократии – нарушение свободы слова. Аналогичным является плакат «Заткнись надолго. Беспольный разговор может стоить жизни», однако, в нём, в отличие от предыдущего, есть намек на причину со стороны такой политики со стороны государства – угрозу утечки секретной информации. На эту же тему нарисованы плакаты: «Молчание значит безопасность», «Неосторожное слово само собой тонет», изображающий последствия неосторожного разговора – потопленный американский корабль, а также «Не отговаривай нас от этого! Держи глаза открытыми и рот закрытым!». В данных плакатах прослеживается довольно высокая степень шпиономании, царившая в американском обществе во время войны.

Также к борьбе за сохранение военной тайны можно отнести плакаты: «Рождественские подарки за океан. Завёртывай надёжно, адресуй правильно, выбирай подарки с умом», «Я рассчитываю на тебя! Не обсуждай передвижения войск, отправку кораблей, военное оборудование». Последний плакат напрямую апеллирует к американскому патриотизму, т.к. с него к американцу обращается образ «дядюшки Сэма».

Плакаты, призывающие к покупке военных займов: «Избавь нас от зла... Покупай военные облигации», «Не дайте этой тени коснуться их. Покупайте облигации военных займов». Оба представленных плаката указывают на угрозу, от которой нужно защитить США – германский фашизм, для чего, как указывается в них, и нужно покупать военные облигации.

Плакаты, призывающих к экономии, прежде всего, ради нужд армии, такие как: «Еда — это оружие. Не расточай её! Покупай мудро, готовь тщательно, съедай всё», «Сберегай использованный жир для взрывчатых веществ. Отнеси его своему торговцу мясом», «У этих ребят гораздо больше важных мест куда поехать, чем у тебя!... Береги резину, проверь покрышки прямо сейчас», «Осторожность предотвратит 9 из 10 лесных пожаров!» были направлены, прежде всего, к обычным гражданам США, с целью убедить их

принести максимальную пользу вооружённым силам при помощи бережливости.

Плакаты, призывавшие поступить на работы, связанные с военными нуждами, также обращались к обычным гражданам с целью убедить их принести как можно больше пользы государству: «Заставь свои мышцы работать для войны. Запишись на сельхоз работы», «Будь осторожен! Незанятые руки работают на Гитлера».

Также можно упомянуть плакаты, при помощи которых осуществлялась пропаганда для людей, работающих на военных предприятиях. К ним можно отнести этот плакат, призывающий лучше изготавливать оружие: «Делай чётко, чтобы жалили точно».

«Этот мир не может существовать наполовину в рабстве, наполовину свободным. Сражайся за свободу!», а также «Американцы всегда будут сражаться за свободу». Последние два приведённых плаката свидетельствуют, что для того, чтобы усилить желание американского народа воевать, американская элита использовала идеалистические лозунги «борьбы за свободу». На последнем плакате, кроме американских солдат времён Второй мировой войны, изображены также американские солдаты предыдущих эпох, что подчёркивало преемственность современной на тот момент армии США идее «воевать за свободу», как и её предыдущим поколениям.

Таким образом, можно сказать, что американская плакатная агитационная пропаганда отражала в себе следующие сюжеты: шпиономания; призыв к правильной экономии средств; обращение к патриотизму; призыв воевать за свободу, как официально провозглашённый идеал; призыв лучше работать на военных заводах, чтобы разгромить врага; призыв покупать военные облигации, чтобы отвести вражескую угрозу от своей страны; а также сюжет мобилизации населения на определённые работы с целью помочь армии.

1.2 Образ врага в плакатной пропаганде

Образ врага в советских плакатах. В советской пропаганде образ врага можно рассмотреть на примере следующих плакатов: «За честь жены, за жизнь детей, за счастье родины своей, за наши нивы и луга – убей захватчика-врага!», «Гитлеровцы – это... Убийцы, насильники, воры, поджигатели, палачи, мародеры. Этим зверей убей!», «Убей фашиста-изувера!», «Выступали – веселились, отступали - обслезились!», «Смерть немецко-фашистским захватчикам!», «Так выглядит теперь немецкий зверь! Чтоб нам дышать и жить – зверя добить!», «Зверь ранен. Добьем фашистского зверя!», «Смерть немцам - душегубам!», «Русский народ никогда не будет стоять на коленях», «Для немцев страшные вещи - мешки и клещи!», «Узнал фашистский стервятник, что у нас – не ягнятник!», «Бесславный конец фашистских агрессоров», «Так будет с фашистским зверем!», «Что посеял, то и пожнешь! От суда не уйдешь!», «С наступающим!», «Красной армии метла нечисть вымела дотла!», «И на Тихом океане свой закончили поход!», «Брехомёт», «Моя борьба...» «Берлинская разбойничья шайка», «Дело было на Днепре», «Мёртвые души», «Фашизверги в Сорочинцах», «Зачем свинье культура и наука?».

Представленные мной карикатуры можно разделить на несколько категорий:

1) призывавшие убить немецкого захватчика с целью спасти мирное население и/или отомстить за уже убитых: «Убей захватчика-врага!», «Гитлеровцы – это... Убийцы, насильники, воры, поджигатели, палачи, мародеры. Этим зверей убей!», «Убей его!», «Убей детоубийц!», «Смерть немцам – душегубам!», «Палач культуры», «Боец, спаси этих детей от голодной смерти. Истребляй немецких разбойников!»;

2) усиливавшие желание воевать с германскими фашистами до победного конца: «Так выглядит теперь немецкий зверь! Чтоб нам дышать и жить - зверя добить!», «Зверь ранен. Добьем фашистского зверя!»;

3) воодушевлявшие русский народ на борьбу: «Русский народ никогда не будет стоять на коленях»;

4) высмеивавшие немцев и убеждающие советских людей в неизбежной победе над ними: «Для немцев страшные вещи - мешки и клещи!», «Узнал фашистский стервятник, что у нас - не ягнятник!», «Выступали – веселились, отступали - облезлились!», «Так будет с фашистским зверем!», «Что посеял, то и пожнешь! От суда не уйдешь!», «С наступающим!», «Дело было на Днепре», «Мёртвые души»;

5) высмеивавшие немецко-фашистских солдат и офицеров и усиливающие желание советских людей вести борьбу с ними: «Фашизверги в Сорочинцах», «Зачем свинье культура и наука?»;

6) высмеивавшие нацистских лидеров: «Брехомёт», «Моя борьба...», «Берлинская разбойничья шайка»;

7) усиливавшие радость победы у советских людей: «С праздником на нашей улице!», «Красной армии метла нечисть вымела дотла!», «И на Тихом океане свой закончили поход!», «Бесславный конец фашистских агрессоров», «Уничтожение фашистского гнезда навсегда!»

8) передающие карикатурный образ самого фашизма: «Фашизм - кровавое чудовище. Бей его без пощады!», «Лицо гитлеризма».

Рассмотрим их подробнее.

Плакаты, призывавшие к мщению гитлеровцам и/или спасти мирных жителей от них были направлены на то, что показать советским людям, и, прежде всего, солдатам, что гитлеровцы не обладают никакими человеческими качествами. Так, плакат «Убей захватчика-врага!», сопровождающийся стихами: «За честь жены, за жизнь детей, за счастье родины своей, за наши нивы и луга – убей захватчика-врага!» призывал советских солдат и партизан уничтожать гитлеровских солдат и офицеров, т.к. они ничего не несли народам СССР, кроме смерти, разорения и рабства. На нём изображён солдат СС, уходящий от убитой им славянской женщины. На заднем плане изображён разрушенный советский город и виселицы с

трусами. В своей волосатой руке, эсэсовец сжимает автомат, из дула которого идёт дым после расстрела женщины. Волосатая рука вражеского солдата усиливает эмоциональный эффект, согласно которому, это – не обычный противник, а представитель низменной «культуры», варвар, пришедший на советскую землю для того, чтобы убивать и разрушать. Явный призыв к мщению несёт плакат « Убей фашиста-изувера», на котором нарисована повешенная русская женщина и изображено лицо нацистского офицера, у которого изо рта текут слюны от удовольствия. Аналогичный посыл несут в себе плакаты «Убей детоубийц!» и «Убей его!», однако, в них образ врага еще более неприглядный. Так, на плакате «Убей детоубийц!» немецкий солдат изображён с обезьяноподобными чертами лица, а плакат «Убей его!» доносит до нас образ вандала, носящего каску солдата Вермахта и стоящего на трупах женщин, детей и стариков. Сопровождается этот плакат отрывком из одноимённого стихотворения К. Симонова:

«Если ты не хочешь отдать Немцу с черным его ружьем, Дом, где жил ты, жену и мать, Все, что родиной мы зовем, — Знай - никто ее не спасет, Если ты ее не спасешь; Знай - никто его не убьет, Если ты его не убьешь».

Также призыв уничтожать немцев, чтобы спасти мирное население от них содержит плакат «Смерть немцам - душегубам!», на котором нарисована рука гитлеровца с пистолетом, протягивающаяся к русской женщине с ребенком на руках. На заднем плане рассматриваемого плаката изображён нацистский солдат, загоняющий мирных жителей, судя по всему, в фургон-душегубку. Весьма интересен плакат «Боец, спаси этих ребят от голодной смерти. Истребляй немецких разбойников!». На нём изображён немецкий солдат, сидящий в русской избе со злобным выражением лица, съедающий последний хлеб её жильцов, особенно, изображённых в правой части плаката детей. Этот плакат также призывает уничтожить вражеских солдат и офицеров, чтобы спасти мирных жителей, в данном случае, детей. Кроме этого, весьма показательным образом врага в советской плакатной пропаганде с целью призыва уничтожить его для спасения своей страны,

является плакат «Палач культуры». На этом плакате нарисован немецкий солдат с грубыми, по сути, животными чертами лица. У него в руках изображена дубина с вмонтированной миной, за ремнём окровавленный нож, бутылка шнапса, портфель с надписью «Яд», а также листок бумаги с надписью «Истребление славян». Листок бумаги с такой надписью, находящейся за ремнём у нацистов – очень распространённый пример советской плакатной пропаганды. Посыл данного плаката, также как и многих других, ему подобных, состоит в том, что нацистская Германия является носителем варварства, насилия и разрушения. Советские люди, как призывает автор плаката, будучи представителями и защитниками высокой культуры, должны сделать все, чтобы разгромить Третий Рейх.

Среди плакатов, усиливающих желание красноармейцев воевать с нацистской Германией до победного конца, можно рассмотреть «Так выглядит теперь немецкий зверь! Чтоб нам дышать и жить - зверя добить!», «Зверь ранен. Добьем фашистского зверя!». На плакате «Так выглядит теперь немецкий зверь! Чтоб нам дышать и жить - зверя добить!», нарисованном в 1943 г., в гротескной форме изображена нацистская Германия в виде Гитлера, обросшего чёрной шерстью, у него отсутствует одна нога, в руках сломанное чёрное знамя с надписью «Тотальная мобилизация». С помощью этого приёма автор хотел донести, что из-за ряда крупных поражений в нацистской Германии настали тяжёлые времена, вследствие чего её власти вынуждены проводить тотальную мобилизацию населения. У «немецкого зверя» за ремнём также как на плакате «Палач культуры» помещён листок бумаги с надписью «Истребление славян!», а также через плечо перекинут автомат. Позади Гитлера изображён разбитый барабан с надписью «Молниеносная война», символизирующий провал нацистской тактики блицкрига в конце 1941 г. С помощью всех рассматриваемых образов автор хотел донести, что несмотря на поражения, «немецкий зверь» ещё не утратил своей свирепости, однако теперь (в 1943 г.) он уже не так силен, как раньше. Поэтому,

советским людям нужно собрать все силы в кулак и окончательно разгромить его.

Плакат «Зверь ранен. Добьем фашистского зверя!» был направлен на то, чтобы усилить желание советских солдат беспощадно вести войну с немцами. Все гитлеровские солдаты на рассматриваемом плакате изображены с весьма злобными выражениями лиц, чтобы усилить ненависть и неприязнь к ним зрителя.

К плакатам третьей категории в полной мере относится произведение «Русский народ никогда не будет стоять на коленях». На нём изображён советский воин и убитый немецкий офицер. Данный плакат выполнял, как было отмечено выше, задачу воодушевить русский народ на борьбу с агрессором.

Плакаты четвёртой группы, как было указано выше, должны были содержать образы, высмеивавшие немцев и убеждающие советских людей в неизбежной победе над ними. Некоторые из них были посвящены победам Красной Армии: «Выступали - веселились, отступали - облезли!» 1942 г., «Для немцев страшные вещи - мешки и клещи!» 1944 г., «Дело было на Днепре», «Мёртвые души». Здесь высмеивались немецкие солдаты и офицеры, ранее считавшиеся непобедимыми. Другие плакаты рассматриваемой категории были посвящены тому, что неизбежно должно было произойти в будущем, заветной цели советских людей – победе над фашизмом: «Так будет с фашистским зверем!», «Что посеял, то и пожнешь! От суда не уйдешь!», «С наступающим!». Здесь фашистский враг изображался в виде волка, как на плакате «Так будет с фашистским зверем!», либо как Гитлер: «Что посеял, то и пожнешь! От суда не уйдешь!», «С наступающим!».

Плакаты следующей категории, как уже было сказано выше, были направлены на высмеивание немецко-фашистских солдат и офицеров и усиливающие ненависть и презрение советских людей к ним: «Фашизверги в Сорочинцах», «Зачем свинье культура и наука?». На первом из них

нарисованы немецкие солдаты в виде человекообразных свиней, громящих музей русского писателя Н. В. Гоголя в Сорочинцах, являющихся его родиной. Дубина, которую держит нацистский солдат, расположенный на первом плане, символизирует уничтожение нацистами произведений культуры, их варварство. Аналогичный посыл содержит карикатурный плакат «Зачем свинье культура и наука?». В гротескном образе, изображенном в нём также в виде свиньи, угадывается образ Гитлера.

Плакаты шестой категории, такие, как «Брехомёт», «Моя борьба...», «Берлинская разбойничья шайка» были направлены на высмеивание лидеров Третьего Рейха. Например, плакат «Моя борьба...» является карикатурой на Гитлера, где он изображён как побитый боксер на ринге. Каждая его рана означает поражения на фронте, бинты на которых подписаны: «Под Сталинградом», «На центральном фронте», «В Северной Африке». Само название карикатуры, совпадающей с названием книги Гитлера, усиливает сатирический эффект.

Плакаты седьмой категории отражали и усиливали радость советских людей по поводу одержанных побед, а также изобразить в карикатурной форме поверженных врагов. Так, например, на плакат «С праздником на нашей улице!», посвящённом победе советских войск в Сталинградской битве, с правой стороны изображён Гитлер с перевязанной челюстью. Плакат «И на Тихом океане свой закончили поход!», посвящённый победе советских войск в Маньчжурии и на Курилах передаёт карикатурный образ японского императора Хирохито, нос которого пронзает советский штык-нож в знак его поражения.

Плакаты восьмой категории «Фашизм - кровавое чудовище. Бей его без пощады!», «Лицо гитлеризма» в гротескной форме передают символ самого фашизма, гитлеризма. На первом из указанных плакатов фашизм изображен как человекообразное чудовище, напоминающее немецкого солдата с рогами на голове и клыками, торчащими изо рта. На плакате «Лицо гитлеризма» изображен нацист, одетый в мундир, похожий на шерсть. За ремнём у него

имеется топор, за спиной виселица. Он топчет своими сапогами бумаги, на которых написано: «Совесьть», «Чесьть», «Мораль», «Международное право». С помощью таких неприглядных образов, советская плакатная пропаганда показывала фашизм как античеловечную, реакционную, враждебную цивилизации и культуре идеологию.

Таким образом, образ врага в советской плакатной пропаганде создавался путём придания своему противнику исключительно негативных, низменных качеств, довольно часто придавая inferнальный облик как вражеским солдатам и офицерам, так и их идеологии - фашизму.

Образ врага в нацистских плакатах. Образы врага, содержащиеся в тех нацистских плакатах, которые мне удалось найти и перевести, можно разделить на следующие категории:

1) образы врага, представляющие собой карикатуры на лидеров стран антигитлеровской коалиции: «В пыли со всеми врагами Великой Германии!»;

2) образы врага, представляющие собой карикатуры на большевизм: "Фронт против большевизма. Где ты находишься сейчас?", «Замена командования в войсках СС», «Датские волонтеры борются в войсках СС против большевизма», «Мы боремся за европейскую культуру и свободу - борись в войсках СС», «Большевизм это убийца!», «Вставайте на борьбу с большевизмом в рядах галицкой дивизии», «Победа Германии – свобода Европы», «Европа начала совместный поход против большевизма»;

3) образы врага, представляющие собой карикатуры на западные режимы: «Вступай в добровольческую гренадерскую дивизию СС «Лангемарк!», «Освободители»;

4) образы врага, представляющие собой карикатуры на представителей большевистского режима: «Немецкая армия обеспечит вам спокойный труд для лучшего и светлого будущего! К труду же, украинцы!».

Рассмотрим их подробнее.

Плакат первой категории, «В пыли со всеми врагами Великой Германии!» представляет собой карикатуру на лидеров «Большой тройки»

антигитлеровской коалиции – Сталина, Рузвельта и Черчилля. Их карликовые фигуры сверху давит большой немецкий кулак – символ мощи Германии.

Среди плакатов, содержащих в себе карикатуры на большевизм, присутствует несколько его образов: дракон, с советской пятиконечной («Победа Германии – свобода Европы»), а также шестиконечной (на плакате «Замена командования в войсках СС») звездой. Шестиконечная звезда, имеющаяся у большевистского дракона на последнем упомянутом плакате, в очередной раз утверждала главный постулат нацистов, согласно которому большевизмом руководят евреи. Также образами большевизма, угрожающего Европе, являются: скелет, одетый в униформу красноармейца времён Гражданской войны в России (1918-1922 гг.) – на плакате «Мы боремся за европейскую культуру и свободу - борись в войсках СС»; гигантский красноармеец, также одетый в униформу солдата Красной армии времён Гражданской войны в России на плакатах «Фронт против большевизма. Где ты находишься сейчас?» и «Европа начала совместный поход против большевизма». На плакате «Фронт против большевизма. Где ты находишься сейчас?» красноармеец держит в руках серп и молот, символизирующие большевизм, а также в зубах у него находится нож, с которого капает кровь, как символ того, что большевизм несёт в Европу только насилие и разрушение. На плакате «Европа начала совместный поход против большевизма» гигантский советский солдат разрушает ногой крест, как символ христианства. Таким образом, в данном плакате показано то, что большевизм направлен против важнейшей основы христианской Европы – её религии. Скелет в униформе красноармейца на плакате «Мы боремся за европейскую культуру и свободу - борись в войсках СС» автор показывает то, что наступление большевизма являлось угрозой существования европейской культуры, как утверждали нацисты. В плакате «Вставайте на борьбу с большевизмом в рядах галицкой дивизии» в качестве «большевизма» изображён солдат Красной Армии, с весьма уродливыми

чертами лица. После того, как его прокалывают штыком, у него из рук вываливается окровавленный нож, как символ преступности большевистской идеологии. Плакат «Датские волонтеры борются в войсках СС против большевизма» представляет собой нарисованную карту, на которой изображена часть Москвы, как центра большевизма. Рядом с ней нарисована красная пятиконечная звезда, символизирующая это. Из Москвы на плакате расходятся стрелки, обозначающие пути завоевания большевизмом Прибалтики, а также всей северной Европы. Путь «завоевательного похода коммунизма» помечен советскими флагами, усиливающими эффект «большевистского завоевания». Однако, данный плакат примечателен тем, что рядом с Москвой не только нарисована красная пятиконечная звезда, обозначающая большевизм, но и Двухглавый орёл, символизирующий Россию. Отсюда можно сделать вывод, что данный плакат имеет не только антибольшевистскую, но и антироссийскую направленность.

Плакат «Большевизм это убийца!» интересен тем, что в нём не изображён непосредственно сам образ врага – большевизма, но, по замыслу художника, на нём изображены его жертвы – плачущая женщина, склонившаяся над трупами молодого человека и маленькой девочки. Таким образом, несмотря на отсутствие самого образа врага в данном плакате, в нём отражено отношение к нему со стороны автора. Поскольку в данном плакате изображены «деяния» большевизма, это придаёт его вражескому образу эмоциональную силу не меньшую, чем на других плакатах, где враг изображён.

Теперь рассмотрим образы врага, являющиеся карикатурой на представителей большевизма. На картинке, представленной в плакате «Немецкая армия обеспечит вам спокойный труд для лучшего и светлого будущего! К труду же, украинцы!» изображены, судя по их внешности, два красных комиссара, убегающие от немцев. В их лицах угадываются еврейские черты. Таким образом, в данном плакате присутствует образ не только коммунистического, «большевистского», но и еврейского врага.

В карикатурах на западные страны, а именно, на Великобританию и США, также присутствует образ еврейского врага согласно нацистским постулатам. Так, например, на плакате «Вступай в добровольческую гренадерскую дивизию СС «Лангемарк!»; изображён еврей, на одежде которого присутствует флаг Великобритании. Ему противостоят два бельгийских солдата СС. На плакате под названием «Освободители» в гротескной форме изображены США, нарисованные в виде великана, который бомбой вместо ступни ноги топчет европейский город. Среди многочисленных атрибутов этого великана, изображающих в гротескной форме культуру США, присутствует также фартук с шестиконечной звездой.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что особенностью нацистской плакатной пропаганды являлось карикатурное, гротескное изображение большевизма, а также всего, что с ним связано, западных стран, а также лидеров антигитлеровской коалиции.

Образ врага в американских плакатах. Образы врага, представленные в американской плакатной пропаганде, можно разделить на следующие категории:

1) демонстрирующие нечеловеческую жестокость своего противника, придающие ему максимально отталкивающие черты (прежде всего, японцев): «Это враг!» (Приложение 2, рис.: 42, 43, 48), «Что ты собираешься с этим делать? Оставайся на работе до тех пор, пока все убийцы-япошки не будут уничтожены!», «Спаси свой дом от этого ужаса. Вложи 10% в военные облигации»,

2) содержащие призыв к уничтожению врага: «Останови его и работа выполнена», «Что ты собираешься с этим делать? Оставайся на работе до тех пор, пока все убийцы-япошки не будут уничтожены!»;

3) вселявшие уверенность в то, что при нападении врага он будет разгромлен: «Аляска — смертельная ловушка для япошек»;

4) убеждавшие бороться с нацистским врагом, обращаясь к религиозным чувствам американцев: «Это враг!» (приложение 2, рис. 49);

5) обращавшиеся к сюжету шпиономании: «Он следит за тобой», «Части легкомысленного разговора собираются воедино врагом», «Вражеские уши подслушивают»;

б) высмеивавшие врага (немцев): «Сегодня нам принадлежит Германия, завтра весь мир! - Да, ну?!».

Рассмотрим их подробнее.

Плакаты первой категории содержат в себе сюжеты, направленные на то, чтобы усилить ненависть к своему противнику, показав его ужасающую жестокость: плакаты «Это враг» (прил. 2, рис. 43, 48), «Что ты собираешься с этим делать? Оставайся на работе до тех пор, пока все убийцы-япошки не будут уничтожены!», а также изображая его в крайне неприятном, отталкивающем виде: плакат «Это враг» (прил. 2, рис. 42). Данный плакат доносит до зрителя обезьяноподобный облик японца. Такое карикатурное изображение японцев связано с определённой степенью расизма, присутствовавшего в США. Плакат «Что ты собираешься с этим делать? Оставайся на работе до тех пор, пока все убийцы-япошки не будут уничтожены!» наиболее интересен тем, что кроме призыва к американскому обывателю он содержит газетную вырезку, рассказывающую о жестокости японцев к американским военнопленным: «5200 американских заключённых были убиты посредством пыток, устроенных япошками на Филиппинах; описание жестокого «Марша смерти». Далее в плакате следует призыв, являющийся его названием: «Что ты собираешься с этим делать? Оставайся на работе до тех пор, пока все убийцы-япошки не будут уничтожены!». Данный плакат, кроме ненависти к врагу, также имеет некоторое мобилизующее значение – призыв «Оставаться на работе» пока «все убийцы-япошки не будут уничтожены».

Плакаты второй категории содержат сюжеты, направленные не только на усиление ненависти к врагу, но на призывы к его уничтожению. К ним относятся как описанный выше плакат «Что ты собираешься с этим делать? Оставайся на работе до тех пор, пока все убийцы-япошки не будут

уничтожены!», так и произведение «Останови его и работа выполнена». На последнем плакате изображён японский солдат. Его винтовка направлена прямо на зрителя, что усиливает эмоциональный эффект угрозы, исходящей со стороны врага. Название данного плаката содержит призыв победить его. Таким образом, можно сделать вывод, что сюжет данного плаката схож с сюжетами аналогичных советских плакатов, призывающих убить врага.

Плакаты третьей категории вселяли чувство уверенности американцам, что если японцы попытаются атаковать их территорию, особенно Аляску, то они будут разгромлены: «Аляска — смертельная ловушка для япошек». На данном плакате в карикатурной форме изображён император Японии Хирохито, который в виде большой крысы (на морде которой недвусмысленно угадываются его черты лица) забирается на Аляску и попадает в мышеловку. Большинству американцев, представлялось, что Аляска должна стать первым плацдармом японцев в случае нападения на США. Таким образом, указанный плакат давал американскому обывателю определённое чувство успокоения.

Плакаты четвёртой категории, как уже было сказано выше, убеждали бороться с нацистской Германией, апеллируя к религиозным чувствам американцев. Так, на плакате «Это враг!» (приложение 2, рис. 49) изображена рука нациста, пронзающая кинжалом Библию. Учитывая то, что среди американцев проживает определённое количество христиан, можно сделать вывод, что на данных зрителей анализируемый плакат и другие пропагандистские плакаты, с похожим сюжетом, оказывали сильный эмоциональный эффект, так как в них враг (в данном случае, нацисты) изображался врагом христианства. Этот пропагандистский приём усиливал ненависть к неприятелю со стороны христианского населения США и желания воевать с таким врагом.

Плакаты пятой группы обращались к сюжету шпиономании. Так, на плакате «Он следит за тобой» изображён немецкий солдат, высунувшийся из-за укрытия и, по замыслу автора, следящий за американцами. Сюжет

произведения «Части легкомысленного разговора собираются воедино врагом» доносил до американцев, что враг (в данном случае, немецкий) очень легко может узнать секретные сведения, что бы использовать их, в частности, чтобы перехватывать американские военно-транспортные конвои в Англию. В связи с этим, данный плакат, как и многие другие со схожим сюжетом, призывали американцев не говорить лишнюю информацию. Плакат «Вражеские уши подслушивают» интересен тем, что в качестве «подслушивающих» врагов на нём изображены лидеры стран Оси – Гитлер, Муссолини и Хирохито.

Плакаты пятой группы были направлены на то, чтобы высмеять своего врага. Так, на плакате «Сегодня нам принадлежит Германия, завтра весь мир! - Да, ну?» в весьма карикатурном виде, вызывающем отторжение, изображены немецкие солдаты, распеваящие по нотам одну из распространённых в нацистской Германии песен, содержащей в себе указанные в плакате слова (за исключением «Да, ну?»). Фраза «Да, ну?» отражает в себе насмешку автора над нацистскими планами установления гегемонии в мире.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что американская плакатная пропаганда образов врага обращалась к следующим чувствам американских граждан: ненависти к японцам, шпиономании и кроме этого, обращения к религиозным чувствам для усиления желания воевать.

2 Использование мультфильмов в целях пропаганды во время Второй мировой войны

2.1 Использование мультфильмов в агитационных целях

Советские агитационные мультфильмы. Здесь в качестве примера можно привести мультфильм 1943 г. «Одна из многих» реж. Ламиса Бредиса. Мультфильм призывает советских людей экономить электричество в условиях военного времени, чтобы оно бесперебойно поступало военным предприятиям. Это произведение было снято по заказу Энергосбыта Мосэнерго, киностудией Союзмультфильм. Главным антигероем в данном мультфильме является Марья Ивановна, не желающая выключать свет, уходя с работы, не обращающая внимание на плакаты, призывающие к экономии электричества. Положительными героями являются сказочный человечек, вышедший из невыключенной лампы, собака и сошедший с призывающего к экономии электроэнергии плаката рабочий. Все события данного кинофельетона повествуются диктором. По сюжету рассматриваемого мультфильма, Марья Ивановна, уходя с работы, не выключает за собой свет. Из невыключенной настольной лампы выходит человечек, изображение которого похоже на изображение некоего сказочного персонажа. Он прикрепляет к стене написанной им объявление, гласящее: «Уходя, гаси свет». Собака выключает свет и вместе с человечком идет искать Марию Ивановну, чтобы напомнить ей об её обязанности. Главная «героиня», идя по улице, проходит мимо множества плакатов, таких, как: «Экономь электроэнергию. Она нужна промышленности», «1 киловатт-час это ... тонн стали», «Чтобы умножить снарядов количество, всегда и везде экономь электричество», не обращая на них внимания. Человечек снимает последний плакат и разворачивает его на стене рядом с квартирой «героини». Несмотря на это, она, с раздражением заходит в свою квартиру. Она включает все лампы в своей квартире, а также ряд приборов. Из-за этого происходит

сильная нагрузка на счётчик, изнутри изображённый как быстро бегущий спортсмен. Также сильная нагрузка приходится на мотор электростанции, изображённом изнутри как рабочий, вращающий катушку. Ток начинает медленнее поступать на военные заводы. После этого с плаката сходит рабочий. Он стучится к Марье Ивановне в дверь и последний раз предупреждает её, что нужно беречь электроэнергию. Но она, не слушаясь его, продолжала активно использовать электроэнергию и включила еще несколько приборов. Тогда рабочий перерезает провод, соединяющий подъезд, где живёт Марья Ивановна с электростанцией. Вследствие этого, свет гаснет не только в её квартире, но и в квартирах других жильцов её подъезда, рационально использующих электричество. После этого, нагрузка на счётчик и мотор электростанции уменьшается и электрический ток быстро начинает поступать по своему главному назначению – на военные стройки и заводы. Сопровождается фильм – фельетон лозунгом последнего представленного в нём плаката: «Чтобы умножить снарядов количество, всегда и везде экономь электричество». В конце мультфильма диктор говорит, что «таких Марь Иванн много в Москве» и что их обязательно нужно привести на сеанс этого фильма – фельетона.

Таким образом, в данном мультфильме в весьма шуточной и юмористической форме, советскому зрителю приводится довольно простая и важная мысль, что электроэнергию необходимо экономить для более эффективной работы военной промышленности.

Американские агитационные мультфильмы. Здесь в качестве примера могут послужить мультфильмы Уолта Диснея «Дух 43-го» и «The Ducktators» 1942 г. компании «Братья Уорнеры». По сюжету мультфильма «Дух 43-го» Дональд Дак, являющийся американским рабочим, думает, как ему использовать имеющиеся у него деньги. К нему подходят два персонажа – положительный и отрицательный. Положительный персонаж убеждает Дональда заплатить подходящий налог, который пойдёт для военных предприятий. Отрицательный – убеждает потратить эти деньги для

удовольствия. Позже выясняется, что отрицательный персонаж – нацистский агент. Закадровый голос говорит, что каждый потраченный впустую доллар идёт на пользу странам Оси. Дональд решает заплатить подоходный налог. Далее в мультфильме рассказывается, как именно военная промышленность Соединённых Штатов будет использовать заплаченные подоходные налоги американских граждан – создание различного вооружения, чтобы остановить нацистов и японцев. В конце мультфильма утверждается, что США ведут эту войну за свободу, свободу слова, мир и спокойствие, за демократию, против зла. Данный мультфильм, призывающий платить подоходный налог, несмотря на то, что он был значительно повышен в связи с войной, показывает американскому обывателю, что за провозглашённые в нём идеалы, стоит отдавать свои деньги.

Мультфильм «The Ducktators», снятый годом ранее, также содержит в себе элементы агитационной пропаганды. В конце мультфильма показаны плакаты «Для победы покупай победные облигации Соединённых Штатов» и «Для победы покупай сберегательные облигации и сберегательные марки Соединённых Штатов». Также перед показом последнего плаката, которым завершается данный мультипликационный фильм, к зрителю обращена следующая фраза: «Если вы хотите сделать это правдой, это всё, что вам нужно сделать». Здесь имелась ввиду победа над державами Оси.

Особенно интересен американский мультфильм «7 мудрых гномов». В нём семеро гномов заняты добычей алмазов, а затем сдают их в канадское почтовое отделение или же, как самый младший из них, в банк. Это делается ими для того, чтобы конвертировать алмазы в военные сберегательные сертификаты. Мультфильм был снят в 1941 г., и, судя по довольно непринуждённой обстановке, отражённой в нём, до 7 декабря, то есть, до вступления США во Вторую мировую войну. Если это так, то это позволяет сделать вывод, что элита США уже заранее готовилась к войне.

2.2 Образ врага в пропагандистских мультфильмах

Образ врага в американских мультфильмах. В качестве примера здесь может послужить американский пропагандистский мультфильм «Рядовой Снафи: шпионы», снятый в 1943 г. Он рассказывает об американском солдате, рядовом Снафи, который знает некую военную тайну и не должен о ней говорить, т.к. враги могут услышать. Вражеские (немецкие, японские и итальянские) шпионы, услышав, что Снафи знает военную тайну, начинают пристально следить за ним. Они буквально повсюду. Снафи, зайдя в телефонную будку, позвонил матери, сказав, что он знает военный секрет, но не может его выдать, а также то, чтобы она никому не говорила о том, что он отправляется в поход. В это время в телефонном аппарате сидел японский шпион и слышал каждое его слово. После этого, Снафи подходит к продавцу журналов и просит его, чтобы он дал их как можно больше, т.к. он отправляется в поход на корабле. При этом шпионы следуют за ним по пятам. Затем Снафи приходит в бар, и говорит, что он отправляется в поход на десантном корабле. После этого, он напивается и рассказывает привлекательной девушке, что он отправляется в Африку. Являясь немецкой шпионкой, она незаметно печатает письмо, и голубиной почтой отправляет его Гитлеру. Чуть позже, уже в доме девушки, Снафи, перед тем, как уйти, окончательно выдаёт ей военную тайну, говоря, что завтра он отправляется в Африку в половине пятого. В грудь девушки вмонтировано прослушивающее устройство, благодаря которому немец, находящийся в Германии, записывает эту информацию и передаёт её Гитлеру. Гитлер, узнав о том, что американский корабль отправляется в Африку в половине пятого, приказывает экипажам подводных лодок перехватить его. Подводные лодки настигают корабль. Ему удаётся вырваться, однако Снафи погибает и проваливается в ад. Оказавшись в котле, он недоумевает, кто выдал его секрет. Затем появляется дьявол в образе Гитлера, а также бесы, которые заявляют ему, что это он виноват. Они

показывают ему зеркало, в котором Снафи видит своё лицо («Private SNAFU – Spies», США, 1943, реж. Чак Джонс). На этом мультфильм заканчивается. В нём враги изображены коварными, хитрыми противниками, готовыми проникнуть в любое место и выведать нужную им информацию. Этот мультфильм также представляет интерес тем, что он передаёт в шуточной форме степень шпиономании, царившей в американском обществе в военные годы.

В мультфильме «The Ducktators» в качестве образов врага использованы карикатурные образы лидеров стран Оси – Гитлера, Муссолини и Хирохито в виде гуся, пеликана и селезня соответственно. Гитлер изображён довольно истеричным, самовлюблённым диктатором, Муссолини – также самовлюблённым, но при этом, подчинённым Гитлеру. Хирохито изображён в наиболее карикатурном виде – одержимым жаждой завоеваний и при этом довольно неадекватным. Можно сделать вывод о том, что образ правителя Японии являлся наиболее карикатурным в силу того, что именно японцы нанесли удар по Пирл-Харбору. Кроме того, необходимо учитывать степень расизма американского общества тех лет.

Образ врага в советских мультфильмах. В советском мультфильме «Не топтать фашистскому сапогу нашей Родины» 1941 г. изображена кровожадная человекообразная свинья, одетая в мундир солдата Вермахта, носящая рогатый немецкий шлем – образ фашизма. Рогатый германский шлем – весьма распространённый приём советской военной пропаганды тех лет. За ремнём у свиньи изображён кинжал, в правой руке пистолет, в левой – горящий факел. Фашизм идёт по карте Европы. Он топчет Чехословакию, Польшу, Данию, сбрасывает бомбы на Голландию, Бельгию, Францию, растаптывает Югославию и Грецию. Затем, крадучись подходит к границе СССР и собирается ступить на неё, но получает отпор и погибает, т.к. ему навстречу выдвигаются советские кавалеристы, самолёты и танки. Для этого мультипликационного фильма характерно то, что в качестве образа врага авторы используют не солдат и не офицеров неприятельской армии, не

немецкий народ, а персонажа, олицетворяющего германский фашизм как таковой («Не топтать фашистскому сапогу нашей Родины», СССР, 1941, реж. Иван Иванов-Вано, Александр Иванов). Также стоит отметить, что в первой половине мультфильма, показывающей продвижение германского фашизма, звучит одна из мелодий кинофильма «Александр Невский», символизирующая немецких захватчиков.

Советский мультипликационный фильм «Кино-Цирк», снятый в 1942 г., представляет собой политическую сатиру на Гитлера и состоит из трёх частей. Первая часть под названием «Дрессировщик Адольф и его собачки» показывает Гитлера, сидящего в ресторане «Новая Европа». Можно отметить, что как и у персонажа, олицетворяющего фашизм в предыдущем мультфильме, у Гитлера на поясе имеется кинжал. Он подзывает своих ручных собачек, которых зовут: Муссолини, Хорти, Антонеску. Внешность этих собак представляет собой карикатуру на указанных политических деятелей. Гитлер заставляет их выполнять различные телодвижения, чтобы они развеселили его, а затем кидает им кость, из-за которой они начинают драться между собой. Вторая часть под названием «Гитлер у Наполеона» в гротескной форме изображает встречу двух диктаторов. Гитлер, подходя к саркофагу, в котором покоится Наполеон Бонапарт, говорит ему, что хочет завоевать весь мир и просит у него совет и благословение. Но Наполеон ответил Гитлеру, чтобы тот лёг рядом с ним «пока не поздно». Затем умерший завоеватель схватил Гитлера и стал тянуть его в свою могилу. Киносоветская пропаганда использовала похожий сюжет в «Боевом киноборнике номер 1» (Сюжет «Сон в руку» - Л. Ленч и Б. Ласкин, реж. Е. Некрасов, Союздетфильм, 1941 г.), а также в «Боевом киноборнике номер 2» 1941 г. («Боевой киноборник номер 2», СССР, 1941, реж. Евгений Червяков, Виктор Эйсымонт, Владимир Файнберг) в сюжете «Случай на телеграфе». Также он присутствовал в песне «Гадам нет пощады»: «Гитлер ждал ответа от Наполеона: «Ты скажи, чем кончу я с Россией бой». Тот ему ответил из могилы сонно: «Я, мой друг, подвинусь, ты ложись со мной». Завершающая

часть мультфильма «Жонглёр Адольф на бочках с порохом» изображает Гитлера, играющего зажжёнными факелами и стоящего на бочках с порохом, каждая из которых имеет название оккупированной нацистской Германией страны. Гитлер в ходе жонглирования роняет один зажжённый факел на бочку с порохом, вследствие чего они все взрываются («Кино-Цирк», СССР, 1942, реж. Ольга Ходатаева, Леонид Амальрик). Особенностью данного мультфильма является то, что в качестве образа врага, также как и в предыдущем мультипликационном фильме, использован не немецкий народ, гротескный образ Гитлера, как вождя германского фашизма.

Советский мультфильм «Стервятники» 1941 г. в образной форме изображает вражескую авиацию. Немецкие самолёты изображены как кровожадные стервятники со шлемами солдат Вермахта на головах. Они летят к границе Советского Союза, превращаются в немецкие бомбардировщики, напоминающие He – 111. Они сбрасывают бомбы на советскую землю и затем встречают сопротивление советских истребителей, напоминающих по своему поведению ястребов. После появления советских истребителей, немецкие «стервятники» начинают отступать и уничтожаются советскими самолётами. Заканчивается рассматриваемый мультфильм фразой «Смерть фашистским стервятникам!». В данном мультфильме враг показан кровожадным, хищным, как стервятник, и, в то же время, весьма трусливым, отступающим при первом ударе советских воинов. Данный мультфильм, как и многие, подобные ему, был призван показать низменные качества врага и вселить решимость в советских людей в необходимости его уничтожить, а также уверенность в том, что это обязательно произойдёт. («Стервятники», СССР, Союзмультфильм, 1941, реж. Пантелеймон Сазонов). В рассматриваемом мультипликационном фильме, также как и в мультфильме «Не топтать фашистскому сапогу нашей Родины» звучит мелодия из кинофильма «Александр Невский», символизирующая немецких врагов.

Образ врага в немецких мультфильмах. В качестве примеров нацистской пропагандистской мультипликации можно привести следующие мультфильмы: «Нимб свободы» (“Nimbus Libere”, Германия, 1944) и «Свадьба в коралловом море» (Hochzeit im Korallenmeer, Германия, «Прага-фильм», 1944, реж. Хорст фон Мёллендорф). Проанализируем их.

Мультфильм “Nimbus Libere” – “Нимб свободы” был снят в 1944 г. специально для жителей оккупированной Франции с целью убедить их в том, что англо-американские союзники намерены осуществить вторжение в их страну не с целью освобождения, но с целью разрушения. По сюжету наивная французская семья, прильнув к радио, слушает обещание диктора из Лондона (с ярко выраженной еврейской внешностью) о том, что союзники скоро придут. В это время в небе Франции появляются американские бомбардировщики и наносят удар по её населению. Семья, рассчитывающая на наступление «сладкой жизни» - возможность снова есть стейк, жареный картофель, курить английские сигареты, пить горячий шоколад с круассанами, погибает после попадания американской бомбы. Для того, чтобы усилить эффект союзнической «помощи» французскому народу, авторы мультфильма изобразили, что на каждой бомбе союзников написано: «сделано в США» на английском языке. Данный мультфильм интересен также тем, что для создания образа американских летчиков авторы использовали образы популярных в те годы в Европе персонажей американских мультипликационных фильмов Уолта Диснея – Микки Мауса, Дональда Дака, Гуфи и др. Необходимо также отметить, что действительно население оккупированных стран страдало в ходе налётов англо-американской авиации.

Мультфильм «Свадьба в коралловом море», снятый в 1944 г. в оккупированной Праге, изображает жизнь двух влюблённых рыбок. Они наслаждаются свиданием друг с другом. Внезапно рыбку женского пола похищает огромный одноглазый осьминог, и рыбка мужского пола созывает других обитателей моря, и вместе они побеждают похитителя. Данный

мультфильм интересен тем, что осьминог имеет при себе атрибуты одежды казака – шаровары, папаху, подобие шашки. Он также, желая произвести впечатление на похищенную им рыбку, стал осуществлять, судя по всему, некий казацкий танец, причём довольно неловко. Это даёт основания предположить, что описанный выше персонаж является карикатурным образом СССР, а другие морские обитатели и, в частности, две указанные рыбки, представляют собой образ европейских народов, которые должны были, как утверждала нацистская пропаганда, «спастись от угрозы большевизма».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Произведя отбор и систематизацию визуального материала – плакатов и мультфильмов по изучаемой проблеме, удалось выделить основные сюжеты, к которым обращалась визуальная пропаганда каждой из названных стран.

В советской пропаганде основными сюжетами были: воодушевление тружеников тыла, призывы лучше бить врага, вступать в ряды ополчения, защищать наиболее важные города, призывы к советским женщинам подняться на борьбу с фашизмом, поддержка боевого духа советских солдат во время боя, призыв оказать помощь пострадавшим от немецко-фашистских войск. Также советская плакатная пропаганда обращалась к былинным сюжетам, с целью усилить желание русских солдат советской армии сражаться за Родину. Кроме этого, она обращалась к образам реальных исторических личностей, внёсших свой вклад в борьбу с врагами – Суворову, Козьме Минину, Дмитрию Пожарскому. Также советская пропаганда обращалась к сюжету мщения за убитых мирных жителей и военнопленных, а также призывала солдат Красной Армии лучше сражаться, чтобы спасти мирное население. Также советская пропаганда призывала граждан к экономии с целью высвобождения большего числа ресурсов на нужды Красной Армии. При изображении образа врага советская пропаганда обращалась к следующим сюжетам: призыву убить немецкого захватчика с целью спасти мирное население и/или отомстить за убитых; усиления желания воевать с немцами до победного конца; воодушевления русского народа на борьбу; высмеивания нацистов и убеждения советских людей в неизбежной победе над ними; изображения немецких солдат и офицеров, как противника с крайне низким уровнем культуры; высмеивания лидеров Третьего Рейха, а также призыва борьбы с самим фашизмом.

Сюжеты нацистской пропаганды были обращены к воинственности немецкой нации, её стремлению преодолевать трудности на фронте и в тылу;

в случае с жителями оккупированных стран – к убеждению их в угрозе со стороны большевизма и западных держав, а также в необходимости объединения против них как против общего врага.

Американская пропаганда, в свою очередь, отражала в себе следующие сюжеты: шпиономания; призыв к правильной экономии средств; обращение к патриотизму; призыв воевать за свободу, как официально провозглашённый идеал; призыв лучше работать на военных заводах, чтобы разгромить врага; призыв покупать военные облигации, чтобы отвести вражескую угрозу от своей страны; а также сюжет мобилизации населения на определённые работы с целью помочь армии.

Основные приёмы, к которым прибегали пропагандисты СССР, Германии и США были в целом схожи между собой: обращения к патриотизму, религиозным чувствам, как это осуществляла нацистская и американская пропаганда; советская пропаганда, в свою очередь, обращалась к различным чувствам советских людей, таким, как: желанию защитить своих близких, отомстить за погибших и пострадавших мирных жителей и военнопленных, желанию разгромить врага. Кроме этого, советская плакатная агитационная пропаганда обращалась к русскому национальному самосознанию, как путём привлечения в своих произведениях образов реальных исторических личностей, защищавших нашу страну от врагов в прошлом, так и к былинным образам.

При создании образа врага, пропагандисты всех рассматриваемых стран стремились создать образы, как можно сильнее вызывавшие ненависть и неприятие тех, к кому обращалась подобная пропаганда.

Исходя из вышеперечисленного, на примере отобранных плакатов и мультфильмов, можно сделать вывод, что несмотря на наличие различных сюжетов, в целом приёмы, которые были использованы пропагандистами СССР, Германии и США при агитационной пропаганде, а также при создании образов врага были весьма схожи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Источники

1 Опубликованные источники

1.1 Коллекции плакатов

1.1.1 Коллекция советских пропагандистских плакатов. История пропаганды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/184/Plakaty-Vtoroy-mirovoy--Sovetskiy-Soyuz>.

1.1.2 Коллекция нацистских пропагандистских плакатов. История пропаганды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/2311/Plakaty-inostrannykh-dobrovolcheskikh-formirovaniy-SS/>, <http://propagandahistory.ru/918/Plakaty-Tretego-Reykha/>

1.1.3 Коллекция американских пропагандистских плакатов. История пропаганды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/202/Plakaty-Vtoroy-mirovoy--SSHA--CHast-I/>.

1.2 Коллекции мультфильмов

1.2.1 Коллекция советских пропагандистских мультфильмов. История пропаганды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/99/Sovetskie-multiki-Vtoroy-Mirovoy>

1.2.2 Коллекция нацистских пропагандистских мультфильмов. История пропаганды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/99/Nacistskie-multiki-Vtoroy-Mirovoy>

1.2.3 Коллекция американских пропагандистских мультфильмов. История пропаганды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/99/Americanskie-multiki-Vtoroy-Mirovoy>

Литература

1. Сенявская Е. С. Психология войны в XX веке. Исторический опыт России / Е. С. Сенявская. – М.: РОССПЭН, 1999. – 383 с.

2. Сенявская Е. С. Человек на войне. Историко-психологические очерки / Е. С. Сенявская. – М.: РОССПЭН, 1997 – 209 с.
3. Белоусов Л. С. Пропуск в рай. Сверхоружие последней мировой. Дуэль пропагандистов на Восточном фронте / Л. Белоусов, А. Ватлин. – М.: Вагриус, 2007. – 232 с.
4. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны / Энтони Родс; пер. с англ. – Ю. К. Бардина. – М.: Эксмо, 2008. – 312 с.
5. Серебрянников В. В. Социология войны / В. В. Серебрянников – М.: Научный мир, 1997. – 400 с.
6. Белявский И. Г. Проблемы исторической психологии / И. Г. Белявский, В. А. Шкуратов. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1982. – 224 с.
7. Коупленд Н. Психология и солдат / Норман Коупленд; пер. с англ. - А. Т. Сапронова и Ю. М. Каториича. – 2-е изд. – М.: Воениздат, 1991. – 96 с.
8. Сенявская Е. С. 1941–1945. Фронтовое поколение. Историко-психологическое исследование / Е. С. Сенявская. – М.: Ин-т российской истории РАН, 1995. – 87 с.
9. Орлов Ю. Я. Крах немецко-фашистской пропаганды в период войны против СССР / Ю. Я. Орлов; Под ред. Я. Н. Засурского. – Москва: Изд-во МГУ, 1985. – 176 с.
10. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: "коммуникация убеждения" и мобилизационные механизмы / Сост. А. Лившин, И. Орлов. – М.: РОССПЭН, 2007. – 806 с.
11. Ватлин А. Ю. Образ врага в советской и немецкой фронтовой пропаганде / А. Ю. Ватлин – М.: РОССПЭН, 2012. – 7 с.
12. Образ Другого – страны Балтии и Советский Союз перед Второй мировой войной / сост. Р. Крумм, Н. А. Ломагин, Д. Ханов [пер. с лит. и эст.]. – М.: РОССПЭН, 2012. – 206 с.

13. Мефистофель улыбается из прошлого / Г. Френкель, Е. Брамштедте, Р. Манвелл. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 64 с.

14. Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне / Рудольф Зульцман; пер. с нем. – М.: АСТ, 1996. – 14 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Агитационные плакаты



Рисунок 1. Плакат «Заменим!», автор В. С. Серов 1941 г.



Рисунок 2. Плакат «А ну-ка, взяли!», автор И. А. Серебряный, 1944 г.



Рисунок 3. Плакат «Усилим фонд народной обороны своим советским трудовым рублём!», автор Мальцев П. Т., 1941 г.



Рисунок 4. Плакат «Больше металла — больше оружия!», автор: Николай Аввакумов, 1941 г.



Рисунок 5. Плакат «Бей врага как его били отцы и старшие братья - матросы октября!», автор С. С. Бойм, 1941 г.



Рисунок 6. Плакат «Бей насмерть!», автор Н. Н. Жуков, 1942 г.



Рисунок 7. Плакат «Отстоим Москву!», автор Н. Н. Жуков, 1941 г.



Рисунок 8. Плакат «Вступайте в ряды народного ополчения!», автор А. Г. Ситтаро, 1941 г.



Рисунок 9. Плакат «Фашизм – злейший враг женщин. Все на борьбу с фашизмом!»



291. Колецкий В.
Воин Красной Армии, спаси! 1942

Рисунок 10. Плакат «Воин Красной Армии, спаси!», автор В. Б. Корецкий, 1942 г.



Рисунок 11. Плакат «Во имя Родины, вперёд, богатыри!», 1943 г.



Рисунок 12. Плакат «Красноармеец, будь достоин Богатырской славы твоего народа!»



Рисунок 13. Плакат «Наши силы неисчислимы»



Рисунок 14. Плакат «Бьёмся мы здорово, колем отчаянно, внуки Суворова, дети Чапаева!»



Рисунок 15. Плакат «Окружим лаской и заботой детей, пострадавших от фашистских варваров!»



Рисунок 16. Плакат «Спасём советских ребят от немцев!»



Рисунок 17. Плакат «Прифронтной Франкфурт держится!»



Рисунок 18. Плакат «Пехота – царица всех войск»



Рисунок 19. Плакат «Танк – твоё оружие!»



Рисунок 20. Плакат «Создавай оружие для фронта»



Рисунок 21. Плакат «Так как мы сражаемся, работайте для победы!»

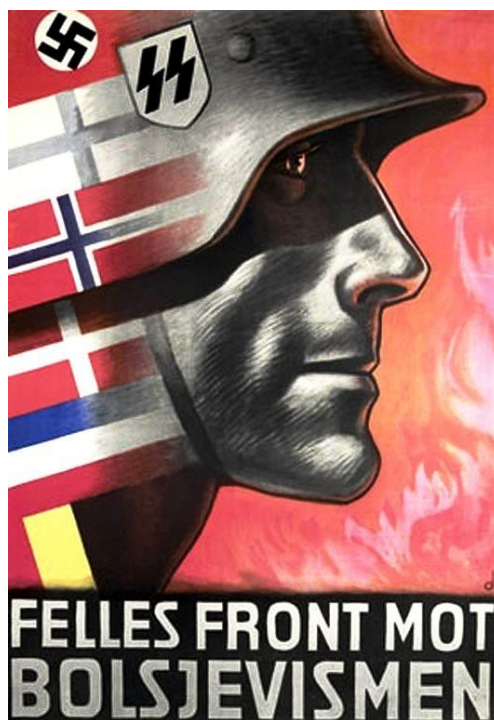


Рисунок 22. Плакат «Объединённый фронт против большевизма»



Рисунок 23. Плакат "Фронт против большевизма. Где ты находишься сейчас?"



Рисунок 24. Плакат «Моя честь». Посвящён голландским добровольцам войск СС

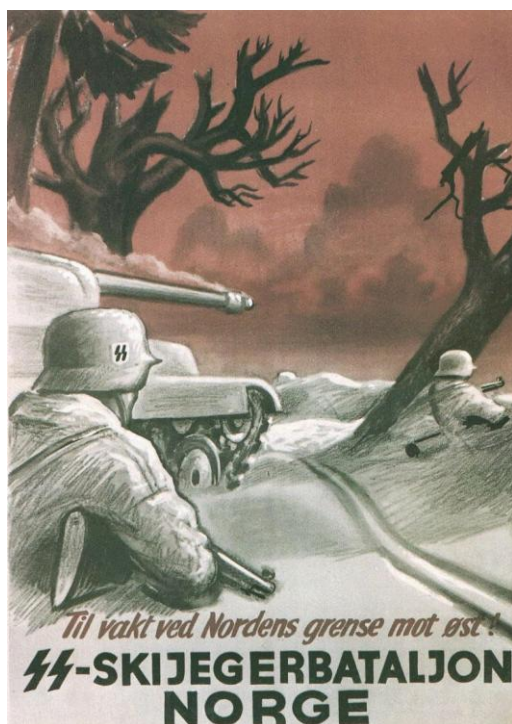


Рисунок 25. Плакат «Защищай границы Севера от Востока!»

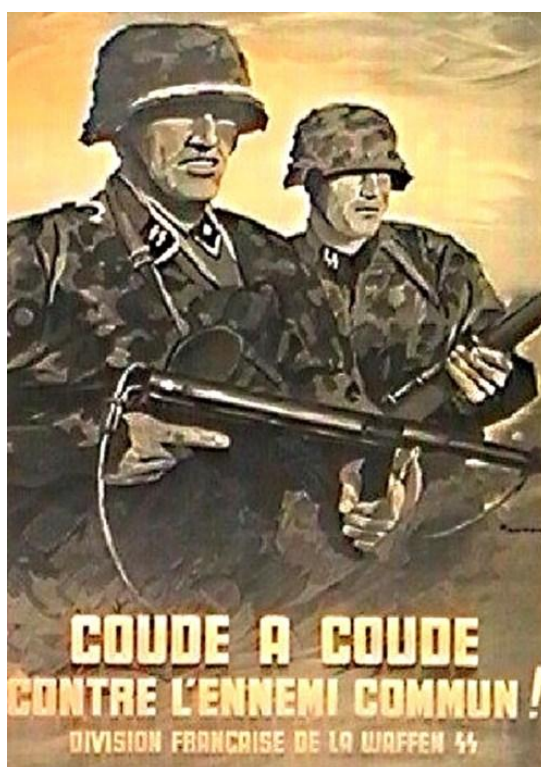


Рисунок 26. «Бок о бок против общего врага! Французская дивизия войск СС»



Рисунок 27. Плакат «Покажи себя настоящим голландцем - сражайся против большевизма! Вступай в Войска СС».



Рисунок 28. Плакат «Молчи! Знай своё место - заткнись! Сообщение министра национальной безопасности»

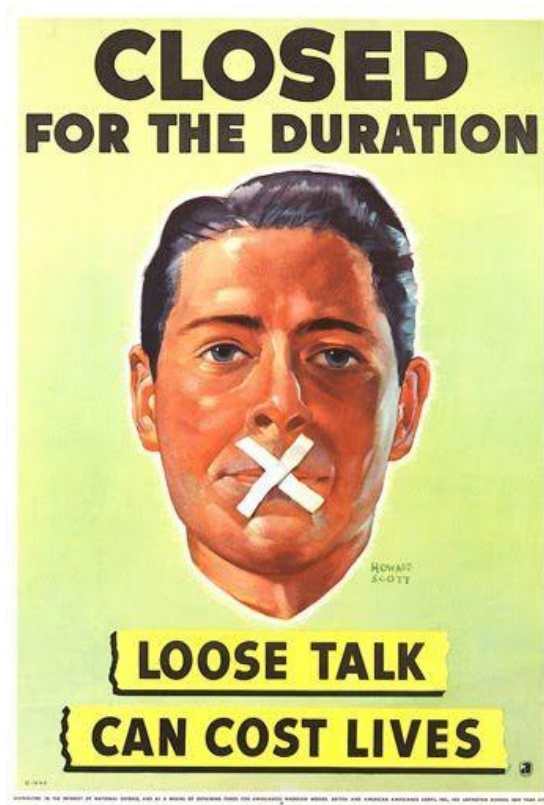


Рисунок 29. Плакат «Заткнись надолго. Беспольный разговор может стоить жизни»



Рисунок 30. Плакат «Молчание значит безопасность»

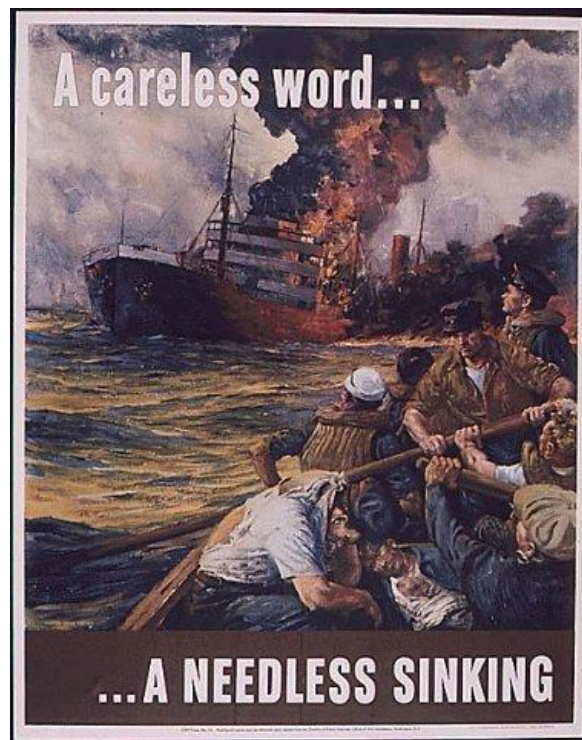


Рисунок 31. Плакат «Неосторожное слово само собой тонет»



Рисунок 32. Плакат «Не отговаривай нас от этого! Держи глаза открытыми и рот закрытым!»

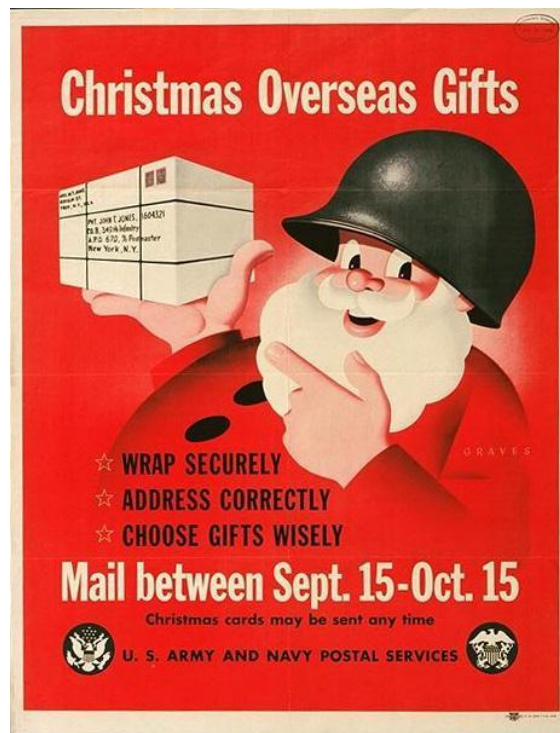


Рисунок 33. Плакат «Рождественские подарки за океан. Завёртывай надёжно, адресуй правильно, выбирай подарки с умом»

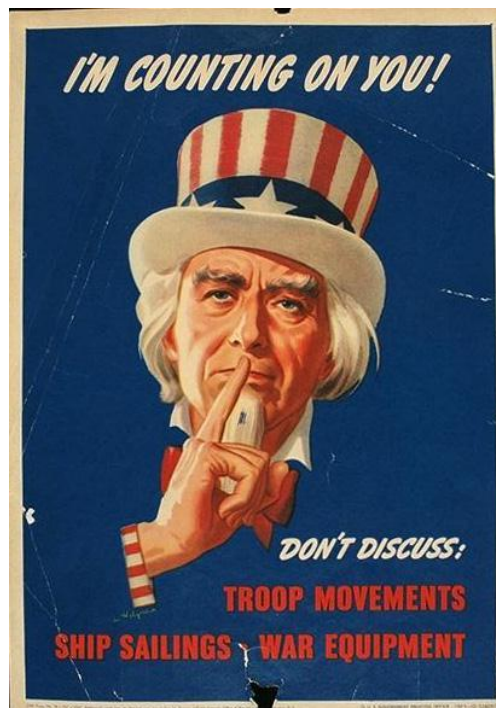


Рисунок 34. Плакат «Я рассчитываю на тебя! Не обсуждай передвижения войск, отправку кораблей, военное оборудование»



Рисунок 35. Плакат «Избавь нас от зла... Покупай военные облигации»



Рисунок 36. Плакат «Не дайте этой тени коснуться их. Покупайте облигации военных займов»

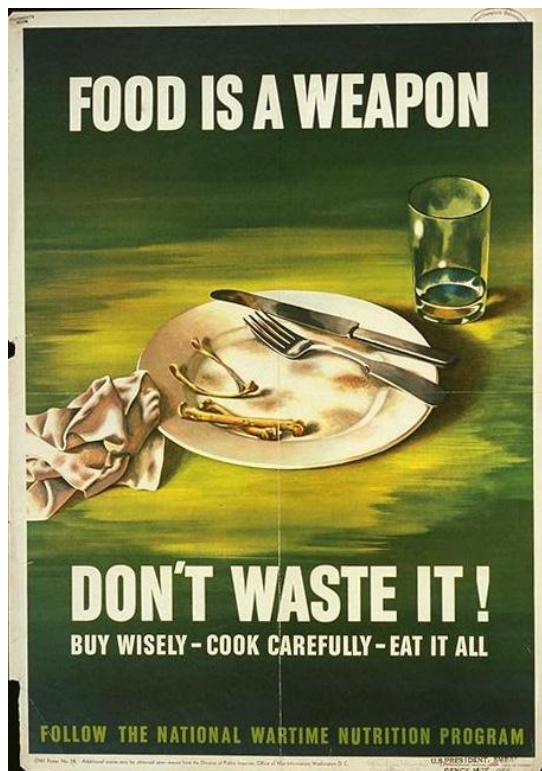


Рисунок 37. Плакат «Еда — это оружие. Не расточай её! Покупай мудро, готовь тщательно, съедай всё. Следуй программе национального питания военного времени»



Рисунок 38. Плакат «Сберегай использованный жир для взрывчатых веществ. Отнеси его своему торговцу мясом»

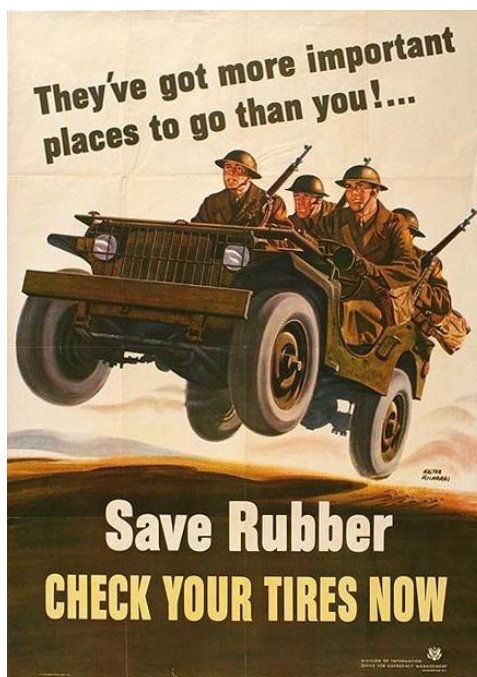


Рисунок 39. Плакат «У этих ребят гораздо больше важных мест куда поехать, чем у тебя!... Береги резину, проверь покрышки прямо сейчас»



Рисунок 40. Плакат «Осторожность предотвратит 9 из 10 лесных пожаров!»
Американская армия остро нуждалась в древесине.

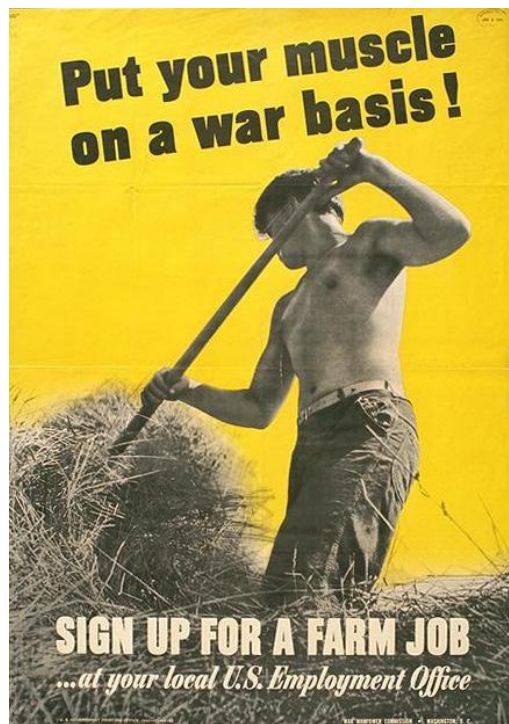


Рисунок41. Плакат «Заставь свои мышцы работать для войны. Запишись на сельхоз работы»

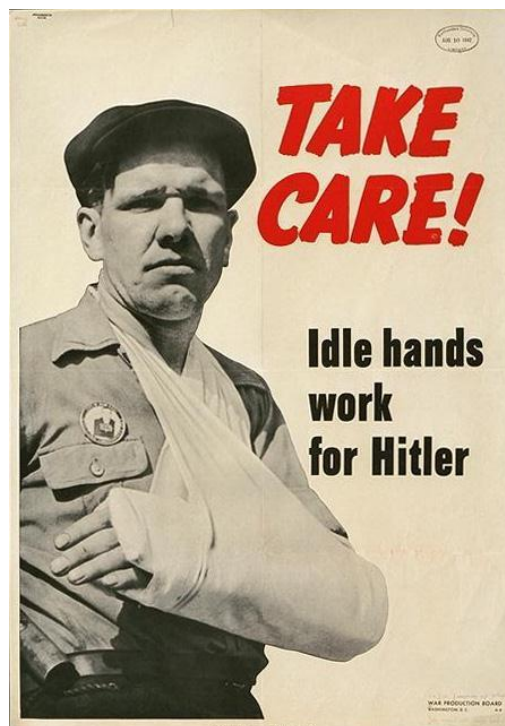


Рисунок 42. «Будь осторожен! Незанятые руки работают на Гитлера»

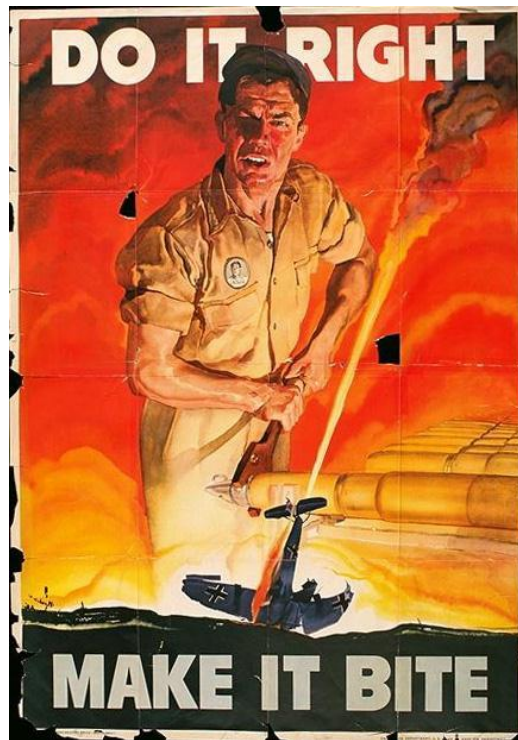


Рисунок 43. Плакат «Делай чётко, чтобы жалили точно»

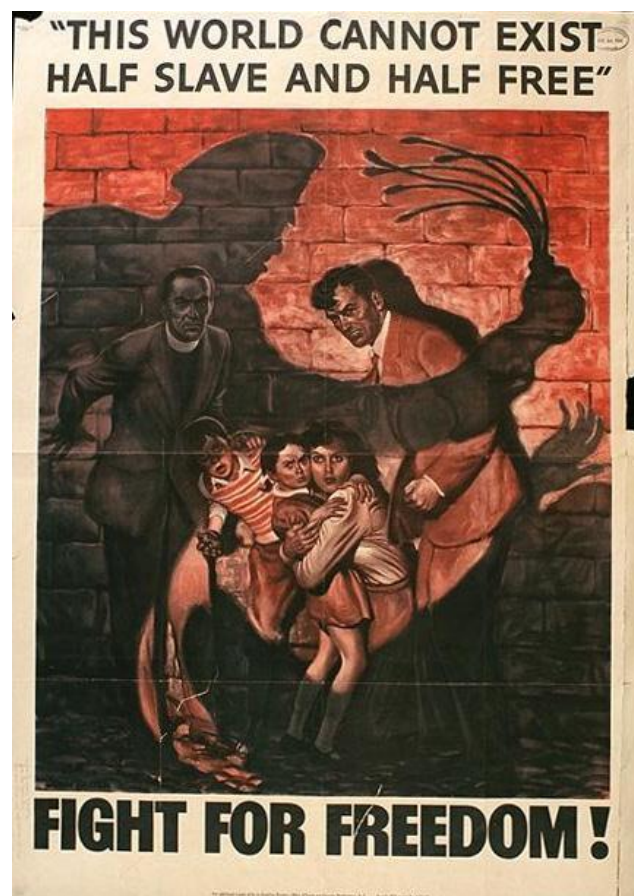


Рисунок 44. Плакат «Этот мир не может существовать наполовину в рабстве, наполовину свободным. Сражайся за свободу!»

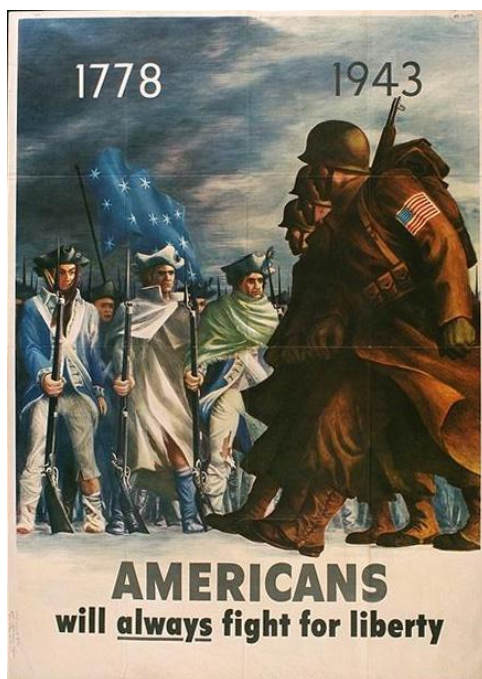


Рисунок 45. Плакат «Американцы всегда будут сражаться за свободу»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Образ врага в плакатной пропаганде.

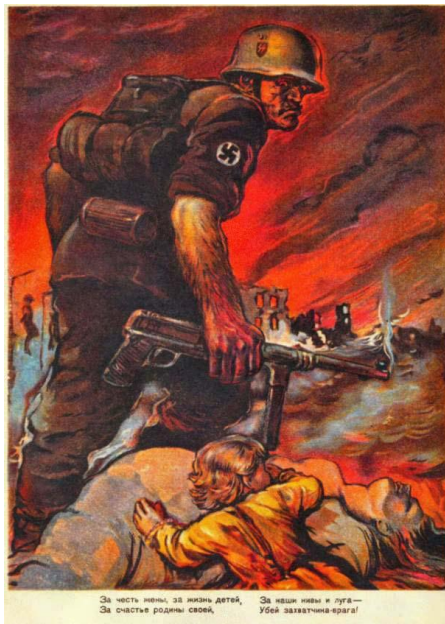


Рисунок 1. Плакат «За честь жены, за жизнь детей, за счастье родины своей, за наши нивы и луга – убей захватчика-врага!»



Рисунок 2. Плакат «Гитлеровцы - это... Убийцы, насильники, воры, поджигатели, палачи, мародеры. Этих зверей убей!»



Рисунок 3. Плакат «Убей фашиста-изувера!»



Рисунок 4. Плакат «Смерть немцам - душегубам!»



Рисунок 5. Плакат «Так выглядит теперь немецкий зверь! Чтоб нам дышать и жить - зверя добить!»



Рисунок 6. Плакат «Зверь ранен. Добьем фашистского зверя!»

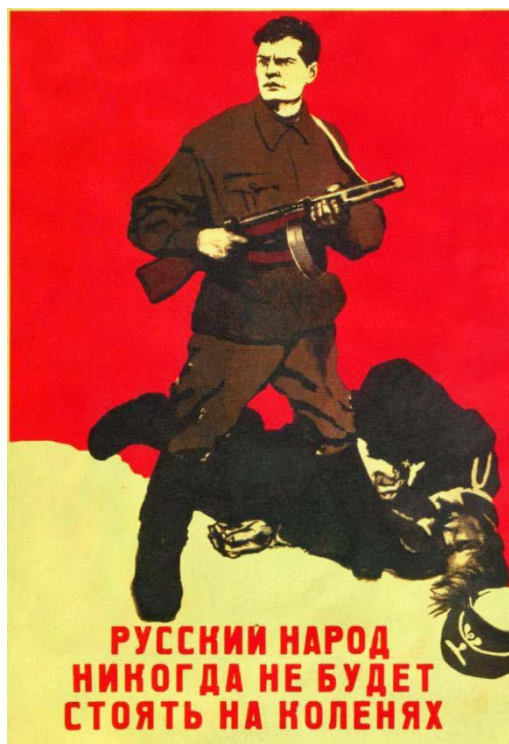


Рисунок 7. Плакат «Русский народ никогда не будет стоять на коленях»



Рисунок 8. Плакат «Для немцев страшные вещи - мешки и клещи!»



Рисунок 9. Плакат «Узнал фашистский стервятник, что у нас - не ягнятник!»



Рисунок 10. Плакат «Выступали - веселились, отступали - облезли!»



Рисунок 11. Плакат «Так будет с фашистским зверем!»

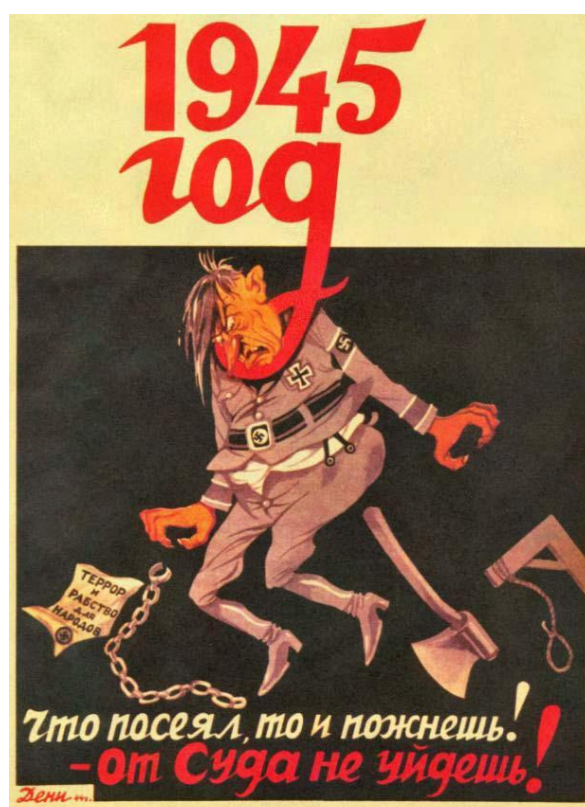


Рисунок 12. Плакат «Что посеял, то и пожнёшь! От суда не уйдёшь!»



Рисунок13. Плакат «С наступающим!»



Рисунок14. Плакат «Дело было на Днестре»

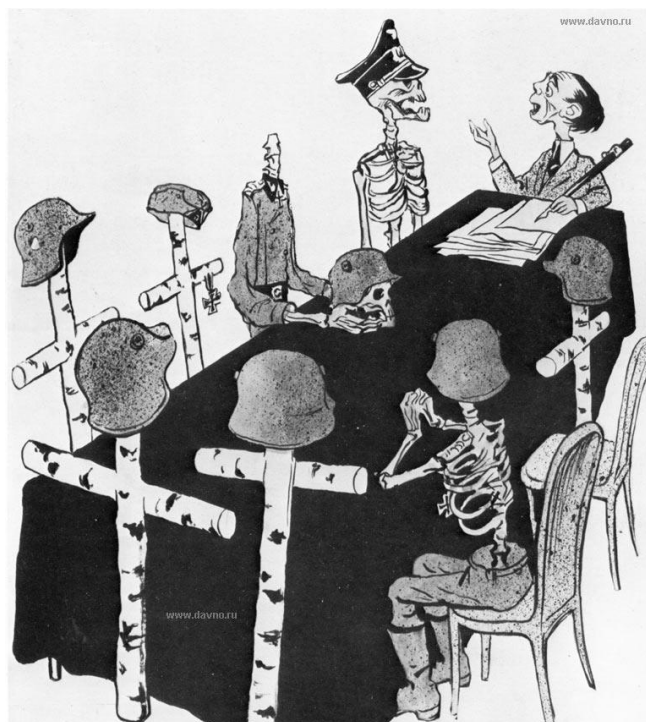


Рисунок15. Плакат «Мёртвые души»



Рисунок16. Плакат «Фашизверги в Сорочинцах»



Рисунок 17. Плакат «Зачем свинье культура и наука?»



Рисунок 18. Плакат «За муки, за раны я отомщу немцам!», В. Корецкий, 1944 г.



Рисунок19. Плакат «Брехомёт»

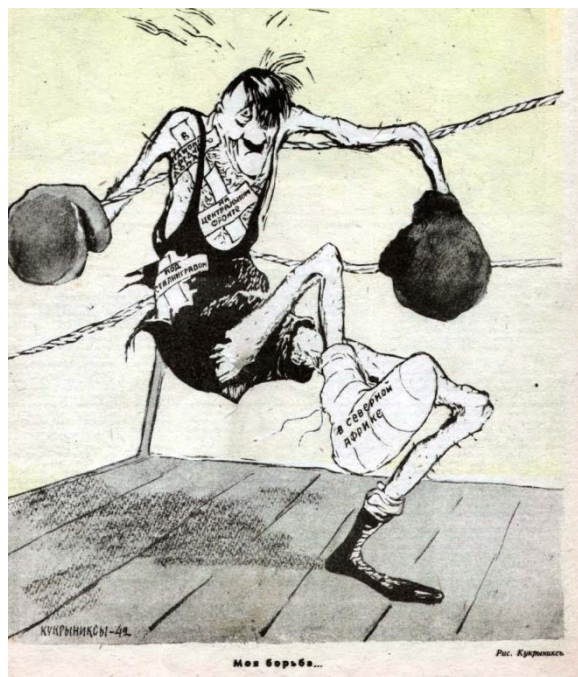


Рисунок20. Плакат «Моя борьба»



Рисунок 21. Плакат «Берлинская разбойничья шайка»



Рисунок 22. Плакат «Красной армии метла нечисть вымела дотла!»



Рисунок23. Плакат «И на Тихом океане свой закончил поход!»



Рисунок24. Плакат «Бесславный конец фашистских агрессоров»



Рисунок 25. Плакат «Запомни и отомсти!»



Рисунок 26. Плакат «Убей детоубийцу!»

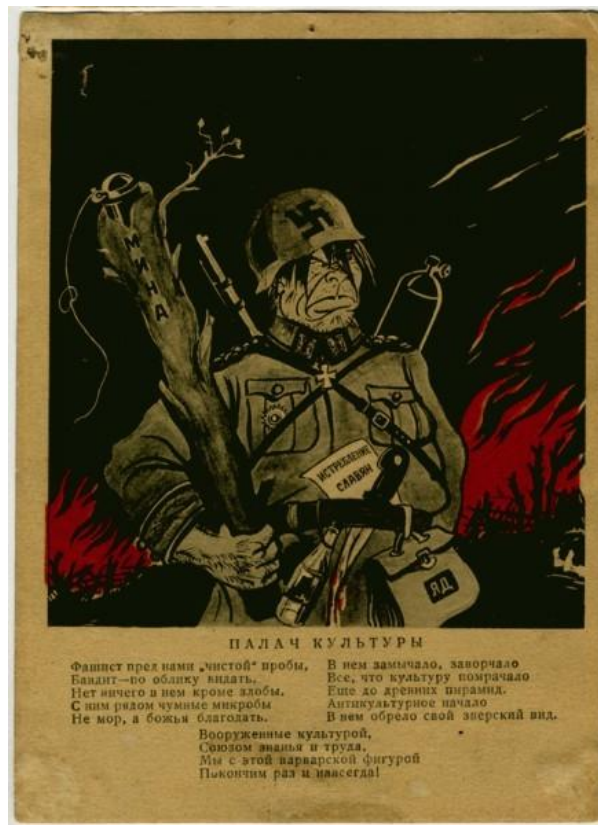


Рисунок 27. Плакат «Палач культуры»



Рисунок 28. Плакат «Боец, спаси этих детей от голодной смерти. Истребляй немецких разбойников!»



Рисунок 29. Плакат «Фашизм – кровавое чудовище! Бей его без пощады!»



Рисунок 30. Плакат «Лицо гитлеризма»



Рисунок 31. Плакат «В пыли со всеми врагами Великой Германии!»



Рисунок 32. Плакат «Вступай в добровольческую гренадерскую дивизию СС «Лангемарк!»»



Рисунок 33. Плакат «Замена командования в войсках СС»

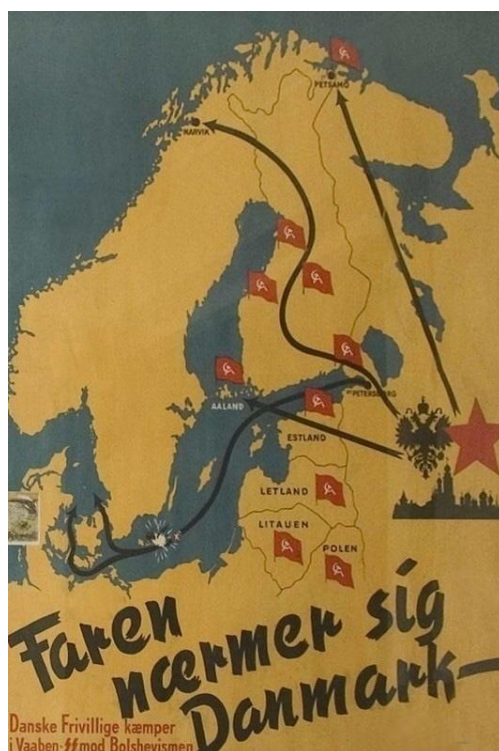


Рисунок 34. Плакат «Датские волонтеры борются в войсках СС против большевизма»

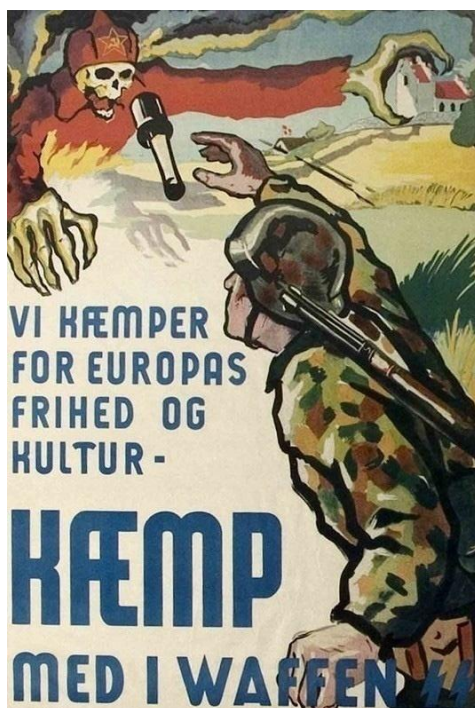


Рисунок 35. Плакат «Мы боремся за европейскую культуру и свободу – борись в войсках СС»



Рисунок 36. Плакат «Вставайте на борьбу с большевизмом в рядах галицкой дивизии»

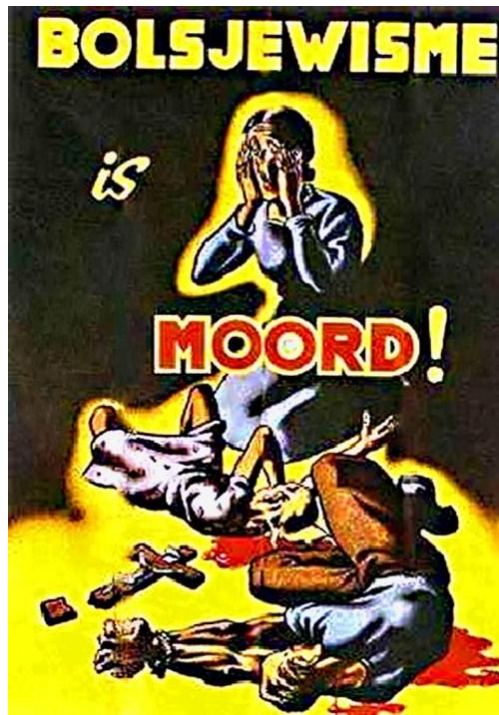


Рисунок 37. Плакат «Большевизм это убийца!»



Рисунок 38. Плакат «Немецкая армия обеспечит вам спокойный труд для лучшего и светлого будущего! К труду же, украинцы!»



Рисунок 39. Плакат «Победа Германии – свобода Европы»



Рисунок 40. Плакат «Европа начала совместный поход против большевизма! - вступайте во фламандский легион СС»



Рисунок 41. Плакат «Соединённые штаты спасут Европу от падения»



Рисунок 42. Плакат «Это враг!», 1942 г.

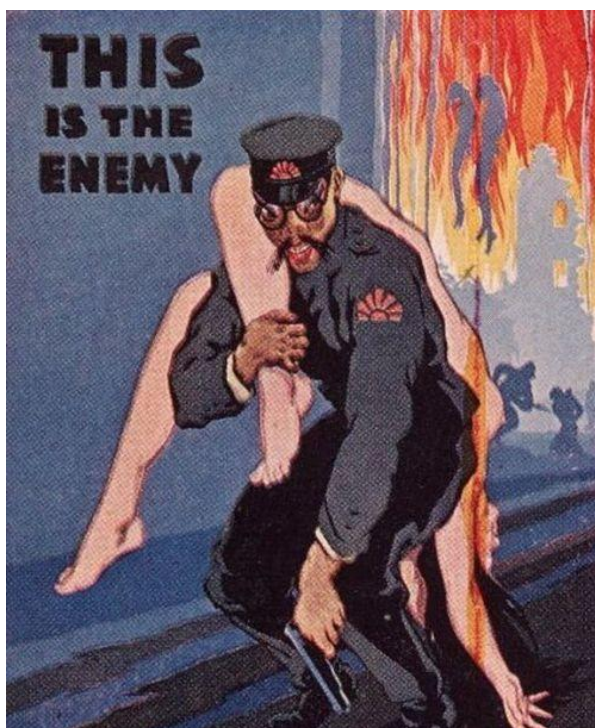


Рисунок 43. Плакат «Это враг!»



Рисунок 44. Плакат «Останови его и работа выполнена»



Рисунок 45. Плакат «5200 американских заключённых были убиты посредством пыток, устроенных япошками на Филиппинах; описание жестокого «Марша смерти». Что ты собираешься с этим делать? Оставайся на работе до тех пор, пока все убийцы-япошки не будут уничтожены!»

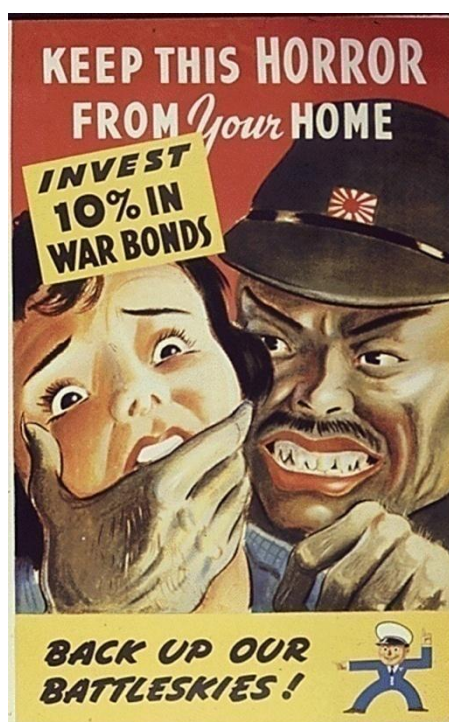


Рисунок 46. Плакат «Спаси свой дом от этого ужаса. Вложи 10% в военные облигации»

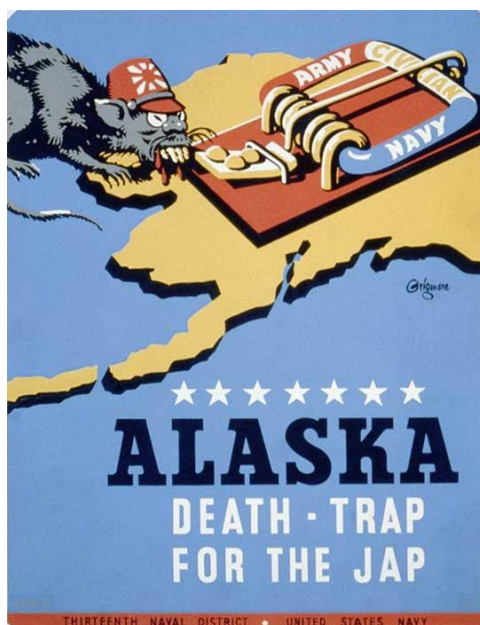


Рисунок 47. Плакат «Аляска — смертельная ловушка для япошек»



Рисунок 48. Плакат «Это враг!»

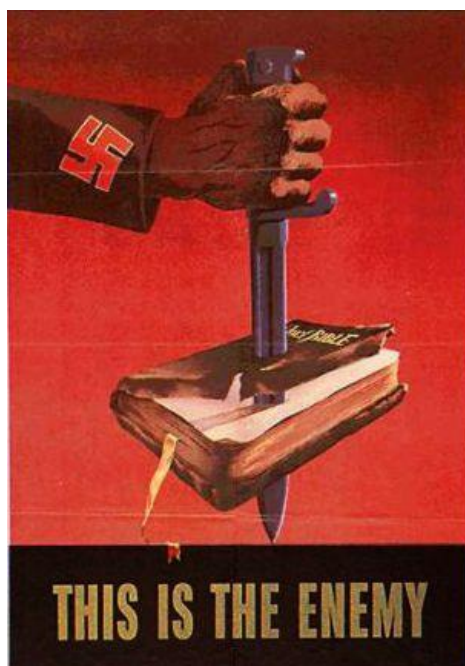


Рисунок 49. Плакат «Это враг!»



Рисунок 50. Плакат «Он следит за тобой»



Рисунок 51. Плакат «Вражеские уши подслушивают»



Рисунок 52. Плакат «Сегодня нам принадлежит Германия, завтра весь мир! - Да, ну?!»



Рисунок 53. Плакат «Части легкомысленного разговора собираются воедино врагом»