

Советские и британские агитационные плакаты времен Второй мировой войны

А.С. Дудин, студ. гр. 10А22
Научный руководитель: Ивушкина Н.В., ст. преп. каф. ГОИЯ
Юргинский технологический институт (филиал)
Национального исследовательского Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
Тел. (38451) 62683
E-mail: miluoki2007@yandex.ru

Во время Второй мировой войны необходимо было поднять боевой дух вооружённых сил и населения страны для отражения неприятеля, а также воздействовать на вражескую армию и население, занятых врагом территорий. Это способствовало развитию различных пропагандистских технологий, которые стали неотъемлемой частью самой войны. Для этого использовались все доступные средства того времени: звукозаписи, радиопрограммы, прямые пропагандистские аудиотрансляции на вражеские окопы, создание коллаборационистских организаций. В списке средств пропаганды плакаты и листовки занимают далеко не последнее место.

Данная работа посвящена пропагандистским плакатам СССР и Великобритании времен Второй мировой войны.

Целью данной работы является рассмотреть и сопоставить агитационные плакаты СССР и Великобритании времен Второй мировой войны.

Для реализации данной цели мы поставили перед собой следующие задачи:

- рассмотреть основные особенности плаката как вида искусства;
- рассмотреть основные виды плакатов СССР и Великобритании 1941-1945 годов;
- выявить сходство и отличия в тематике и изобразительных средствах плакатов двух стран.

Основными моментами агитплаката являются:

- красочность, яркость;
- минимальное содержание слов при их внешней выразительности;
- четко поставленная и выраженная ключевая мысль;
- узнаваемость образов;
- индивидуальность шрифта.

Какими же специфическими средствами располагает арсенал плакатистов? Среди них – сопоставление разномасштабных фигур и событий, словно бы происходящих в разных пространствах и эпохах, общепонятные символы и аллегории, изобразительные метафоры, обобщенные, условные формы предметов, использование фотографий и др. Плакат информативен по определению, надпись ли сопровождает рисунок, или же изображение служит иллюстрацией к ней. Расположение текста, как и выбор шрифта, чрезвычайно важны – они способствуют оригинальному декоративному решению композиции. Существуют замечательные образцы плаката, где вообще нет почти ничего, кроме литер надписи, – они как бы замещают изображение.

Для обеспечения эффективной работы тыла и поддержкой вооружённого противоборства на фронте, пропаганда была жизненно важна для СССР. С началом войны мирные жители столкнулись с разрушением привычной социальной среды. Пропагандистская работа была направлена на снижение уровня социального стресса, она помогала повысить боевой дух на фронте и в тылу.

Пропагандой во время Великой Отечественной войны в Советском Союзе занималось Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) и Отделение по работе с войсками противника Главного политического управления РККА.

Одними из самых знаменитых плакатов Великой Отечественной Войны были «Окна ТАСС», продолжившие традиции окон «РОСТА» периода гражданской войны. Плакаты этой серии состояли из нескольких взаимосвязанных рисунков с соответствующими текстами. Широкою известность получили периодические плакатные серии: «Слава Героям Отечественной Войны», «Боевые эпизоды», «Герои и Подвиги», «Боевой карандаш», Сатирическое обозрение «Бьем», газета-плакат «Раздавим фашискую гадину» и сатирический листок «Партизанская дубинка». По сути, малой формой плаката являлись иллюстрированные фронтовые и партизанские листовки.

Агитационные плакаты посылались на фронты войны наравне с патронами и снарядами, их расклеивали на стенах городов отражавших нападение гитлеровцев. Внизу на ярком поле плаката обычно помещалась надпись: «Всякий срывающий или заклеивающий этот плакат – делает предательское дело». Плакат боролся, он был оружием, и его, как оружие, берегли.

Среди советских плакатов военного времени можно выделить следующие тематические группы:
- призыв к защите Родины;

В рамках этой группы можно выделить такие темы как «В атаку!» - призыв устремиться на врага; «До последнего патрона», «Враг не пройдет!» - призыв к стойкости; а также – плакаты с образами женщин и детей, которые символизировали Родину, матерей, сестер, возлюбленных или невест, дочерей и сыновей для старшего поколения.

В первые дни войны массовыми тиражами было выпущено пять плакатных листов, в том числе «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!», причем первоначально штык красноармейца пронзал руку Гитлера. Однако в более позднем варианте штык вонзался прямо в голову фюрера, что вполне отвечало конечной цели разворачивавшихся событий. Духу времени соответствовали и удачное сочетание в сюжете плаката героического и сатирического образов.

«Смерть Фашистской Гадине!». Враг показан в виде мерзкого гада, в форме свастики которого пронзает штыком воин Красной Армии.

«Врагу не будет пощады!». На нем были изображены поднявшиеся в атаку бойцы, наступающие танки, проносящиеся по небу самолеты. Над всем этим могучим целеустремленным движением развевалось Красное Знамя.

В первые месяцы войны сюжеты героических плакатов были насыщены сценами атак и единоборства советского воина с фашистом, причем основное внимание, как правило, обращалось на передачу движения яростного устремления на врага. Таковы плакаты : «Вперед, за нашу Победу!», «Наше дело правое. Враг будет разбит!», «Фашисты не пройдут!», «Вперед Буденновцы!», «Стальной лавиной раздавим врага», «Руби ГАДОВ!», «Покажем презренным фашистским убийцам, как драться умеет советский моряк!». Многофигурность композиции этих плакатов должна была подчеркнуть мысль о всенародном характере сопротивления врагу. Остановить нашествие любой ценой призывал плакат «Боец, оказавшийся в окружении. Борись до последней капли крови!».

Достаточно часто сюжетами плакатов становились эпизоды мобилизации, создания народного ополчения. Таковы плакаты «Могучее Народное Ополчение», «Молодежь, в бой за Родину!», «Защита Отечества есть священный долг каждого гражданина СССР», «Наши силы неисчислимы» и другие. В плакатах 1941 года содержание часто углублялось присутствием второго символического плана, исторической параллели. Художники прибегали к сопоставлению современных воинов и полководцев прошлого, сцен современного боя и условных аллегорических изображений, символизирующих Родину. К числу таких плакатов относятся: «Так было: Так будет!», «Славна богатырями земля наша», «К оружию, Славяне! Разгромим фашистских угнетателей», «Грудью на защиту Ленинграда». Нередко художники прибегали к образам наших героических предков: например, - «Бьемся мы здорово, колем отчаянно, внуки Суворова, дети Чапаева», 1941.

- тема справедливости освободительной борьбы;

Спустя неделю после начала войны появился один из самых известных плакатов военных лет «Родина-Мать зовет!». Аллегорическая женская фигура на фоне штыков держит в руках текст военной присяги. Он был издан миллионными тиражами на всех языках народов СССР. Художник талантливо представил исполненный романтики обобщенный образ Отчизны. Основная сила воздействия этого плаката заключена в психологическом содержании самого образа — в выражении взволнованного лица простой женщины, в её призывающем жесте.

«Освободи», «Отомсти!» - вызывают с плакатных листов изображения детей и стариков.

- разоблачение и осуждение фашизма;

Призывом к мщению звучал плакат В. Г. Корецкого «Воин Красной Армии, спаси!» (1942). Не было не только ни одного бойца, но, кажется, ни одного человека вообще, кого бы не пронзила трагическая сила этого образа женщины, в ужасе прижавшей к себе ребенка, на которого направлен штык со свастикой. Плакат стал действительно клятвой каждого бойца.

- призывы к бдительности;

Один из самых известных плакатов тыловой тематики — «Не болтай!» — принадлежит московской художнице Н. Ватолиной. Позировала для плаката соседка художницы, мать солдатова-

фронтовиков, текст к плакату написал С. Маршак. Этот же актуальный сюжет лег в основу плаката В. Конашевич «Не болтай, враг слушает».

- призывы помогать фронту, призывы к экономии;

Многие плакаты затрагивали тему трудовой дисциплины: «Прогулы ликвидировать полностью!» С. Игуманова, «Брак-Враг» Б. Клинич, «Водители машин! Бесперебойно доставляйте грузы на фронт» Я. Бекетова, «Собирай ЛОМ», «Ты чем помог Фронту?» и другие.

- призывы к самоотверженному труду.

Одним из наиболее распространённых сюжетов был образ женщины, заменившей ушедшего на фронт мужчину у станка, за рулем трактора, за штурвалом комбайна. Лучшие плакаты этой темы «Больше хлеба для фронта и тыла. Убрать урожай полностью!» Н. Ватолиной и Н. Денисова, «На трактор девушки садятся смело!» Т. Ереминой, «Мы поклялись своим мужьям» М. Бри-Бейн, «Чем крепче тыл, тем крепче фронт!» О. Эйгес.

Теперь обратимся к плакатам военного времени, созданным в Великобритании. Британские плакаты, в свою очередь, можно разделить на следующие группы:

- призыв на военную службу и к труду.

Плакаты, призывавшие к службе в вооруженных силах и к труду, были нацелены, в основном, на набор специалистов и, в особенности, на призыв женщин к службе во вспомогательных частях и к труду. Также плакаты этой группы содержали призывы к наращиванию промышленной и сельскохозяйственной производительности.

Так, например, в октябре 1939 года британское правительство начало агитационную кампанию под лозунгом «Копай для Победы!», которая была призвана бороться с нехваткой продовольствия.

- промышленное производство.

В силу высокотехнологичной природы методов ведения войны 1939-1945 гг. огромное значение приобретало производство вооружений. Заводы и фабрики должны были производить огромное количество танков, самолетов, кораблей и других видов вооружений. Таким образом, увеличение эффективности и производительности промышленных предприятий стало жизненно важной частью военных усилий и ключевой темой агитационных плакатов.

- сохранение морального духа.

Помимо страданий, связанных с военными лишениями, гражданское население подвергалось непосредственной опасности из-за бомбардировок населенных пунктов.

К августу 1939 года Министерство Информации выпустило серию из трех плакатов, призванных поддержать гражданское население. Они имели достаточно простой дизайн, с уникальными и узнаваемыми надписями, которые содержали послание короля своему народу. В верхней части плакатов было изображение «тюдоровской» короны – широко используемого символа властей. Всего было создано три плаката, с надписями «Свобода в опасности. Защищай ее изо всех своих сил», «Твоя храбрость, твое жизнелюбие, твоя решимость принесут нам Победу» и «Сохраняй спокойствие и продолжай делать свое дело». Плакаты были созданы как декларация о моральных обязательствах каждого отдельного гражданина и не содержали никаких рисунков – только герб и надпись.

- вопросы безопасности.

Во время войны значительное внимание уделялось повышению гражданской сознательности общества. Этот вид агитации также привел к росту ощущения сопричастности к общей работе для фронта.

Так началась агитационная кампания под лозунгом «Безответственная болтовня стоит жизни». Ее целью было удержать людей от распространения сплетен и полезной информации, которая могла бы попасть в руки врагов.

- режим строгой экономии.

Военные расходы были огромным бременем для британской экономики с ее ограниченными ресурсами, что привело к появлению призывов к обществу о сотрудничестве в области финансирования военно-экономической деятельности. Агитационные плакаты призывали усилить бережливость, не допускать ненужных трат и избыточного потребления. Также велась агитация за вторичную переработку и наращивание производства продуктов питания в садах и огородах.

- охрана здоровья и труда.

Министерство питания агитировало людей есть здоровую пищу. Картофель и морковь были в достаточной степени доступны, поэтому министерство запустило агитацию с персонажами, которых звали «Картошка Пит» и «Док Морковь». Плакаты «Кашель и насморк ведут к болезням» говорили о необходимости следить за здоровьем.

По итогам исследования можно сделать следующие выводы:

При сопоставлении советских и британских агитационных плакатов можно выявить как ряд сходных черт, так и значительные различия.

К сходным чертам относятся:

1) особенности изображения «своих» и «врагов».

В свете пропаганды «свои» предстают сильными, уверенными в себе людьми. Так же широко используются изображения государственных символов, политических лидеров, популярных исторических персонажей (чаще связанных с военной историей). В таких материалах война предстаёт справедливой, обусловленной необходимостью решения важной общенациональной задачи (например, «защиты социалистической Родины от немецко-фашистских захватчиков»). Народ предстаёт в качестве единой и несокрушимой силы. Пребывание на фронте не связывается в пропагандистских материалах с опасностью.

В то же время «враги» в пропагандистских материалах предстают то жалкими и беспомощными, то бесчеловечными монстрами. Чаще центральным звеном пропагандистского материала становится не сам враг, а бесчеловечность и разрушительность его действий. Это связано с необходимостью одновременно подавить в своих солдатах страх по отношению к врагу, вселить в них решительность и обезличить образ противника — сделать так, чтобы он не воспринимался как человек и в него было легче стрелять. Как правило, в таких материалах сильны мотивы защиты своей страны, своего дома, а также мотив мести.

В пропагандистской продукции образы политических лидеров вражеского государства использовались в неприглядном виде. Вражеские солдаты изображаются наглыми и глупыми, а в бою проявляют трусость.

2) сходство тематик плакатов, таких как ..., призванных облегчить решение вопросов трудовой дисциплины, безопасности, экономии.

Различия, выявленные при сопоставлении плакатов двух стран, включают в себя:

1) уровень и сила эмоционального воздействия. Британия не вела боевых действий на своей территории, и ее население не знало массовых убийств, пыток, угона в рабство, концлагерей и прочих ужасов фашистской оккупации. Поэтому эмоциональный «накал» советских плакатов несопоставим с аналогичными британскими. Можно сказать, что страдания народа, в первую очередь, женщин и детей, ставшие темой многих советских плакатов, зашкаливают, выходят за пределы «нормы», «нормальной», «цивилизованной» жизни, которая явственно отражается в плакатах Великобритании.

То же самое можно сказать и про плакаты, зовущие в бой, в атаку - динамичность, устремленность фигур на советских плакатах, не оставляет сомнений в ярости атаки и невозможности ей противостоять.

2) обращение к образу слабых и беззащитных в советском плакате – образы матерей, детей вызвали о помощи, о защите, напоминали, что дорога каждая минута, каждое усилие по приближению победы над врагом. Родина на самых популярных плакатах предстает в образе матери. Образность британского плаката связана с гражданственностью, любовью к королевской семье как символу Британии.

3) помимо идеи освобождения родной земли советский плакат обращается к таким общечеловеческим ценностям как национальное единение, солидарность и дружба народов, справедливость, гуманизм, противопоставляя их человеконенавистнической идеологии расизма и геноцида по отношению к порабощаемым народам. Плакат говорит о советском солдате как освободителе и спасителе не только «своих», советских людей, но и европейских народов.

Итак, использование плакатного искусства в качестве средства пропаганды служило разнообразным целям, совокупность которых вела к победе над врагом. Как вид искусства плакат неразрывно связан не только с эпохой, в которую он создается, но и с местом и условиями своего «рождения», что хорошо заметно при сопоставлении британских и советских плакатов периода Второй мировой войны. Именно эта связь обуславливает тематику, лозунги и даже эмоциональный «накал» плакатов. При наличии сходства в некоторых приемах и темах в плакатах разных стран художники-плакатисты обращаются к тому, что наиболее близко менталитету и характеру конкретного народа. Британские плакаты наполнены чувством патриотизма, гражданского единения всех слоев общества в борьбе с врагом, личной ответственности каждого за успехи страны в войне. Советский плакат выдвигает на первый план идеи единения людей, самоотречения и героизма, защиты слабых и угнетенных, дружбы народов и гуманизма.

Источники и литература/

1. Юферова А. А. Великая Отечественная война в произведениях советских художников. – М. : Изобразительное искусство, 1985. – 152 с.
2. Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Взаимосвязь эмоций и цвета // Вестн. Моск. ун-та — сер 14. — 1988. — №3.
3. Поташникова Г.И. Публицистика в годы ВОВ. – Самара, 2005
4. Свиридова И.А. Советский зрелищный плакат. Изд. «Изобразительное искусство», 1975.
5. Barrow Mandy. Britain since the 1930s. Campaigns and posters. [электронный ресурс] URL: <http://www.chiddingstone.kent.sch.uk/homework/war/campaigns.htm> (дата обращения 31.03.2013)
6. Keep calm and carry on: [электронный ресурс] URL: <http://www.keepcalmandcarryon.com/categories/keep-calm-and-carry-on/posters-artwork.html> (дата обращения 31.03.2013)
7. Stuart Hughes. The greatest motivational poster ever? [электронный ресурс] URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/7869458.stm (дата обращения 31.03.2013)
8. Vyšný Paul. Weapons on the wall. [электронный ресурс] URL: <http://www.st-andrews.ac.uk/~pv/pv/courses/posters/posters1.html> (дата обращения 31.03.2013)
9. Wikipedia. Keep calm and carry on. [электронный ресурс] URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Keep_Calm_and_Carry_On (дата обращения 31.03.2013)

Пистолеты-пулемёты Второй мировой войны

М.А. Крампит, студ. гр. 10680

Научный руководитель: Полицинский Е.В., к.пед.н., доц. каф. ЕНО
Юргинский технологический институт (филиал)

Национального исследовательского Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
тел. (384-51) 6-44-32
E-mail: ewpeno@mail.ru

Первая мировая война выдвинула ряд новых требований к стрелковому оружию. Главное требование – повышение огневой мощи пехоты. Было очевидно, что если помимо широкого внедрения пулемётов на вооружение пехоты поступило бы какое-то новое индивидуальное оружие, более скорострельное, чем магазинные винтовки, это позволило бы существенно увеличить огневую мощь пехоты. Первыми шагами к решению данной проблемы были попытки создания автоматических винтовок. Однако эти попытки успеха не принесли. Созданные образцы автоматических винтовок в лучшем случае были приняты в разных странах лишь на частичное вооружение. Автоматические винтовки уступали магазинным винтовкам в легкости, компактности, и что самое главное – в надёжности. Эти недостатки во многом были связаны с использованием в них мощных винтовочных патронов. Таким образом, стало очевидным необходимость создания нового индивидуального оружия на базе нового патрона меньшей мощности.

Наиболее логичным и целесообразным был путь создания такого оружия на базе уже имеющихся пистолетных патронов. Отсюда название – пистолет-пулемёт. Конечно, пистолеты-пулемёты не могли полностью заменить винтовки главным образом из-за недостаточной дальности стрельбы, поэтому они дополняли систему стрелкового вооружения пехоты, усиливая мощь огня в ближнем бою.

Пистолет-пулемёт представляет собой портативное автоматическое оружие, стреляющее пистолетными патронами непрерывным пулемётным огнём [1, С. 553]. Пистолеты-пулемёты превосходили винтовки только в скорострельности, при этом значительно уступали им в дальности, пробивной способности и меткости.

Тем не менее, появление и принятие на вооружение пистолетов-пулемётов представляло собой значительный шаг вперёд в развитии и совершенствовании стрелкового оружия. Пистолеты-пулемёты, только зародившись в середине второго десятилетия двадцатого века, уже в 1930-40 гг. получили широчайшее распространение. Сфера их применения значительно расширялась, особенно с созданием специальных подразделений автоматчиков, вооружённых пистолетами-пулемётами. Удобство действий с пистолетами-пулемётами в траншеях и ходах сообщения, в лесу, внутри зданий и т.п.,