Название секции: история;

Тема работы: «Тема: Роль советской и нацистской пропаганды в годы ВОВ»;

Фамилия, имя, отчество автора: Готовец Кирилл Алексеевич;

Название учебного заведения, класс: МОБУ лицей №7, г. Таганрог, 9Б класс.

Фамилия, имя, отчество руководителя, должность и место работы научного руководителя:

Великая Отечественная война 1941-1945 годов ярко показала, что духовная борьба существенно влияет на весь ход военной борьбы. Если сломлен дух, сломлена воля, война будет проиграна даже при военно - техническом и экономическом превосходстве. И наоборот, война не проиграна, если дух народа не сломлен, даже при больших первоначальных успехах врага. Огромную роль здесь играла печатная пропаганда, которая очень сильно воздействовала на солдат и население.

Изучение Великой Отечественной войны в канун 75-летия ее победы очень актуально. С каждым годом мы узнаем все больше нового материала. Открываются ранее не известные страницы истории.

Мы изучаем отдельные факты, события, а как же обстояло дело с искусством в военное время. Как велась пропаганда, так характерная для тоталитарных режимов? Существуют ли общие и различные черты между агитационными жанрами искусства? И можно ли рассмотреть ВОВ через призму плакатного искусства как способа пропаганды?

Цель работы: определение роли советской и нацистской пропаганды на солдат и население в ходе Великой Отечественной войны.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

1.Изучить характер пропаганды СССР и Германии на примере агитационных плакатов и листовок;

2.Сравнить агитацию и пропаганду в период ВОВ;

3.Систематизировать полученные данные и составить сравнительную таблицу плакатов и листовок СССР и Германии.

Объект исследования: отражение событий Великой Отечественной войны в советских плакатах 1941-1945гг. и листовках советское плакатное искусство. Предмет исследования – агитационные плакаты и листовки СССР и Германии в период 1941-1945 гг.

Методы исследования: анализ исторической литературы в аспекте изучаемой проблемы, метод хронологии и систематизации, обобщение и подведение выводов. Хронологические рамки исследования охватывают период с 1941-1945 гг., то есть с момента объявления войны СССР и до подписания капитуляции Германии. Новизна исследования: сделана попытка систематизировать плакаты Великой Отечественной войны и восстановить хронологию событий войны на основе анализа полученных данных.

Германия давно имела опыт военной пропаганды и искусно умела его применять (еще со времен Первой мировой войны). Германия долго готовилась к началу Второй мировой войны, были разработаны концепты пропагандистских тактик, листовок, именно поэтому характер германской пропаганды носит наступательный характер, то есть большая часть пропаганды ориентирована на вражеские формирования, на их деморализацию и переманивание на свою сторону, также внимание уделялось и внутренней пропаганде. Так, например, перед войной и на начальном этапе войны немецкая пропаганда рисовала граждан СССР так: репрессии, голод, лагерь, зона, работали и воевали из-за страха перед НКВД и комиссарами, были не образованны, ленивы, глупы. У СССР перед войной был опыт работы с военной пропагандой, но не настолько большой, чтобы сразу дать отпор германской пропаганде, поэтому была необходима скорейшая мобилизация всех доступных методов. Таким образом, окрепнув, советская пропаганда начинает «контрнаступление» на германскую. Обе стороны использовали близкие средства пропаганды, но по мере успехов СССР на фронтах создается куда более мощная пропагандистская индустрия. Самым главным было то, что эта индустрия была гораздо в большей степени построена на объективных фактах, а не на ненависти и желании силой выстроить «новый порядок».

Безусловно, что искусство обоих режимов имеет много общих черт, так как оба общества были тоталитарными режимами. Искусство находилось под партийным идеологическим контролем и

имело задачи воздействовать на массы, с целью воспитания требуемого политического мировоззрения.

Также и на плакатах, много похожего, общего, но есть и ряд различий это объясняется различными культурными традициями, художественными школами, менталитетом. Например, любимый государственный цвет Германии - коричневый, иногда темно синий. В Советском Союзе – красный. Это сразу, что бросается в глаза.

Всё же в немецких плакатах больше статичности в композиционных решениях. Плакаты СССР выглядят в целом более динамичными, стремительными. В сюжетах, немецкие художники часто обращались к эпохе рыцарства, мифологи и представляли немецкого солдата в образе средневекового воина. В Советском Союзе такой ход был непопулярен. Солдат у нас представлен как герой – современник, вчерашний рабочий, ответственный и сосредоточенный, уверенный в своих силах. Чем ближе к концу войны плакат Советского Союза становится более детализированным, проработанным, красочным. В Германии, наоборот, чем ближе конец войны, тем меньше времени затрачивалось на подготовку и выпуск плаката. Нередко печатались в один – два цвета. Такая ситуация была в начале войны с точностью до наоборот.

Анализируя плакаты времён Великой Отечественной войны можно увидеть настроение и переживания советских людей: горе и страдание, отчаяние и безнадёжность, страх и ненависть, счастье и любовь. И, по моему мнению, самая главная заслуга этих плакатов в том, что они никого не оставляли равнодушными, они помогали верить в скорую победу и воинам и населению СССР..

 С