

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/158729>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** История России

Содержание

Введение 3

Глава 1. Агитационные плакаты как элемент пропаганды в период Великой Отечественной войны 6

1.1 Специфика агитационных плакатов Великой Отечественной войны 6

1.2 Виды агитационных плакатов Великой Отечественной войны 12

Глава 2. Жанровое своеобразие плакатов Великой Отечественной войны 19

2.1 Методика анализа плаката как отдельного жанра 19

2.2 Композиция и язык плакатов Великой Отечественной войны: основные черты и динамика 21

Глава 3. Применение агитационных плакатов для изучения Великой Отечественной войны в урочной и внеурочной деятельности 33

3.1 Роль плаката в изучении Великой Отечественной войны 33

3.2 Методика и технология использования агитационных плакатов времен Великой Отечественной войны как исторического источника в урочной и внеурочной деятельности 36

Заключение 45

Список литературы 48

Приложение 52

Введение

Актуальность рассмотрения данной темы определяется совокупностью следующих факторов.

Во-первых, в период острых и кризисных ситуаций возникают условия, при которых в качестве орудия борьбы становится не только физическая сила, но и идеологические и агитационные средства. Именно таким средством в период Великой Отечественной войны стал агитационный плакат. В военный период плакату отводилась очень значимая роль, – он вместе с другими агитационными средствами, с одной стороны, звал солдат в бой, побуждая их к активным боевым действиям. В свою очередь, с другой стороны, в тылу плакат призывал людей отдать все свои силы для помощи фронту. Плакат в эти трудные времена укреплял в людях мужество, стойкость, веру в победу. Плакат своим лаконичным языком был способен передать зрителю всю глубину мысли художника, заставить его сопереживать образам плаката проецирования их на себя.

Во-вторых, педагог в рамках современной системы образования, владея различными методами и с разным уровнем успешности применяя их на практике, тем самым обеспечивает дифференцированный и индивидуальный подход к обучающимся, при этом повышая эффективность обучения. Успешность процесса обучения зависит от многих факторов. Однако на первом месте находится интерес обучающихся к изучаемому предмету. В качестве одного из действенных методов для повышения эффективности обучения на современном этапе выступает принцип наглядности. Основное значение данного принципа заключается в том, что этот принцип конкретизирует изучаемый школьниками материал и привлекает внимание учеников к рассматриваемой теме, повышая тем самым мотивационную сторону проводимых учебных занятий. К наглядным средствам в числе иных можно отнести и агитационный плакат. Он воспринимается зрительно, как и все иные наглядные средства, что позволяет сделать урок истории и занятие во внеурочной деятельности более ярким и запоминающимся.

В-третьих, плакат при изучении истории Великой Отечественной войны может являться не только наглядным средством, но и особым историческим источником.

Таким образом, высокая значимость плаката в период Великой Отечественной войны, его широкие функциональные возможности при изучении на уроках истории и во внеурочной деятельности темы Великой Отечественной войны, – все это в совокупности делает рассмотрение темы «Агитационные

плакаты времен Великой Отечественной войны как исторический источник. Использование материалов темы в урочной и внеурочной деятельности» актуальным.

Целью данной работы является всесторонний анализ плаката периода Великой Отечественной войны и выявление возможностей его использования в урочной и внеурочной деятельности. Названная цель реализуется путем постановки и выполнения следующих задач:

- определить специфику агитационных плакатов Великой Отечественной войны;
- описать виды агитационных плакатов Великой Отечественной войны;
- выстроить методику анализа плаката как отдельного жанра;
- изучить основные черты и динамику тематики, композиции и языка плакатов Великой Отечественной войны;
- обозначить роль плаката в изучении Великой Отечественной войны;
- охарактеризовать методику и технологию использования агитационных плакатов времен Великой Отечественной войны как исторического источника в урочной и внеурочной деятельности.

Объект исследования – агитационный плакат Великой Отечественной войны.

Предмет исследования – возможности использования агитационного плаката Великой Отечественной войны в урочной и внеурочной деятельности при изучении истории.

Методы исследования: метод анализа публикаций по рассматриваемой теме, метод логической группировки выявленной информации, метод сравнения и сопоставления, метод классификации, исторический метод.

Особый вклад в раскрытие данной темы внесли такие исследователи, как: 1) Н.П. Кругликова, П. Кудин, Б. Ломов, Т.С. Магера, А. Митькин, А.В. Свешников, А.В. Фатеев и др., рассмотревшие плакат как вид визуального искусства; 2) И.В. Борисов, Г.Л. Демосфенова, Р. Зульцман, Г.Д. Комков, Н.И. Кондакова, В.Б. Корецкий, В.А. Куликов, В.А. Масленников, Л.А. Пинегина, К.А. Пономарев, И.А. Свиридова, Н. Соколова, А.Ю. Спешилова, Т.А. Срибная, Д.Л. Шалыгина, Е.В. Шлык, А. А. Юферова и др., объектом исследования которых стали плакаты военного времени; 3) И.М. Гарскова, Р.Н. Касимов, М.В. Короткова, Ю.А. Сорокин, М.Т. Студеникин, Е.Ф. Тарасов, Е.В. Черневич и др., особое внимание уделившие применению плакатов на уроках истории.

Теоретическая значимость исследования заключается в обобщении и систематизации имеющихся теоретических представлений об агитационных плакатах Великой Отечественной войны и возможностях их использования на уроках истории и во внеурочной деятельности в качестве исторического источника.

Практическая значимость исследования заключается в выявлении методов и подходов, применяемых при работе с агитационными плакатами на уроках истории и внеурочных занятиях в рамках изучения истории Великой Отечественной войны.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения.

## Глава 1. Агитационные плакаты как элемент пропаганды в период Великой Отечественной войны

### 1.1 Специфика агитационных плакатов Великой Отечественной войны

В период Великой Отечественной Войны плакаты являлись ведущим видом изобразительного искусства и смогли достигнуть высокого художественного уровня. В этом отношении необходимо указать, что в Советском Союзе пропагандистская работа являлась неотъемлемой частью общей советской политической системы. В данный период пропаганде, целью которой выступало воздействие на массовое сознание, уделялось существенное внимание в рамках проведения идеологической работы. Это объясняется тем, что идеология в целом, а советская идеология в частности, в определенной мере определяла развитие общества. Идеология давала некоторую картину мира и обозначала место человека в данном мире. Кроме этого, идеология побуждала индивида к действию, активным образом стимулировала и направляла поведение человека.

В советском государстве уже начиная с 1930-го года, без идеологии обойтись было очень сложно. Ведь именно она вела советских людей на непримиримую борьбу с врагами социализма, она объединяла граждан их вокруг своего вождя, заставляла людей различные трудности ради светлого будущего. В период Великой Отечественной войны идеологическую работу осуществлял ЦК ВКП (б) через Управление пропаганды и агитации, созданное в 1939 г. Данное Управление вело координацию идеологической работы и контролировало выполнение идеологических установок партии. В период довоенного времени идеология выполняла следующие базовые задачи:

- 1) ведение борьбы с врагами пролетариата;
- 2) осуществление подготовки к войне;
- 3) усиление влияния партии;
- 4) способность организовать и мобилизовать большие массы страны непосредственно для строительства коммунизма.

Однако Великая Отечественная война смогла изменить данные идеологические установки. Сама идеология, безусловно, не изменилась, однако пропаганда идеологии стала заметно другой, начали смещаться акценты. На первом месте стояли уже не темы коммунизма, социализма, борьбы с врагами пролетариата и др., а максимально актуальными становятся вопросы мобилизации для достижения Победы; борьба с врагом, но не внутренним, а внешним агрессором, являющимся врагом всего советского народа – то есть фашизмом и его приспешником, Гитлером. Тема защиты сменяется с защиты партии и идеалов социализма, на защиту Родины.

Обозначенные выше акценты свидетельствуют о том, что тема защиты Родины становится в пропаганде основной. Патриотизм становится основой, необходимой для мобилизации населения. Именно на это нацелена была пропаганда в годы Великой Отечественной войны. В ней находили свое звучание тема Родины, тема героизма, укрепления боевого духа, тема веры в Победу, а также ненависти к фашистам. Советские плакаты периода Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. всех советских людей призывали выступить против фашизма. В наиболее наглядных и ярких образах они показывали народу весь ужас войны, а также всю бесчеловечность фашизма, который настроился на завоевание всего мира. Во время войны плакаты были одним из наиболее широко встречающихся массовых побуждающих средств агитации, которые функционировали, действуя наравне с радио и газетами. Многие из такого рода плакатов стали настолько известными, что в последствии были отнесены к шедеврами искусства плакатного дела. Эти плакаты способны тронуть сердце, пробудить у человека особые чувства даже сегодня, спустя десятилетия после окончания той кровопролитной войны, унесшей жизни миллионов солдат и мирных жителей.

Можно предположить, что именно с началом Великой Отечественной войны воедино слились пропаганда патриотического воспитания и искренние порывы советских людей. Конечно, в условиях войны новая пропаганда была необходима. Однако она особым образом накладывалась на внутреннее состояние советского человека и при этом ни у одной из социальной группы не вызвала отторжения. Защита Родины-матери, своей родной земли, защита русской земли – это было близко и понятно каждому. Также подчеркнем, что, практически впервые заговорили о героической истории страны, а не только в аспектах об истории ВКП (б). Советский человек впервые ощутил связь времен свою сопричастность к истории России, к ее героям, прославившим русскую землю: Александр Невский, Михаил Кутузов, Александр Суворов и т. д. Именно данные и другие имена были упомянуты И.В. Сталиным в речи 7 ноября 1941 г. А немногим позже учреждены были ордена Кутузова, Нахимова, Невского, Суворова, Ушакова. Все это нашло свое отражение в том, что пропаганда патриотизма становится неотъемлемым элементом работы деятелей культуры и искусства. Что и позволило сделать агитационный плакат мощным средством воздействия на сознание личности в период Великой Отечественной войны. Подчеркнем, что сила воздействия данного вида изобразительного искусства являлась настолько мощной, что не вызывает сомнений, что плакат становится такой побудительной силой, которая человека заставляла действовать, принимать порой героические решения. Уже первый военный плакат, которым становится плакат художников Кукрыниксов (М.В. Куприянов, П.Н. Крылов, Н.А. Соколов), выпущенный еще 24 июня 1941 г. под названием «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!», несет в себе эту идею.

В какой-то мере советский человек именно благодаря плакату также учился преодолевать себя, перешагивать через неизвестность и страх. Также плакат вызывал у людей достаточно сильные чувства и эмоции. Это могли быть любовь и ненависть, страдание и радость. То есть плакат времен Великой Отечественной войны оказывал влияние на эмоциональный и душевный настрой человека.

Основной задачей плаката, конечно же, являлась пропаганда патриотизма. Однако здесь имелось и нечто другое. Также задачей плаката являлось внушение чувства, которое обязательно должно было быть такого высокого накала, чтобы выступать в качестве импульса не просто к размышлению, определенному переживанию, но также и к действию. А данную задачу плакат выполнить не мог бы, если художник, который его писал, не передал бы обозначенный импульс. В плакате времен Великой Отечественной войны нашел свое отражение патриотизм самих художников. В противном случае они не смогли бы вложить в свои плакаты столько чувств. Это было не внешнее принуждение, а их личный мотив. Также это был особый порыв, ведь этого требовала их совесть, а также их гражданская позиция. Пропаганда патриотизма официальная в плакатах неизменно соединялась с чувствами, гражданским долгом самих художников.

В военном советском плакате прослеживается сопричастность каждого с каждым, сопричастность отдельного человека со всем народом, а также сопричастность человека со своей Родиной. Те чувства, которые вызывались плакатом, созвучны были реальному времени, всем тем общим переживаниям, которые испытывали в то время подавляющее большинство людей, у которых была в военное время общая судьба, общее горе, наконец, общая надежда .

У агитационного плаката Великой Отечественной войны – огромное поле напряжения. От таких плакатов, как «Отстоим Москву!», «Родина-мать зовет!», «Воин Красной Армии - спаси!» словно идет энергия, придающая силы в борьбе с врагом.

Агитационные плакаты периода Великой Отечественной войны в себе соединяли идейную направленность, массовость, а также эмоциональную силу. Они размещались практически всюду – на вокзалах, на стенах домов, на заводах. Плакаты также были на видных местах в таких основных газетах, как «Правда», «Известия», «Комсомольская правда», «Красная звезда», «Труд» и ряд других. Нередко плакаты «Окон ТАСС» вывешивались в больших витринах .

Необходимо отметить, что в отличие от типографских плакатов, которые издавались большими тиражами и на протяжении длительного времени, плакаты «Окна ТАСС» делались небольшими тиражами и по трафаретам. Их при этом можно было исполнять достаточно быстро, что позволяло весьма оперативно откликаться на военные события и поступавшие с фронтов Великой Отечественной войны известия. В штабе «Окон ТАСС» трудились куйбышевские мастера и художники, а также эвакуированные из других городов.

Данная работа велась в три смены. При этом одни художники делали оригиналы, а также эскизы, другие занимались резанием трафаретов и размножением тиража. Оригиналы плакатов, эскизы изготовляли такие известные московские мастера, как Г.К. Савицкий, впоследствии удостоенный за них Государственной премии, В.Н. Горяев, Н.Ф. Денисовский, Кукрыниксы. П.П. Соколов-Скаля свои эскизы плакатов присылал из Москвы самолетом. Эти эскизы ждали особенно, так как работы были весьма интересными. Известный куйбышевский график Б.В. Филипченко плакаты делал в содружестве с местным поэтом Н. Жоголевым. В целом плакаты «Окон ТАСС», являясь по своему характеру острыми по содержанию, весьма яркие и эмоциональные по своей форме, производили на зрителей сильное впечатление и обладали выразительностью языка. При этом каждый автор обладал своим стилем. Например, плакаты Н.Ф. Денисовского, который являлся старейшим мастером политической сатиры, сопровождался поэтическими текстами Демьяна Бедного. В свою очередь московский живописец баталист Г.К. Савицкий в своих композициях обращался к темам, которые были тесным образом связаны с событиями на фронте. Плакаты Г.К. Савицкого, полные оптимизма, прославляли мужество и героизм Советской Армии. «Окна ТАСС», которые выполнялись по эскизам П.П. Соколова-Скаля, где изображались великие полководцы прошлого, например, А. Невский, М. Кутузов, А. Суворов, несли в себе призыв к борьбе с врагом, а также вселяли веру в неминуемую победу над фашизмом .

Примечательными были острые сатирические образы фашистов, также карикатуры на Гитлера и его сообщников, отраженные в плакатах Кукрыниксов. Преимущественно художники их делали вместе с С.Я. Маршаком .

То есть плакат в военный период снова становится одним из ведущих видов искусства. В годы войны центром издания плакатов стало Государственное издательство «Искусство». Агитационные плакаты издавались практически во всех крупных городах советской страны, где имелись соответствующие издательства. Только в Москве и Ленинграде выпущено было 1,5 тыс. плакатов . Достаточно широкое распространение в Ленинграде получили серийные выпуски «Боевого карандаша», где работали в то время лучшие художники Ленинграда . Также в Москве выпускалась плакат-газета «Великая Отечественная война».

#### Список литературы

1. Агитационные плакаты времен Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tvc.ru/news/show/id/62245> (дата обращения: 10.04.2021).
2. Боевой карандаш [Текст] / сост.: Л.Д. Каминский, В.И. Кюннап, М.Р. Романов. – Л.: «Художник РСФСР», 1975. – 672 с.
3. Борисов, И.В. Оккупационный плакат [Текст] / И.В. Борисов – М.: АСТ, 2016. – 106 с.
4. Великая Отечественная война 1941-1945 гг. Военно-исторические очерки. Кн.1. [Текст]. – М.: Наука, 2008. – 288 с.

5. Великая Отечественная война 1941-1945 [Текст]: энциклопедия. – М.: Сов. энцикл., 1985. – 898 с.
6. Герои народа – герои страны. Многонациональному Советскому народу посвящается! [Текст] / авт.-сост.: В.С. Воронцов, Р.Н. Касимов, Д.А. Черниенко; общ. ред. А.Е. Загребин. – 2-е изд., доп. – Ижевск, 2017. – 114 с.
7. Гарскова, И. М. Источниковедческие проблемы исторической информатики [Текст] / И.М. Гарскова // Рос. история. – 2010. – № 3. – С. 21-25.
8. Демосфенова, Г.Л. Советские плакаты – фронту [Текст] / Г.Л. Демосфенова. – М.: Искусство, 1985. – 276 с.
9. Женщины в русском плакате [Текст] / сост. С.К. Прохоров. – М.: Контакт-Культура, 2001. – 198 с.
10. Зульцман, Р. Пропаганда как оружие в войне [Текст] / Р. Зульцман. – М.: ТИАРА, 2004. – 232 с.
11. Касимов, Р.Н. Работа с фронтовыми письмами как специфическим историческим источником в школе [Текст]: учеб.-методич. пособие / Р.Н. Касимов. – Ижевск, 2014. – 48 с.
12. Касимов, Р.Н. Современные мифологемы о героях, или о чём может рассказать ученику учитель истории [Текст] / Р.Н. Касимов // Народное образование. – 2014. – № 10. – С. 214-220.
13. Комков, Г.Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной войны [Текст] / Г.Д. Комков. – М.: Наука, 1983. – 286 с.
14. Кондакова, Н.И. Идеологическая победа над фашизмом [Текст] / Н.И. Кондакова. – М.: Политиздат, 1982. – 298 с.
15. Корецкий, В.Б. Товарищ плакат. Опыт, размышления [Текст] / В.Б. Корецкий. – М.: Плакат, 1981. – 302 с.
16. Короткова, М.В. Методика обучения истории в схемах, таблицах, описаниях [Текст]: практ. пособие для учителей / М.В. Короткова, М.Т. Студеникин. – М.: Вла-дос, 1999. – 232 с.
17. Краткий словарь терминов изобразительного искусства [Текст] / под общ. ред. Г.Г. Обухова. – М.: Сов. художник, 1979. – 288 с.
18. Кругликова, Н.П. Языковые средства плаката: семантический и прагматический аспекты (на материале британских и американских плакатов первой и второй мировых войн) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н.П. Кругликова. – СПб., 2005. – 24 с.
19. Кудрин, П. Психология восприятия и искусство плаката [Текст] / П. Кудрин, Б. Ломов, А. Митькин. – М.: Искусство 2017. – 268 с.
20. Магера, Т.С. Текст политического плаката: лингвориторическое моделирование [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т.С. Магера. – Барнаул, 2005. – 24 с.
21. Масленников, В.А. Редакция-мастерская по выпуску ручным-трафаретным способом военного-оборонного плаката «ОкноТАСС» [Текст] / В.А. Масленников. – М.: Известия, 1997. – 234 с.
22. Пинегина, Л.А. Художественная культура как фактор Великой Победы.1941-1945 гг. [Текст] / Л.А. Пинегина. – М.: Диалог-МГУ, 1997. – 488 с.
23. Плакаты Великой Отечественной войны [Текст]. – М.: Изд-во «Планета», 1985. – 364 с.
24. Плакаты Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lifeglobe.net/entry/1270> (дата обращения: 06.04.2020).
25. Пономарев, К.А. 150 дней красноармейца Пономарева [Текст] / К.А. Пономарев. – Ижевск: Удмуртия, 2017. – 144 с.
26. Свешников, А.В. Композиционное мышление в изобразительном искусстве [Текст]: автореф. дис. ... докт. искусствоведения / А.В. Свешников. – СПб., 2003. – 46 с.
27. Свиридова, И.А. Виктор Николаевич Дени [Текст] / И.А. Свиридова. – М.: Изобразит. искусство, 1978. – 242 с.
28. Силой большевистского слова [Текст] / отв. ред. Н.И. Кондакова. – М.: Мысль, 1985. – 234 с.
29. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникация убеждения» и мобилизационные механизмы [Текст] / авт.-сост. А.Я. Лившин, И.Б. Орлов. – М.: РОССПЭН, 2007. – 626 с.
30. Советские политические плакаты 1941- 45 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://softsalo.com/sovet\\_41-45\\_polit/003\\_polit.html](http://softsalo.com/sovet_41-45_polit/003_polit.html) (дата обращения: 05.04.2020).
31. Соколова, Н. Кукрыниксы [Текст] / Н. Соколова. – М.: Изд-во академии художеств, 1962. – 234 с.
32. Сорокин, Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция [Текст] / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М., 2000. – С. 56-63.
33. Спешилова, А.Ю. Плакат времен мировой войны: жанровые разновидности, композиция, язык [Текст] / : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.Ю. Спешилова. – Тверь 2008. – 24 с.
34. Срибная, Т.А. Военно-патриотическая печатная пропаганда в предвоенные годы и во время Великой Отечественной войны [Текст]: автореф. дис. ... канд. ист. наук / Т.А. Срибная. – М 2015. – 24 с.
35. Тугендхольд, Я.А. Плакат на Западе [Текст] // Тугендхольд Я.А. Из истории западноевропейского, русского и советского искусства. – М., 1997. – С. 88 – 97.

36. Фатеев, А.В. Образ врага в советской пропаганде. 1945-1954 гг. [Текст]: монография / А.В. Фатеев. – М.: Ин-т рос. истории РАН, 1999. – 322 с.
37. Черневич, Е.В. Язык графического дизайна. Материалы к методике художественного конструирования [Текст] / Е.В. Черневич. – М.: Слово, 1975. – 276 с.
38. Шалыгина, Д.Л. Специфика пропагандистского плаката во время Великой Отечественной войны как средства конструирования советской идентичности [Текст] / Д.Л. Шалыгина, В.А. Куликов // Вестник Пермского ун-та. – 2011. – Вып. 2 (16). – С. 54 - 59.
39. Шлык, Е.В. Пропаганда патриотизма в годы Великой Отечественной войны средствами изобразительного искусства (плакат) [Текст] / Е.В. Шлык // Вестн. Челябинск. гуманитар. ун-та. Сер. Филологические науки. – 2015. – № 2. – С. 35 - 40.
40. Юферова, А. А. Великая Отечественная война в произведениях советских художников [Текст] / А. А. Юферова. – М.: Изобразит. искусство, 1985. – 544 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/158729>