

Міністерство освіти і науки України
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя
Факультет філології, історії та політико-юридичних наук
Кафедра всесвітньої історії та міжнародних відносин

014 Середня освіта (Історія)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

**ПОЛІТИЧНИЙ ПЛАКАТ ЯК ДЖЕРЕЛО ВИВЧЕННЯ
ВСЕСВІТНЬОЇ ІСТОРІЇ В 10-11 КЛАСАХ**

студентки Довгаль Марії Олександрівної

Науковий керівник – Ю. М. Давиденко,
к. іст. н., доцент кафедри всесвітньої історії та
міжнародних відносин

Рецензент – М. В. Потапенко,
к. іст. н., доцент кафедри історії України;

Рецензент – А. Г. Бровко, к. іст. н. кафедри
всесвітньої історії та міжнародних відносин

Допущено до захисту _____

В.о. завідувача кафедри _____

к. іст. н., доц. каф. всесвітньої історії та
міжнародних відносин Ю. М. Давиденко

Зміст

Вступ	3
Розділ 1 Політичний плакат як джерело інформації в історії.....	6
Розділ 2 Історія політичних плакатів у всесвітній історії	17
Розділ 3 Використання політичних плакатів у навчальному процесі.....	34
Висновки	37
Список використаних джерел та літератури	39
Додатки.....	44

Вступ

Актуальність теми дослідження пов'язана із вивченням всесвітньої історії в 10-11 класах, що вимагає різнопланових підходів та низки джерел для засвоєння учнями фактологічного матеріалу з курсу всесвітньої історії. На нашу думку, аналіз змісту політичних плакатів як різновиду візуальних джерел допоможуть учням краще зрозуміти історичний матеріал, суспільно-політичний, економічний, культурний фон різних історичних епох. Використання вчителем політичних плакатів на уроках може зробити навчання історії більш захопливим та цікавим, оскільки вони можуть побачити конкретні візуальні відтворення історичних подій. Зазначимо, що політичні плакати репрезентують не лише соціально-політичні аспекти, а й культурні та ідеологічні тенденції певного історичного відтинку.

Політичні плакати, з їх виразними зображеннями, кольорами та інтригуючими написами, завжди привертали увагу суспільства та стали невід'ємною частиною політичних кампаній, революцій та рухів. Плакати є надзвичайно потужним засобом візуальної комунікації, які можуть викликати емоції, переконувати та залучати громадську думку. Вони стають джерелом інформації та інструментом впливу на суспільну свідомість.

Саме в політичних плакатах втілюється феномен пропаганди – систематичного поширення ідей, поглядів та ідеологій, спрямованих на вплив на громадську думку та переконання. Вони відображають та підсилюють політичні позиції, будують образи лідерів та формують історичну пам'ять суспільства. За допомогою політичних плакатів можуть бути прославлені чи дискредитовані політичні режими, ідеї чи партії. Політичні плакати фіксують важливі історичні події, ідеології та культурні контексти свого часу. Вони є важливими джерелами для вивчення історії та для формування історичної свідомості суспільства.

Отже, аналіз політичних плакатів має важливе значення для розуміння політичних, історичних та культурних аспектів як для учнів старших класів, так і для суспільства в цілому, а також допомагає розвивати критичне мислення та

політичну грамотність.

Об'єктом дослідження є політичні плакати як джерело для вивчення всесвітньої історії в 10-11 класах.

Предметом дослідження є дослідження методів, технік та підходів до використання політичних плакатів у навчальному процесі в середніх школах 10-11 класів, з метою розкриття їхнього потенціалу як засобу для розуміння історичних подій та процесів у світі.

Ступень визначеності теми. Пропагандистське використання плакатів було вивчено в різних історичних та політичних контекстах. Серед вітчизняних дослідників, які вивчали застосування політичних плакатів як засобу пропаганди, виділяють: А. Куліш та Н. Самолевська, В. М. Петрик, О. А. Штоквиш, В. В. Кальниш, Г. Г. Почепцов, О. А. Семченко, О. Л. Храмова-Баранова, І. В. Шовкун та інші.

Також дослідження даної теми привертало увагу й зарубіжних вчених, які також внесли значний внесок у цю галузь науки. Серед багатьох зарубіжних вчених можна виокремити: Е. Аронсон, Е. Р. Пратканіс, Н. Л. Волковський, А. Гогун, Г. Лассвелл, Т. С. Магера, М. М. Назаров, М. А. Папантім, Л. Г. Фещенко, Х. Хесс та інші.

Метою дослідження є аналіз ролі та значення політичних плакатів як джерела для вивчення всесвітньої історії в 10-11 класах. Дослідження спрямоване на визначення того, як використання політичних плакатів може покращити навчання всесвітньої історії, підвищити рівень розуміння історичних подій та процесів, розвинути навички критичного мислення учнів та стимулювати їхню історичну свідомість. Дослідження також спрямоване на виявлення оптимальних методів та підходів до використання політичних плакатів у навчанні історії в контексті шкільної програми 10-11 класів.

Відповідно до цієї мети було зазначено наступні **дослідницькі завдання**:

- визначити, що собою являють політичні плакати та яку роль вони виконують у суспільстві;
- визначити які аспекти інформації та зображень на політичних плакатах

можуть бути корисними для вивчення всесвітньої історії;

- дослідити розвиток політичних плакатів в різні історичні періоди;
- проаналізувати вплив використання політичних плакатів на вивчення історії учнями 10-11 класів, їхнє розуміння історичних подій та розвиток критичного мислення.

Методи дослідження. Для даного дослідження застосовувались загальнонаукові (дослідницький, аналітико-синтетичний, узагальнення) та спеціально-історичні (проблемно-хронологічний, історико-порівняльний, історико-генетичний) методи дослідження.

Структура магістерської роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, які мають підпункти, висновків й списку використаних джерел та літератури, обсяг яких складає 50 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 68 с., з яких основний текст займає 46 с.

Розділ 1 Політичний плакат як джерело інформації в історії

1.1. Визначення поняття «політичний плакат»

Політичний плакат - це форма графічного мистецтва та комунікації, яка використовується для вираження політичних, соціальних або ідеологічних повідомлень. Це зображення або афіша, яке має політичний контекст і призначене для впливу на громадську думку та активізацію суспільної позиції громадськості.

Політичні плакати як візуальне джерело використовувалися владою, урядами різних країн для досягнення власних цілей. Як правило, ми можемо спостерігати їх застосування у виборчих перегонах, демонстраціях та інших політичних заходах. На думку більшості науковців свій початок «примітивний» політичний плакат на теренах Європи бере з епохи середньовіччя як форма ознайомлення людності з інформацією влади або ж католицької церкви.

Якщо говорити про стародавній період історії людства, то плакати в сучасному розумінні не використовувалися через відсутність технологій друку. Однак, для прикладу, єгиптяни використовували інші форми мистецтва, зокрема, зображення в храмах та пірамідах, що відображали певні релігійні уявлення та історичні події [1].

Цікавим видається досвід давньогрецької демократії, коли на агорах (публічних майданах) часто демонструвалися дошки з текстами, на яких містилися закони, рішення та інша важлива інформація. На думку вчених ці форми публічної комунікації можна назвати як прообраз сучасних плакатів [1].

У свою чергу у Римській імперії на форумах та інших громадських майданчиках вивішувалися кам'яні стели з інформацією про актуальні заходи.

Офіційна історія плакатів починається в 1866 році на теренах Європи з моменту створення Жюлем Шере майстерні друку і графіки [2]. Жюль Шере народився 31 травня 1836 року в Парижі, Франція. Він навчався живопису в Паризькій школі мистецтв. Одним із значних його звитяг стало запровадження

кольорового плакату. Спираючись на досягнення тогочасної науки, він створив спеціальні літографічні камені для друку кожного окремого кольору. Митець використовував сучасні художні напрямки, такі як імпресіонізм, і застосовував їх в рекламних плакатах кафе, театрів та інших подій [3].

Таким чином, наприкінці XIX ст. плакати почали використовуватися як своєрідна реклама товарів, послуг, театральних вистав, концертів, оперет та інших розважальних заходів. Саме яскравий плакат привертав увагу громадськості та інформував про дату, час і місце проведення подій.

В період промислової революції та виникнення конвеєрного виробництва було масове зростання комерційної реклами. Саме тоді з'являються яскраві постери, що використовують найкращі зразки модерну та авангарду. В результаті цього з'являється відомий тип плаката – пінап [Дод. А; мал. 2].

Через деякий час у зв'язку з розвитком плакатного мистецтва стиль модерн змінився на простий предметний плакат. Він був призначений для розповсюдження інформації на публічних заходах або в громадському просторі [4]. Як правило такі плакати зазвичай мають на меті інформувати про конференції, виставки, благодійні акції, лекції, презентації завдяки простому та інформативному дизайну, який актуалізує дату, час, місце та інші деталі події. Їх метою є залучення уваги та зацікавлення цільової аудиторії та сприяння поширенню інформації [Дод. А; мал. 3].

Вагомий внесок у розвиток сачплакатів вніс видатний художник і плакатист Люсьєн Бернхард. Так, у 1905 р. він розробив плакат для популярного німецького журналу «Priester Match», який став канонічним витвором [5].

Для більш повного розкриття теми магістерського дослідження потрібно розкрити дефініції терміну «плакат». Так, у «Популярній художній енциклопедії» – плакат це «твір мистецтва, виконаний з агітаційною, рекламною чи навчальною метою» [6, с. 44]. У свою чергу, Ю. Сорокін та Є. Тарасов визначають плакат як один із засобів «мовного і немовного впливу спрямованого на формування певних ціннісних установок у професійній та суспільній діяльності» [6, с. 44]. Механізм впливу плакатів полягає у їхній здатності

сприймати інформацію, впливати на уявлення та переконання глядачів, їхні інтереси та спонукати до певних дій. Це робить плакати важливим інструментом впливу на громадську свідомість та поведінку.

Цікавою на нашу думку є точка зору Т. Ігошиної, яка класифікує плакатні метафори за ознакою «донорства» чи запозичення метафоричного порівняння з певних сфер оточуючої дійсності [6, с. 50]. У контексті цієї класифікації, «донорство» вказує на те, коли плакат використовує метафоричні порівняння, які вже існують у певних сферах реальності.

До першого виду соціальної плакатної метафори вона відносить природну метафору (антропоморфізм, зооморфізм, фітоморфізм), що охоплює поряд з символічними знаками живої і неживої природи особливі «поетичні» стани природи, погодні феномени [6, с. 50]. Також, соціально-побутова метафора включає широкий спектр подій та феноменів соціального життя (родинне життя, робота, дозвілля, добродійність та інші прояви соціальної активності).

У свою чергу, культурно-історична метафора визначається як більш духовна насичена і глобальна, ніж соціально побутова. Вона охоплює феномен видатних історичних подій, культурних явищ, долі знакових історичних постатей [6, с. 50]. Вищеназвана класифікація висвітлює багаторівневий інтерпретаційний потенціал плакатів і демонструє як вони можуть використовувати різні метафори для створення різних повідомлень та вражень у глядачів.

Також, Т. Ігошина визначає ключові аспекти, які надають виразності соціальному плакату. Зокрема:

1) принцип однозначності, що «обумовлений необхідністю чіткого, недвозначного трактування створеного образу для адекватного декодування смислового посилу та досягнення максимального комунікативного ефекту» [6, с. 50]. Принцип однозначності в контексті створення соціальних та політичних плакатів означає, що образи та повідомлення на плакатах повинні бути ясними і легко зрозумілими для глядачів без можливості подвійного тлумачення. Це важливо для того, щоб глядачі могли швидко та точно розуміти,

що має бути передано плакатом, і сприяти досягненню максимального комунікативного ефекту;

2) принцип візуального лаконізму «передбачає доцільність використання у плакаті лише лаконічної графіки, що швидко зчитується, він співвідноситься з етапом візуально-графічного втілення й досягається композиційними засобами» [6, с. 50]. Принцип візуального лаконізму в контексті створення плакатів передбачає використання графічних елементів та зображень, які є дуже лаконічними та зрозумілими. Іншими словами, це означає використання мінімальної кількості графічних деталей, які можна швидко та легко сприйняти, без необхідності довгого аналізу чи розшифрування;

3) принцип синхронності чи актуальності плаката «виявляється у використанні в плакаті сучасної стосовно адресата естетичної системи. Зображувальні композиційні прийоми й графічні техніки мають відповідати візуальній мові масової культури, що легко розпізнаються споживачем та привертають його увагу» [6, с. 50].

Специфіка плаката й карикатури полягає також у тому, що вони поєднують візуальний і текстуальний складові. Такий продукт відносять до креолізованих текстів, тобто таких, «фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної) та невербальної (що належить до інших систем, ніж природна мова)» [6, с. 52].

У свою чергу, креолізований текст - це специфічний вид мови, який виникає внаслідок змішування різних мовних традицій і культурних контекстів. Цей текст стає важливим засобом виразу та спілкування, а його використання на плакатах може мати ряд переваг і викликів [7].

По-перше, використання креолізованого тексту на плакатах може бути відмінним засобом для досягнення більшої доступності та зрозумілості повідомлень. Вони можуть включати елементи різних мов, створюючи «мовний сплав», який є зрозумілим для різних аудиторій. Це особливо важливо на плакатах, оскільки вони часто мають обмежений обсяг для передачі повідомлення.

По-друге, креолізований текст на плакатах може відображати культурне різноманіття та сприяти взаєморозумінню між різними культурами. Він може включати елементи різних культур, від символів та образів до лексики та виразів. Це допомагає створити плакати, що сприяють взаєморозумінню між різними культурами.

1.2. Роль політичних плакатів у суспільстві

На думку більшості сучасних науковців політичні плакати є важливим інструментом візуальної комунікації, який впливає на суспільну свідомість, політичну обізнаність та активізацію громадян. У громадянському суспільстві вони відіграють значну роль у формуванні поглядів громадян, налагоджують діалог між політичними партіями та висвітлюють проблеми суспільно-політичного життя країни [8].

Вони несуть громадянам інформацію про партії, вибори та основні політичні та економічні проблеми. Це допомагає бути інформованими та обізнаними в політичних програмах різних кандидатів та партій. Також плакати можуть відображати позиції кандидатів щодо нагальних питань, акцентуючи увагу на ключових аспектах їхньої передвиборчої програми.

Слогани та художні образи на плакатах можуть стати стимулом для участі в політичних акціях, голосуванні та громадських обговореннях, референдумах [9].

Для повного розкриття теми магістерського дослідження слід зазначити, що, політичні плакати показують епоху та суспільно-політичні настрої. Вони можуть стати важливими прикладами для майбутніх поколінь, даючи можливість зрозуміти та проаналізувати історичні події та факти. Плакати фіксують важливі моменти у політичній історії та відображають ставлення суспільства до них. Однак слід пам'ятати, що вони як правило є дієвим засобом ідеології та пропаганди. Тому учням важливо мати критичне ставлення до

інформації, що репрезентована на плакатах, і залучати увесь спектр джерел для отримання історичної правди.

Для більш детального дослідження ролі політичних плакатів, спробуємо проаналізувати використання плакатів в суспільно-політичному, економічному житті країн в ХІХ-ХХ ст. на прикладі таких країн Європи як: Франція, Велика Британія, Німеччина та Італія.

Враховуючи роль політичних плакатів у суспільно-політичному житті Франції ми можемо відмітити, що їх використання є особливо актуальним з огляду на значний демократичний спадок та багату історію країни. У ХІХ ст. у Франції значно активізувалося політичне життя, яке супроводжувалося активним використанням політичних плакатів. Вони були важливим засобом комунікації політичних партій, активістів та громадських організацій [Дод. А; мал. 4].

Франція переживала численні трансформації, насамперед буремні революційні та постреволуційні процеси. Тому закономірним є той факт, що політичні партії та суспільні рухи активно використовували плакати для мобілізації людей та презентації своїх поглядів. Вони поширювали політичну інформацію серед населення, створюючи атмосферу агітації та мобілізації громадськості. Плакати слугували засобом пропаганди для політичних партій та рухів, допомагаючи підтримувати їхні ідеології та цілі. Вони також висвітлювали соціальні та культурні тенденції того періоду через призму політичних переконань [10].

Цікавим є також той факт, що політичні плакати ілюстрували важливі фігури політичного життя Франції [Дод. А; мал. 5]. На нашу думку можемо навести низку прикладів тематичних політичних плакатів, що можуть бути використані на уроках всесвітньої історії при розгляді тем з історії Франції.

1. Французька революція (1789-1799), що призвела до об'єднання громадянського суспільства, знищення абсолютної монархії, впровадження принципів свободи, рівності та братерства [11]. Революція створила новий

політичний ландшафт та спричинила формування республіканської Франції [Дод. А; мал. 6, мал. 7].

2. Наполеон Бонапарт і Наполеонівські війни. Після революції Франція пережила період нестабільності, але Наполеон Бонапарт здійснив державний переворот у 1799 році та став першим консулом [Дод. А; мал. 8]. Пізніше він проголосив себе імператором Франції. Під його керівництвом відбулися Наполеонічні війни, в ході яких Франція здобула значні територіальні прирости, але також зазнала великих втрат [12].

3. Революція 1830 року та липнева монархія. У 1830 році виникла революція, яка призвела до зміни політичного режиму. Липнева монархія була встановлена на троні, і королем став Людовик-Філіп I. Цей період відзначався розквітом буржуазної культури та громадянських свобод [13].

4. Червнева революція 1848 року. У 1848 році Франція була сценою червневої революції, яка призвела до повалення короля та встановлення Другої Республіки. Проте цей період був коротким, і вже в 1852 році Луї Наполеон Бонапарт проголосив себе імператором, встановивши Другу Імперію [Дод. А; мал. 9].

5. Франко-прусська війна та Паризька комуна. Франко-прусська війна 1870-1871 років завершилася поразкою Франції перед Пруссією. Внаслідок цього конфлікту створена Паризька комуна, короткотривала спроба встановити соціалістичний устрій у Парижі.

XIX ст. стало періодом значних політичних реформ та соціальних змін у Великій Британії. Відбулися такі важливі події як парламентська реформа 1832 року [14] та парламентська реформа 1867 року [15], які змінили політичну систему та розширили права виборців. У цьому контексті політичні плакати стали важливим засобом виразу громадської думки та агітації.

Політичні плакати в Великій Британії використовували різноманітні зображення, гасла та символіку для привертання уваги населення. Як правило вони використовували яскраві кольори та сатиричні малюнки для вираження політичних переконань та критики опозиційних політичних партій.

Класичним прикладом політичного плакату з історії Великої Британії є плакат «Підтримайте реформу» (1832) [Дод. А; мал. 10], на якому зображено жінку, що символізує Британію. Гасло «Підтримайте Реформу» відображає популярну підтримку Реформаційної реформи 1832 року, яка значно розширила права виборців та зменшила корупцію в парламенті. Цей плакат став частиною кампанії за політичні реформи та сприяв її підтримці жителями країни.

Таким чином, аналогічні політичні плакати висвітлювали актуальні політичні питання, спонукали громадян до активної участі в політичних процесах країни.

Можемо назвати низку плакатів, що відображають політичні процеси Великої Британії в ХІХ ст. і можуть бути використані як візуальне джерело на уроках всесвітньої історії.

1. Парламентська реформа 1832 року [14]. Також відома як «Перша Реформаційна реформа», була важливою подією в історії Великої Британії. Вона включала розширення права виборців, боротьбу з корупцією в парламенті та перерозподіл виборчих округів. Ця реформа стала кроком у напрямку більшої демократії та репрезентативності в британському політичному житті.

2. Парламентська реформа 1867 року [15]. Також відома як «Друга Реформаційна реформа», що розширила право голосу та змінила виборчу систему. Вона дозволила більшому числу громадян брати участь у виборчих процесах та боролася з корупцією. Реформа сприяла більшій репрезентативності у парламенті та поклала основу для подальших змін у британській політичній системі [Дод. А; мал. 11].

3. Голодомор в Ірландії (1845-1852). Масовий голод, викликаний зараженням картоплі, що спричинив смерть та еміграцію тисяч ірландців. Під час Голодомору британський уряд приймав рішення, які впливали на подальший розвиток ситуації в Ірландії, включаючи обмеження ввезення здорової їжі до країни та погіршення умов для ірландського населення. Ця реакція британського уряду стала об'єктом критики та суперечок в історії Ірландії [Дод. А; мал. 12].

4. Велика вікторіанська імперія. Велика Британія в XIX ст. стала найбільшою світовою імперією, володіючи колоніями в різних частинах світу. Вона внесла вагомий внесок у розвиток технологій, економіки, культури, метрополій [16].

5. Поява парових машин і залізниць. Технологічні досягнення XIX ст. такі як винахід парової машини та будівництво залізниць, суттєво вплинули на промисловий розвиток та транспорт [Дод. А; мал. 13]. Поява парових машин і залізниць мала велике значення для Великої Британії, сприяючи її промислового розвитку, розширенню торгівлі та транспорту, росту міст та населення, зміцненню геополітичного впливу та загальному економічному зростанню.

В XIX ст. в Німеччині також відбувалася активна політична та ідеологічна діяльність, і політичні плакати грали важливу роль у цьому контексті. Деякі ключові події та аспекти використання політичних плакатів в Німеччині включають:

1. Рух за єдність Німеччини. У XIX ст. німецькі землі були розділені на багато малих держав. Рух за єдність Німеччини в XIX ст. – це історичний рух, спрямований на об'єднання різних німецьких територій в єдину національну державу [Дод. А; мал. 14]. Політичні плакати цього руху містили національні символи, слогани, зображення лідерів та карти об'єднання, сприяючи підтримці ідеї національного єднання [17].

2. Революційні рухи [17]. В 1848 році в Німеччині вибухла революція, внаслідок якої були створені різні республіканські та демократичні органи. Політичні плакати використовувалися для агітації серед населення та поширення революційних ідей [Дод. А; мал. 15].

3. Пропаганда ідеологій. У XIX ст. розповсюдження ідей націоналізму, консерватизму, лібералізму та соціалізму вимагало ефективної пропаганди. Політичні плакати були одним із способів поширення цих ідеологій серед населення. Однією з ключових ідеологій цього часу був націоналізм, який сприяв прагненню до національної єдності та об'єднання різних німецьких територій.

4. Антиімперська пропаганда. У другій половині XIX ст. Німеччина була втягнута в імперські амбіції та конкуренцію з іншими європейськими державами. Політичні плакати використовувалися для вираження антиімперських поглядів та протесту проти військового розширення [Дод. А; мал. 16]. Антиімперська пропаганда була важливою складовою різних рухів та процесів у Німеччині XIX ст., сприяючи об'єднанню нації та боротьбі за права та незалежність.

Політичні плакати в Італії XIX ст. мали велике історичне значення, оскільки цей період був часом важливих подій в історії об'єднання Італії. Країна була розділена на численні дрібні князівства, а ідея її національного об'єднання стала головним мотивом політичного життя.

У середині XIX ст. в Італії виник рух «Рісорджименто» [18], який прагнув до консолідації всіх італійських земель та створення єдиної нації. Політичні плакати грали важливу роль в поширенні цієї ідеї та мобілізації громадян.

Як правило плакати того часу часто містили національні символи Італії, такі як триколірний прапор, герби та гасла, що висловлювали прагнення до національного об'єднання. Вони також використовували зображення визначних національних героїв, таких як Джузеппе Гарібальді та Камілло ді Кавур, як символи боротьби за об'єднання.

В Італії XIX ст. було періодом історичних та політичних змін, які вплинули на подальший розвиток країни. Ось деякі ключові події та аспекти історії Італії в цей період:

1. Революції 1820-1821 років [19]. В Італії відбулися спроби національного визволення та створення конституційних монархій під впливом ідей Наполеонових війн та революцій в Європі [Дод. А; мал. 17].

2. Революція 1831 року [20]. У багатьох італійських містах спалахнули повстання, які вимагали політичних реформ та національної єдності. Революція 1831 року в Італії була лише однією з багатьох революційних подій у цей період, які відзначалися бажанням національної єдності та політичних змін. Вплив цих подій відчувався в італійській політиці та суспільстві протягом наступних десятиліть і став важливим етапом на шляху до об'єднання Італії.

3. Революція 1848 року [20]. Під час революційного хвилювання в Європі, Італія не залишилася осторонь. Різні регіони виступили за свої права та національну єдність [Дод. А; мал. 18]. Хоча революція 1848 року не призвела до безпосереднього досягнення національної єдності та незалежності Італії, вона створила важливі підґрунтя для майбутнього руху за об'єднання Італії.

4. Об'єднання Італії. Після закінчення австрійського панування завдяки французькому вторгненню під командуванням Наполеона III, об'єднання Італії стало можливим під керівництвом Камілло ді Кавур та Віктора Еммануїла II [Дод. А; мал. 19].

Таким чином, нами досліджено роль політичного плаката як важливого візуального джерела інформації в історії країн. Саме вони стали суттєвим засобом комунікації політичних ідей, публічної мобілізації та вираження громадських настроїв. Слід відмітити, що політичні плакати є актуальним джерелом для учнів та вчителів на уроках всесвітньої історії. Плакати дозволяють нам досліджувати історичні події з позиції сприйняття суспільства, його очікувань і реакцій на них певного історичного періоду.

Також, політичні плакати надають можливість аналізувати соціально-економічне життя, політичні рухи, ідеології тощо. Вони стають важливим джерелом для вивчення культурної та історичної спадщини, а також інструментом для розуміння та аналізу подій минулого.

Розділ 2 Історія політичних плакатів у всесвітній історії

2.1. Радянський політичний плакат періоду холодної війни 1960-1980 рр. як відображення радянсько-американських стосунків

Період 60-80-х рр. був часом жорсткого ідеологічного протистояння між Сполученими Штатами та Радянським Союзом в контексті холодної війни. Політичні плакати як візуальне джерело відіграли ключову роль в ідеологічному протистоянні двох систем. В основному їх зміст був спрямований на пропаганду комуністичних ідей та дискредитацію США. В зазначений період ідеологія стала зброєю, і а політичні плакати важливою складовою пропагандистсько-інформаційної війни.

У цьому контексті висвітлимо генезу радянських політичних плакатів, що пропагували ідеї комунізму та дискредитували американський спосіб життя. Даний аналіз дасть нам змогу краще зрозуміти ідеологічні аспекти холодної війни та роль політичних плакатів у цей історичний період.

Вже після закінчення другої світової та подальшого початку холодної війни, для керівництва СРСР було зрозуміло що в них з'явився новий ворог, у обличчі США, який намагався розповсюджувати свій вплив по усій земній кулі [21, с. 483].

Радянська ідеологія зосередила свої зусилля на стратегію, спрямовану на зменшення американського впливу та пропагування соціалістичних здобутків серед населення СРСР і інших країн. Основною метою Комуністичної Партії Радянського Союзу (КПРС) було протиставлення соціалістичного способу життя капіталістичному, а також поширення серед радянських громадян тези про те, що американський капіталізм є ворожим і експансіоністським, який на меті підкорити та поневолити усі вільні народи світу.

Тому художникам та агітаторам було доручено висвітлювати ключові теми, що стосувалися економіки Сполучених Штатів. Зокрема, вони мали акцентувати увагу на експансіоністських намірах країни, формуванні Північно-

Атлантичного блоку, а також на «плані Маршала» як інструменті економічного контролю над країнами Європи.

Для вирішення поставленої мети було створено низку відповідних плакатів, основними лейтмотивами яких було зображення американського стилю життя як відсталого, а американців як населення, залежного від капіталістів. Задля цього на плакатах зображували безробітних американських громадян, акцентуючи увагу на значне соціальне розшарування, постійні утиски прав та свобод людини у США та неефективну судову систему [Дод. Б; мал. 20].

Як правило, класична ілюстрація Америки на плакатах було: стереотипні сірі хмарочоси, які символізували капіталістичні палаци, або образ капіталіста, що, куриє сигари, одягнутий у фрак й циліндр [Дод. Б; мал. 21]. Додатково, на плакатах нерідко зображували поліцейські дубинки, щоб відтворити уявлення про поліцейське безладдя на заході.

У 1948 році плакатист Корецький створював плакати, спрямовані на протиставлення радянського стилю життя західному. На його плакаті «при капіталізмі при соціалізмі» зображено американського чоловіка, оточеного колючим дротом, який стоїть перед статуєю свободи, виказуючи його знеможеність. Цьому образу протистоїть дружелюбний радянський народ, а позаду нього видно герб СРСР. Це зображення використовувалося для акцентуації негативних сторін капіталізму та одночасно позитивного вигляду на соціалізм, підкреслюючи єдність та міць радянської системи порівняно з «невільним» заходом [Дод. Б; мал. 23].

Плакат «при соціалізмі нема місця безробіттю при соціалізмі мільйон безробітних рук» зображує як з одного боку радянський робітник навчає молодшого, а з іншого боку американець з табличкою «згоден на будь-яку працю», а позаду нього стереотипні капіталісти у циліндрах сідають у автомобіль [Дод. Б; мал. 24].

Пропаганда СРСР прагнула висвітлити переваги своєї економічної політики та переваги робітничого класу, який, за її даними, насолоджується всіма можливими привілеями, отримуючи їх від своєї праці. У той час як, згідно

радянської пропаганди, американська економіка дискредитується: робітники працюють неустанно, але не отримують нічого, і весь прибуток йде до багатого капіталіста, на чюю користь, за їхньою версією, працює американський робітник. Таким чином, радянська пропаганда намагалася створити негативний образ американської системи та водночас підкреслити переваги соціалістичного устрою. Це зображено наприклад у плакаті «Кому достається національний доход», де з одного боку зображено американського робітника який перераховує копійки та на якого дивляться з посмішкою капіталісти які сидять на мішках з великою кількістю грошей, з іншого боку на плакаті зображено радянського робітника, який, з посмішкою йде з повними торбами продуктів [Дод. Б; мал. 25].

Погляд на політичні плакати того часу свідчить про різні аспекти їхнього застосування. Варто відзначити, що не всі плакати були спрямовані лише на дискредитацію Америки. Деякі з них випускалися з метою стимулювання власного виробництва та підвищення його конкурентоспроможності, а також випередження американської промисловості у різних галузях, таких як виплавка металів, виробництво сільськогосподарської продукції, м'яса, пшона та інших.

Це свідчить про те, що плакати використовувалися не лише для політичної пропаганди та дискредитації, але й як інструмент економічної мобілізації та розвитку. Такий підхід відображає складність та різноманіття політичних стратегій того часу, де плакати виступали як засіб впливу на громадську думку та формування національної ідентичності через підкреслення економічних досягнень та конкурентоспроможності.

Так серія плакатів «Догнать и перегнать» повинна була стимулювати до перевиробництва продукції, у сферах важкої промисловості й сільському господарстві. Плакат Григорія Якутовського «Догнать и перегнать» демонструє, як, з одного боку американські робітники з важкістю несуть сталю балку, а їх підганяють капіталісти які стібають їх батогами, в той час, як, радянські робітники, які, зображені більш сильними, самі біжуть з балкою, та випереджають американців [Дод. Б; мал. 26]. Плакат «Догоним Америку по

производству» конкретно вказував на те, що, потрібно збільшити обсяги виробництва, м'яса, молока та масла [Дод. Б; мал. 27].

Після завершення Другої світової війни атмосфера в міжнародних відносинах залишалася напруженою. Сполучені Штати та СРСР розпочали непримиренну інформаційну боротьбу. Сполучені Штати мали на меті запобігання розповсюдженню ідей комунізму в інших країнах світу [27].

У період холодної війни американські дизайнери синтезували концепції сучасного мистецтва у високо індивідуалістичні та виразні візуальні висловлювання та образи.

Загальновідомо, що післявоєнний період називали «золотим століттям» дизайну журналів, коли художні керівники, зокрема Генрі Вольф (в журналі *Esquire* і *Harper's Bazaar*) і Отто Сторч (у видавництві Маккалл) розширили макети сторінок у журналах до великого формату. Вони зазначали, що концепція, текст, тип і зображення повинні бути невіддільними в редакційному дизайні [29].

Також для уряду Сполучених Штатів важливо було не допустити поширення впливу Радянського Союзу та комуністичної ідеології, серед свого населення [30]. Тому, американці використовували різноманітні засоби масової інформації, серед яких особливе місце займали плакати. Ці плакати слугували антирекламою радянського способу життя та ідеології.

У різних сферах, зокрема в освіті, плакати використовувалися для того, щоб переконати молодь, про те, що комуністична ідеологія є протилежна демократичним американським цінностям. Такий підхід свідчив про глибоке розуміння того, як важливо впливати на свідомість громадян через засоби масової інформації для збереження американської ідентичності [31]. Це вважалося ефективним, оскільки саме молодь виявляла найвищий інтерес до цих засобів впливу, а діти легко асимілювали нову інформацію. Особливий акцент фокусувався на дітях як споживачів коміксів, телепрограм та розважальних шоу.

Яскравим прикладом цього є серія плакатів «Дитячий хрестовий похід проти комунізму» [Дод. Б; мал. 28] у «bubblegums» є ілюстрацією того, як

американська ідеологія використовувала маркетинг для пропаганди. На продукті, який дуже полюбили діти, містилися плакати, які простим зрозумілим дизайном та текстом, закликали юних американців до боротьби з комунізмом [32]. Ця серія плакатів у «bubblegums» є цікавим прикладом того, як влада може використовувати різноманітні канали комунікації для формування світогляду вже з раннього віку.

В контексті ідеологічної боротьби наука та освіта були актуальним ідеологічним інструментом у світоглядній площині, особливо серед молоді. Використовувалися традиційні народні образи та елементи поп- та рок-культури. Усе вищезазначене було спрямовано на захист демократичних цінностей та протидії ворожому впливу ідеології СРСР, який характеризувався комплексом цінностей, несумісних з американським способом життя.

Масова культура сприяла кар'єрі американських дизайнерів-ілюстраторів, які розпочали свою діяльність після Другої світової війни. Їх творчість була поєднанням графічної простоти та гумором коміксів із залученням сучасного мистецтва, особливо сюрреалізму та кубізму. Графічна яскравість реалізувала своєрідний концептуальний підхід через візуальне повідомлення.

У плакатах періоду «холодної» війни американські ідеологи використовували образи та слогани, які могли символізувати «червону загрозу» [33]. Це включало в себе типові символи та образи, які асоціювалися з комунізмом чи Радянським Союзом. Використання таких елементів допомагало створити відповідний настрій та підкреслити тему антикомуністичної пропаганди, роблячи це доступним та зрозумілим для широкого загалу.

Часто американці, намагалися відобразити у своїх плакатах страшне розширення Радянського Союзу, та звернути увагу населення на те, що потрібно протидіяти радянській експансії. Плакат «The RED Iceberg» [34] зображає американський теплохід, з Дядьком Семом на борту, над його кораблем нависла загроза зіткнення з червоним айсбергом, який символізує СРСР, а на самому айсберзі вже починають розбиті країни, на які розповсюдилося радянське загарбання до прикладу Чехословаччина, Північна Корея [Дод. Б; мал. 29].

Своєрідним прикладом одного із американських плакатів часів «холодної» війни є зображення людей СРСР зображували у військовій формі, намагаючись викликати враження про загрозу та віроломний характер дій радянської армії. Ці зображення слугували метою підкреслити негативний образ ворога та мобілізувати громадську підтримку антикомуністичних заходів. Так плакат «Is this tomorrow» містить червоний вогонь, у якому палає американський прапор, по переду радянські військові здійснюють напад на американських громадян, та військових а один з агресорів схожий на всім знайомого антагоніста Гітлера наявність образу якого одразу викликає у аудиторії розуміння ким є ворог. Такий плакат міг дуже легко донести що Радянський Союз є мілітаристською силою [Дод. Б; мал. 30].

Американські плакатисти ефективно використовували в своїх роботах відомі символи та образи, такі як червоний колір, серп та молот, диктатор Йосип Сталін та ведмідь. Ці візуальні елементи були використані для підсилення антикомуністичного послання та створення націоналістичного настрою серед громадськості, підкреслюючи загрозу, яку представляв радянський світ для американських цінностей.

Використання певних образів на плакатах часів «холодної» війни було обумовлене спробою підкреслити ключові аспекти конфлікту між США та СРСР та викликати емоційні реакції у глядачів. Червоний колір був асоційований із комунізмом та радянською ідеологією. Використання червоного кольору на плакатах підсилювало «червону загрозу» і підкреслювало конфлікт ідеологій. Серп і молот представляли радянську владу та комуністичну ідеологію. Вони часто зображувалися, щоб візуально підкреслити радянську систему та позначити її як основного опонента. Зображення Йосипа Сталіна як диктатора і символу тоталітарної влади використовувалося для створення негативного образу радянського лідера, щоб засудити політику СРСР.

Протягом 1950-х років плакати також використовували у кіноіндустрії, за реклами фільмів, це було зручно і зрозуміло будь якій аудиторії. Не потрібно було використовувати багато слів, а тільки потрібні кольори такі як червоний або

чорний та символи, зірка чи серп та молот, які демонстрували глядачам, що у фільмі буде про комуністів. І це міг зрозуміти майже кожен глядач.

Фільми використовували стратегію викладення важливих для аудиторії тем, таких як сім'я та довіра, які вбудовували пропагандистські повідомлення, що пройшли через природне прийняття через кінематографічний формат. Це досягалося завдяки привабливим та загальнозрозумілим плакатам, які виступали в якості реклами для фільмів. Такий підхід дозволяв впроваджувати ідеологічні концепції під видом розважального контенту, що забезпечувало більший прихід глядачів та ефективніше поширення пропагандистських ідей.

Але задля залучення населення, до ідеологічної боротьби використовувалися не тільки мілітаристські плакати, також у дію шли плакати у яких відображалася дружба та співробітництво, між усіма народами тому, що, саме цей лозунг був одним з ключових радянських ідеологем, які радянський союз намагався насаджувати за для утримання під контролем багатонаціональну державу. «Братські довіра, велика дружба між народами нашої країни» були запорукою благополуччя, успіхів і спільної перемоги: «Дружба між усіма народами та расами стала одним з вирішальних моментів в боротьбі за успіх в соціалістичному і комуністичному будівництві, рушійною силою розвитку нового суспільства. Вона дозволяє найдоцільніше використовувати матеріальні, і людські ресурси в інтересах усіх народів, швидше вирішувати завдання підвищення матеріального добробуту, і культурного рівня трудящих, зміцнювати оборонну міць соціалістичної Вітчизни, забезпечувати безпеку і суверенітет кожного народу».

У період холодної війни поняття «братська дружба» набуло особливої актуальності, а політичний плакат, який розглядає цю тему, став класичним прикладом складного тексту. Текст на таких плакатах відрізняється складною формою, оскільки він об'єднує декілька одиниць з різних семіотичних систем. Це створює взаємодію, доповнення та взаємовплив, спрямовані на комплексний вплив на адресата. Такий текст працює, викликаючи емоційні та інтелектуальні реакції, що підсилює його вплив у контексті політичної пропаганди.

Радянські плакати, створені, в період холодної війни, присвячені проблемі братської дружби між народами СРСР і «Братніми» країнами (Китай, Куба та ін.). Найчастіше героєм радянського плаката про дружбу народів стає чоловік, причому найчастіше у прикладах це образи вождів «Братніх» країн (Й. Сталін, М. Хрущов, Ф. Кастро і ін.), потім це робітники самих різних спеціальностей (частіше - будівельники, робітники заводів), що повністю відповідає традиціям радянського плаката. Відзначимо, що образи чоловіків частіше використовуються, коли мова йде про дружбу народів різних країн, якщо ж на плакаті зображені чоловік і жінка, частіше мова йде про дружбу народів СРСР.

Менше прикладів спостерігалось щодо образів космонавтів, моряків і спортсменів у радянських плакатах про дружбу народів. Ці образи часто відображали конкретні історичні події і швидко виходили з актуальності. Жіночі образи були рідше використовувані, і, відповідно до традицій радянського плаката, переважно представляли собою жінок-трудівниць [Дод. Б; мал. 31].

Рідше можна було зустріти образ жінки-матері, особливо з дитиною на руках, і в цьому випадку центральною фігурою була саме дитина, яка символізувала передачу дружби між народами від покоління до покоління [Дод. Б; мал. 32]. Цей образ застосовувався лише до народів, які проживали на території СРСР, відзначаючи ідеологічну спрямованість та традиції радянського плаката у підтримці дружби народів.

Також на плакатах які виступали як реклама дружби народів були серп і молот і червона зірка. Герб СРСР - часто займає центральну позицію в тексті плаката, що обумовлено його тісним зв'язком з темою дружби народів це обумовлено тим що багатонаціональній країні було потрібно якось сполучати населення [37].

Ще одним важливим символом для радянської культури були обійми і рукостискання, які несли в собі значення довіри і підтримки, важливі для ідеї «дружби». Символ рукостискання мав більш офіційне значення і часто використовувався в політичних плакатах про дружбу народів, особливо в контексті взаємодії представників різних країн. Більшість плакатів з образами

політичних лідерів також містили зображення рукостискання, підкреслюючи ідею їхньої взаємодії та співпраці [Дод. Б; мал. 33]. Говорячи про жестах, необхідно відзначити і велика кількість в радянському плакаті відкритих жестів: відкриті руки для майбутнього обійми або простягнута рука з відкритою долонею. Але тим чи іншим чином дані жести пов'язані з довірою, відвертістю, бажанням йти на контакт.

Радянські плакатисти часто використовували символ земної кулі, особливо популярний у період холодної війни. Цей символ передавав ідею, що Радянський Союз прагне до миру на всій планеті, зображаючи світ як єдину планету, де панує згода, а не війна. Ще одним символічним образом був корабель, який асоціювався із подорожами, великими просторами та єдністю. Корабель в культурі також символізував свободу, що була важливим елементом ідеї дружби, підкреслюючи пропозицію «дружити двом рівним і вільним народам». Важливо зазначити, що образи земної кулі та корабля часто використовували разом, створюючи потужний візуальний зворот.

2.2. Розвиток політичних плакатів в різні історичні періоди ХХ століття

Політичні плакати, як важлива частина візуальної культури, відображають не лише еволюцію політичних ідеологій, але й розвиток художнього виразу на різних етапах історії. Різні історичні періоди 20 століття свідчать про глибокі трансформації у суспільстві, що знаходили віддзеркалення у змінах стилів, тематики та функціональності політичних плакатів. Цей розділ присвячений аналізу розвитку політичних плакатів в різні періоди 20 століття, розкриваючи їхню роль у формуванні соціокультурного контексту, вираженні політичних концепцій та віддзеркаленні ключових подій свого часу. З кожним історичним етапом пов'язана виняткова палітра художніх прийомів, які допомагали

плакатам не лише привертати увагу, але й ставати важливими агентами соціальної та політичної агітації.

Протягом XX століття, плакати стали важливим інструментом комунікації, виступаючи крізь призму мистецтва і пропаганди. Кожен історичний період несе у собі своєрідні виклики та завдання, які знаходять віддзеркалення у візуальних творах. Здатність політичного плаката адаптуватися до змін у соціумі та інтегрувати нові художні течії робить його унікальним об'єктом для наукового дослідження.

XX століття – період історії, який охоплює ряд визначних епох та ключових подій, що суттєво вплинули на світову сцену. Вивчення цього відрізка часу є важливим завданням для розуміння сучасності, адже саме тут формувалися та розвивалися політичні, соціокультурні та технологічні тенденції, які визначили подальший розвиток людства. Зазначені історичні періоди включають: Першу світову війну (1914-1918 рр.), міжвоєнний період (1918-1939 рр.), Другу світову війну (1939-1945 рр.), Холодну війну (1947-1991 рр.), розкол та розпад СРСР (1980-1991 рр.). Важливим аспектом цього вивчення є аналіз різноманітних візуальних матеріалів того часу, зокрема політичних плакатів, які стали важливим інструментом вираження та поширення ідеологій та цінностей кожної епохи.

Під час міжвоєнного періоду, вони відображали соціальні трансформації та експерименти в графіці. Під час Другої світової війни плакати виступали як інструмент пропаганди та мобілізації, визначаючи образ ворога. У період Холодної війни плакати слугували ідеологічними засобами впливу та візуально відображали конфлікт між США та СРСР. Розкол та розпад СРСР в останній чверті 20 століття відобразилися у плакатах через зміни в ідентичності та символах. Загальносвітові зміни в технологіях і масовій культурі також відігравали свою роль у еволюції графічних образів на політичних плакатах.

Розглянемо використання політичних плакатів кожного історичного періоду окремо.

1. Перша світова війна (1914-1918 рр.)

Під час Першої світової війни (1914-1918) політичні плакати використовувалися як ефективний інструмент пропаганди та масової мобілізації. Країни, що брали участь у конфлікті, виготовляли плакати, щоб підтримати військовий зусилля та впливати на громадську думку.

У цей період політичні плакати використовувались для різноманітних цілей, включаючи:

1. Масова мобілізація. Плакати мали завдання заохочувати людей добровольцями вступати у війська, підтримувати потреби фронтових ліній та дому [38].

2. Пропаганда. За допомогою візуальних зображень та тексту плакати поширювали ідеї патріотизму, національної єдності та ворожнечі до ворога [38].

3. Фінансова підтримка. Плакати також використовувалися для збору коштів на воєнні потреби через продаж облігацій та інших фінансових інструментів [38].

4. Цензура та контроль над інформацією. Уряди використовували плакати для контролю за інформацією та формування певного світогляду серед громадян [38].

Політичні плакати Першої світової війни часто вражали емоційним змістом, силуетами військових героїв, патріотичними слоганами та іншими елементами, щоб максимально впливати на аудиторію того часу.

Під час Першої світової війни агітаційні плакати стали потужним інструментом пропаганди та мобілізації національних ресурсів для ведення війни. Різні країни використовували цей масовий медіум для спрямування громадської думки, підтримки військового зусилля та формування патріотичного настрою серед населення. Плакати, створені США, Великою Британією, Німеччиною, Італією та іншими країнами, використовували різноманітні теми, відзначалися виразними образами, які символізували силу, честь та патріотизм. Їхня мета полягала в стимулюванні рекрутації, збору коштів, підтримці фронту та зміцненні національного єднання. Агітаційні плакати стали

не лише засобом інформування, а й важливим чинником формування ідентичності та підтримки військових зусиль кожної з країн-учасниць конфлікту.

Свердлярчий погляд і вказівний перст, та ще й у рукавичці! Поява нового військового міністра Великобританії лорда Кітченера на обкладинці вересневого номера журналу *London opinion* за 1914 була зухвалою. Але міністру не до церемоній — 4 серпня 1914 року країна вступила до Першої світової війни, маючи лише невелику регулярну армію. Ставши міністром, Кітченер відразу ж розпочав кампанію на заклик добровольців. Пізніше на основі журнальної обкладинки роботи Альфреда Літа було створено рекрутинговий плакат «Британець! Вступай до армії своєї країни. Боже, бережи короля!» [Дод. Б; мал. 34]. Плакати з'явилися на вулицях. Добровольці вишиковувалися в черзі на призовних пунктах. Усіх набраних у 1914–1915 роках називали «армією Кітченера».

Поступово ентузіазм добровольців, покликаних лордом Кітченером, спадав. Наприкінці 1915-го міністра на плакаті змінив так званий Джон Буль — збірний образ справжнього англійця [40]. «Хто відсутній? Чи не ти?» — питав Буль [Дод. Б; мал. 35]. Але надії, покладені на нового персонажа, не справилися — добровольців не побільшало. Пропаганда не врятувала країну від запровадження обов'язкового військового обов'язку.

Хід британців повторили у США. До співгромадян з обкладинки липневого номера журналу *Leslie's* у 1916 році звернувся «дядечко Сем»: «Що ти робиш для готовності?». Країна ще не вступила у війну, але вже зазнала втрат — британське судно «Лузітанія», яке вийшло з Нью-Йорка до Ліверпуля, було потоплено торпедою німців. Серед пасажирів багато американців. У квітні 1917-го ця журнальна обкладинка перетворилася на рекрутинговий плакат «Ти потрібний мені в американській армії!» [Дод. Б; мал. 36]. Адреса найближчого пункту набору добровольців писали на кожному плакаті від руки. За роки війни в США випустили 4 мільйони таких плакатів, а художник Джеймс Монтгомері Флегг уславився «автором найзнаменитішого постера у світі» [41].

Аналіз політичних плакатів Першої світової війни свідчить про їхню велику роль у формуванні громадської думки та підтримці військових дій. Зображення героїчних солдатів, національних символів та апеляції до патріотизму були ключовими елементами, сприяючи утвердженню національної ідентичності та єдності серед населення країн-учасниць війни.

2. Міжвоєнний період (1918-1939 рр.)

Міжвоєнний період між Першою та Другою світовими війнами (1918-1939 рр.) відзначився великою соціально-політичною нестабільністю та пошуком нових ідей у багатьох країнах світу. Політичні плакати цього часу стали важливим інструментом для вираження ідей, мобілізації громадської думки та впливу на події [42].

В США політичні плакати виконували ключову роль у формуванні громадської думки та висвітленні важливих аспектів соціально-політичного життя. Виборчі кампанії, економічне відновлення, соціальні питання, пропаганда американських цінностей та протидія комунізму – усе це стало об'єктом уваги на політичних плакатах. Зображення кандидатів, гасла виборчих кампаній, а також плакати, спрямовані на підтримку економічних програм та військової підготовки, активно взаємодіяли із суспільством, створюючи ефективний канал комунікації та відображаючи важливі аспекти тогочасної американської політичної арени [Дод. Б; мал. 37].

В Німеччині політичні плакати відігравали важливу роль у контексті складних соціальних та політичних зрушень. Після Першої світової війни Німеччина зіткнулася зі значущими викликами, включаючи економічні труднощі, гіперінфляцію та політичні турбуленції. Різноманіття ідеологій на політичній арені відобразилося в різнобарвному спектрі плакатів, що віддзеркалювали комуністичні, соціалістичні, фашистські та інші погляди. Нацистська пропаганда, зокрема, використовувала плакати для поширення своєї ідеології та мобілізації підтримки, що стало передвісником подальших перетворень в історії країни [Дод. Б; мал. 38].

У міжвоєнний період, після завершення Першої світової війни, європейські країни стали стикатися з низкою важливих завдань, пов'язаних із відновленням своїх економік, політичних систем і суспільств. Політичні плакати відіграли значущу роль у цьому контексті, відображаючи ключові аспекти відновлення та нових викликів того періоду. Ось деякі аспекти, які були відображені на політичних плакатах:

1. Повернення до нормальності. Плакати часто створювалися для підтримки ідеї повернення до звичайного життя після важких років війни. Вони могли використовувати символіку покою, гармонії та об'єднання, щоб підкреслити важливість відновлення стабільності.

2. Економічне відновлення. Політичні плакати акцентували на економічних програмах та ініціативах для відновлення країн. Зображення працівників, фермерів та підприємців можуть бути використані для підтримки програм відновлення та стимулювання економіки.

3. Нові політичні ідеї. У багатьох країнах з'явилися нові політичні ідеї та рухи. Плакати можуть вражати ідеями соціалізму, фашизму чи інших форм політичної організації, відображаючи зміни у політичному ландшафті.

4. Державна пропаганда. У багатьох країнах державна пропаганда використовувалася для формування позитивного іміджу країни та її лідерів. Плакати підтримували ідею національної єдності та відзначали досягнення країни.

5. Соціальні питання. Політичні плакати могли відзеркалювати соціальні питання того часу, такі як трудові відносини, права жінок, освіта та інші аспекти суспільного життя.

Загалом, політичні плакати в міжвоєнний період стали важливим інструментом для висвітлення та формування громадської думки щодо критичних питань, пов'язаних з відновленням європейських країн.

3. Друга світова війна (1939-1945 рр.)

Друга світова війна (1939-1945) відзначилася великою емоційною напруженістю та необхідністю мобілізації суспільства в умовах великого

конфлікту. Політичні плакати в цей період стали ефективним інструментом пропаганди, використовуючи виразні зображення та короткі слогани для впливу на свідомість громадян.

Одним із найбільш визначних елементів політичних плакатів у Другій світовій війні були героїчні зображення військових та цивільних осіб, що підкреслювали патріотизм та важливість об'єднання суспільства. Плакати також акцентували увагу на ворожому зображенні ворога, використовуючи карикатурні або жахливі образи для засудження противника.

Слогани на плакатах грали важливу роль у впливі на громадян, переконливо висловлюючи ідеї та цілі влади. Звучні фрази, такі як «We Can Do It!» («Ми здатні на більше!»), стали символами мотивації та рішучості.

Також варто відзначити, що політичні плакати Другої світової війни відігравали важливу роль у формуванні стереотипів та уявлень про події конфлікту. Зображення на плакатах не лише передавали офіційну ідеологію, а й впливали на емоційний стан суспільства.

Друга світова війна стала періодом великого випробування для Великобританії, і в умовах активних бойових дій та загрози національного зриву, уряд та пропагандисти вдало використовували політичні плакати для мобілізації нації та утримання вищих ступенів морального духу серед громадян.

Політичні плакати того часу акцентували увагу на кількох ключових аспектах. По-перше, вони підкреслювали необхідність об'єднання та підтримки усієї нації у військових зусиллях. Слогани, такі як «Keep Calm and Carry On» («Зберегти спокій і продовжувати»), стали символами стійкості та рішучості [Дод. Б; мал. 39].

Плакати також активно використовували героїчні зображення військових та цивільних, надихаючи націю на великі вчинки та жертвну підтримку військових зусиль [Дод. Б; мал. 40]. Важливою темою була також економічна мобілізація, і плакати демонстрували важливість економії ресурсів та участі громадян у військовому зусиллі.

У 1940 році Німеччина спробувала підкорити Великобританію за допомогою повітряно-морських операцій. Однак битва за Британію призвела до невдалого німецького наступу, і британці зберегли контроль над своєю територією. Великобританія витратила великі зусилля на мобілізацію своєї військової промисловості, щоб забезпечити армію необхідними ресурсами та обладнанням. Великі частини економіки були переорієнтовані на потреби війни.

Друга світова війна була періодом великих випробувань для Сполучених Штатів, які виявилися ключовим гравцем у союзі, що воював проти Німеччини.

Політичні плакати в цей період стали потужним інструментом пропаганди та мобілізації громадської підтримки військових та економічних зусиль країни. Однією з важливих тем політичних плакатів була необхідність підтримки фронтових ліній та дому одночасно [47]. Плакати закликали громадян брати участь у програмах військової промисловості, обліковувати кожен копійку для військових обов'язків та дотримуватися обмежень на споживання товарів, таких як бензин та їжа, для потреб військового зусилля [Дод. Б; мал. 41].

Інші плакати акцентували на національному об'єднанні та антифашистській пропаганді. Зображення ворога, нацистського чи японського, використовувалися для стимулювання агресивного патріотизму та підтримки військового зусилля [Дод. Б; мал. 42].

Політичні плакати США в Другій світовій війні не лише відображали суспільний настрій та ідеали того часу, але й стали ефективним засобом масової комунікації для досягнення конкретних військових та цивільних цілей. Вони залишаються важливим елементом в історії пропаганди та візуальної культури, який допомагає зрозуміти та оцінювати складний період Другої світової війни з американської перспективи [47].

СРСР відіграв визначальну роль у Другій світовій війні, ставши однією з ключових сил, що допомогли вивести союзників до перемоги над Осі. Радянський Союз зазнав величезних втрат та поніс значні жертви, які виявилися критичними для рішення подій на східному фронті. У цих умовах політичні

плакати вирізнялися як потужний інструмент масової пропаганди та мобілізації народу.

Однією з головних тем плакатів була ідея «Великої Вітчизняної війни», яка стала символом справжнього патріотизму та оборони рідної землі від фашистської агресії. Зображення солдата, робітника і селянина разом із частими гаслами, що висвітлювали сили об'єднання та важливість кожного громадянина у військовій справі, домінували на плакатах [Дод. Б; мал. 43].

Плакати також акцентували на темі солідарності та міжнародної дружби народів у боротьбі проти фашизму. Зображення героїчних радянських солдатів, партизанів і жінок, які допомагали фронту, створювали образ внутрішнього єднання суспільства [Дод. Б; мал. 44].

Важливою темою було також зображення ворога. Німецькі солдати та нацистські символи використовувалися для максимального демонізування фашистського ворога та підкреслення необхідності його перемоги.

Політичні плакати СРСР під час Другої світової війни визначали національний дух, ідеали та мету боротьби за свободу і перемогу. Вони стали не тільки історичним свідченням того періоду, але й визначили образ ворога і героїзму для поколінь радянських громадян. Пропагандистські плакати були важливою частиною Великої Вітчизняної війни. З перших днів наступу гітлерівської армії на вулицях радянських міст з'явилися агітаційні плакати, покликані підняти бойовий дух армії та продуктивність праці в тилу, як, наприклад, агітплакат: «Все для фронту! Все для перемоги!» [Дод. Б; мал. 45].

Розділ 3 Використання політичних плакатів у навчальному процесі

3.1. Можливості використання політичних плакатів як навчального матеріалу в 10-11 класах

Зміст цього розділу присвячений практичним аспектам використання політичних плакатів під час викладання всесвітньої історії в 10-11 класах, а також висвітлено актуальні методичні підходи. Використання політичних плакатів як візуального джерела є надзвичайно важливим для формування уявлень школярів про історичну епоху та її персоналії. Плакати допомагають вчителю розкрити основні аспекти соціально-економічного, політичного, ідеологічного життя країн.

Використання політичних плакатів може стати ефективним інструментом для візуалізації складних історичних подій та явищ. На уроці школярі можуть використовувати не лише тексти підручників, але й візуальні репрезентації тієї чи іншої теми. Усе це сприяє більш повному розумінню історії та сприяє формування живого образу та подій у свідомості учнів. Аналіз змісту політичних плакатів стимулює критичне мислення учнів. Вони можуть аналізувати інформацію, робити вибір візуальних елементів та оцінювати ефективність комунікації. Все це розвиває у школярів навички аналізу, оцінки та аргументації, що є актуальним для історичного та критичного мислення [49].

Відмітимо той факт, що використання політичних плакатів на уроках історії надає можливість сучасному учню більш повно зрозуміти основні аспекти соціальних, економічних, політичних процесів у світі. Тому, не дивно, що плакати як своєрідні візуальні свідчення історії, зберігають історичну пам'ять, дозволяють краще зрозуміти дух епохи.

Поєднання застосування політичних плакатів із іншими навчальними компонентами сприяє кращому засвоєнню навчального матеріалу, поглиблює аналіз учнем усіх аспектів теми, що розглядається на уроці.

Також, політичні плакати сприяють актуалізації та активізації учнівського колективу під час занять. Використовуючи дискусію, рольову гру, презентації та групові завдання на основі інтерпретації плакатів роблять урок цікавішим і захоплюючим. У свою чергу увесь зазначений перелік методів та засобів, в поєднанні із візуальними джерелами, сприяють аналітичному та критичному мисленню, формуванню навичок аргументації та ведення дискусії. Цінним є те, що «вони дозволяють учням розглядати історичні події з різних точок зору, вивчати культурний контекст епохи та взаємодіяти з візуальною інформацією, що сприяє глибокому засвоєнню матеріалу та розвитку творчих навичок» [49].

Залучення візуальних джерел дозволяє школярам не лише ознайомитися більш детально з історичними подіями, а й заглибитися у соціально-культурне середовище. Це допомагає вчителю сформуванню елементів історичної свідомості. Такий підхід дає змогу школярам розуміти та аналізувати історичні процеси, сприяє розвитку їхньої культурної компетентності та формуванню історичної культури.

Згідно методичної практики під час ретельного та деталізованого змісту плакатів, в учнів формуються своєрідні навички та уміння, які допомагають їм краще зрозуміти історичний період певної країни. Це візуальне джерело сприяє розвитку критичного мислення, вмінню аналізувати ідеологічні процеси.

Крім того, школярі занурюються в інтерактивні аспекти історії через визначення образів, символів та слоганів на плакатах. Це робить можливим сприйняття інформації не лише у текстовій формі, але й у візуальному форматі, що робить навчальний процес більш модерним і цікавим. При цьому, участь в тематичних дискусіях, дебатах з використанням аналізу політичних плакатів виробляє у старшокласників власне критичне ставлення до історичних фактів та процесів. Також, вивчення політичних плакатів «розширює глибину розуміння учнями соціокультурного контексту минулих епох і дозволяє їм відчути пульс суспільних змін» [50].

За нашим переконанням, використання політичних плакатів на уроках всесвітньої історії для учнів 10-11 класів є важливим та актуальним, оскільки

воно спрямоване на досягнення освітніх, виховних та розвивальних цілей. Цей навчальний підхід полягає у формуванні обґрунтованого розуміння історії. Не менш важливим, на нашу думку, є розвиток критичного мислення та формування аналітичних навичок, що сприяє глибшому розумінню історичного процесу різних історичних епох.

Можемо визначити основні аспекти використання політичних плакатів на уроках всесвітньої історії.

По-перше, організація навчального процесу засобами візуальних джерел дозволяє учням вивчати історію з позицій глядача та активного спостерігача, надаючи їм можливість аналізувати історичні події, факти тощо. Вивчення конкретних плакатів згідно тематики та послідовності викладу матеріалу у контексті тематично-календарному планування надає можливість вчителю сформувати та вдосконалити навички та ключові компетентності XXI ст.

По-друге, цей метод активно сприяє розвитку критичного мислення. Учні навчаються виокремлювати різні ідеологічні платформи, визначати засоби впливу на громадську думку більшості та усвідомити вплив політичного та ідеологічного чинника на певну епоху.

По-третє, вивчення політичних плакатів розвиває учнівську творчість та вміння висловлювати та аргументувати свої думки та переконання. Це стимулює інтелектуальний розвиток школярів та сприяє розвитку комунікативних навичок.

Отже, мета вивчення політичних плакатів на уроках всесвітньої історії в 10-11 класах полягає в створенні глибокого розуміння історичних процесів, розвитку критичного мислення та творчих здібностей учнів, а також у формуванні їхньої освіченої громадянської позиції.

Висновки

У цьому дослідженні ми проаналізували визначення поняття «політичний плакат» та звернули увагу на історію його виникнення від найдавніших часів до початку 20 століття. Визначено, що політичні плакати виникали як відображення потреб суспільства в різні історичні періоди, реагуючи на політичні події та соціокультурні зміни. Становлення політичних плакатів пов'язане з розвитком друку, графічних технологій та зростанням соціально-політичної свідомості. Вони стали не лише засобом інформування, а й важливим чинником формування суспільної думки та мобілізації громадян під час ключових історичних подій.

Також розглянули важливу роль політичних плакатів у суспільстві як засобу впливу, мобілізації та формування громадської думки. Зрозуміло, що плакати є важливим елементом політичної культури, їхня роль у суспільстві полягає в тому, щоб стати посередниками між владою та громадянами, висвітлювати актуальні питання та визначати ключові напрямки розвитку. Політичні плакати не лише інформують, а й активно взаємодіють з глядачем через візуальні та текстові елементи.

Для більш детального визначення ролі політичних плакатів у суспільстві провели дослідження як використання плакатів у 19 столітті вплинуло на політичні, соціокультурні та ідеологічні трансформації у Франції, Великій Британії, Німеччині та Італії.

Поглиблено розглянуто розвиток радянських політичних плакатів з акцентом на період 1960-1980 років, де вони використовувались для пропаганди та дискредитації американського способу життя. У розгляді періоду від 1960 до 1980 року в рамках радянських політичних плакатів виявлено виразну тенденцію використання пропагандистських засобів для підсилення ідеологічного протистояння між СРСР та США. Висвітлення американського образу життя у плакатах мало на меті не лише відображення реального стану справ у західних країнах, але й створення негативного сприйняття цього образу серед радянського населення.

Також був проведений аналіз розвитку політичних плакатів в різні історичні періоди 20 століття. З періоду Першої світової війни, коли плакати використовувалися для мобілізації суспільства та поширення ідеології, до часів холодної війни, де плакати стали справжнім інструментом пропаганди та ідеологічної боротьби, спостерігалася постійна зміна акцентів та підходів.

У різні етапи історії 20 століття політичні плакати відображали та реагували на важливі суспільні та політичні зміни. Інновації у графічному дизайні, використання різних художніх стилів, та ефективне використання образів та тексту свідчать про те, що політичні плакати стали не лише інструментом впливу, але й мистецьким виразом суспільних настроїв та ідеологічних прагнень.

Окремо було розглянуто можливості використання політичних плакатів як навчального матеріалу в 10-11 класах. Дослідження показало, що вони можуть стати цінним інструментом для навчання історії та розвитку критичного мислення серед учнів. В результаті дослідження було визначено, що вивчення політичних плакатів на уроках всесвітньої історії для учнів 10-11 класів представляє собою важливе та захоплююче завдання, оскільки його основна мета полягає в досягненні різноманітних освітніх та розвивальних цілей. Цей підхід спрямований на формування обґрунтованого розуміння історії, розвиток критичного мислення та навичок аналізу серед учнів, що сприяє глибшому осмисленню минулих століть.

В цілому, дане дослідження не тільки розкриває ключові аспекти політичних плакатів, але й вказує на їхню суттєву роль у формуванні та розвитку суспільства та освіти. Виявилось, що політичні плакати не лише є важливими візуальними артефактами минулого, але також представляють потужний інструмент впливу на сучасний освітній процес.

Список використаних джерел та літератури

1. Suzanne Cords The history of the poster [Електронний ресурс]. URL: <https://www.dw.com/en/from-art-to-advertising-the-history-of-the-poster/a-61424572#:~:text=The%20ancestors%20of%20the%20poster,or%20in%20front%20of%20churches> (дата звернення: 11.10.2023).
2. Bradford R. Collins The Poster as Art; Jules Chéret and the Struggle for the Equality of the Arts in Late Nineteenth-Century France. The MIT Press. 1985. №1. P. 41–50.
3. Вікіпедія Біографія Жуль Шере [Електронний ресурс]. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Жуль_Шере (дата звернення: 11.10.2023).
4. Андрейканіч А.І. Визначення поняття плаката, його види та жанри. Вісник Закарпатського художнього інституту. 2014. № 5. С. 134–138.
5. His Name is Lucian, But Everyone Knows Him as Bernhard. PRINT Magazine [Електронний ресурс]. URL: <https://www.printmag.com/daily-heller/his-name-is-lucian-but-everyone-knows-him-as-bernhard/> (дата звернення: 11.10.2023).
6. Маєвський О. О. Політичні плакат і карикатура як засоби ідеологічної боротьби в Україні 1939-1945 рр.: дис. канд. іст. наук. 07.00.01. Київ, 2016. 311 с.
7. Семенюк Т.П. Креолізація та креолізований текст: до розмежування понять. The Top Actual Researches in Modern Science. Дубай, 2015. № 4. С. 61-65.
8. Krudwig V. Modern Political Propaganda Posters & the Principles of Art. Arts Help [Електронний ресурс]. URL: <https://www.artshelp.com/modern-political-propaganda-posters/> (дата звернення: 11.10.2023).
9. Schwendener M. Seeing the Power of Political Posters (Published 2015). The New York Times [Електронний ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2015/07/31/arts/design/seeing-the-power-of-political-posters.html> (дата звернення: 11.10.2023).
10. Goldstein R.J. Out of Sight: Political Censorship of the Visual Arts in Nineteenth-Century France. Yale French Studies. 2012. № 122. P. 1–13.

11. Матвеева Т.О. Французька революція 1789-1794 років. Юридичний науковий електронний журнал. 2017. № 1. С. 14–17.

12. І. Вегеш. Наполеон Бонапарт: штрихи до політичного портрета. Науковий вісник Ужгородського університету. 2004. № 1. С. 38–58.

13. Липнева революція. HistoryMaps Learn History Visually with Maps and Timelines [Електронний ресурс]. URL: <https://history-maps.com/uk/story/History-of-France/event/July-Revolution> (дата звернення: 11.10.2023).

14. What caused the 1832 Great Reform Act? – The National Archives [Електронний ресурс]. URL: <https://www.nationalarchives.gov.uk/education/resources/what-caused-the-1832-great-reform-act/#:~:text=In%201832,%20Parliament%20passed%20a,men,%20leaving%20working%20men%20disappointed> (дата звернення: 11.10.2023).

15. Second Reform Act Encyclopedia.com [Електронний ресурс]. URL: <https://www.encyclopedia.com/history/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/second-reform-act> (дата звернення: 11.10.2023).

16. History in Focus: Overview of The Victorian Era. IHR Web Archives – Institute of Historical Research [Електронний ресурс]. URL: <https://archives.history.ac.uk/history-in-focus/Victorians/article.html> (дата звернення: 11.10.2023).

17. German Unification Lumen Learning – Simple Book Production [Електронний ресурс]. URL: <https://courses.lumenlearning.com/suny-fmcc-boundless-worldhistory/chapter/german-unification/#:~:text=In%20the%201860s,%20Otto%20von,staetzel,%20forming%20the%20German%20Empire> (дата звернення: 11.10.2023).

18. James Chastain Risorgimento. Ohio University [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ohio.edu/chastain/rz/risorgim.htm#:~:text=RISORGIMENTO:%20Nineteenth%20century%20movement%20for,century%20Italian%20reformers%20and%20Oilluministi%20> (дата звернення: 11.10.2023).

19. Liberal Revolt in the Two Sicilies 1820-21. Wars and Conflicts [Електронний ресурс]. URL: <https://onwar.com/data/twosicilies1820.html> (дата звернення: 11.10.2023).

20. Italy – Rebellions. 1831. Aftermath. Encyclopedia Britannica [Електронний ресурс]. URL: <https://www.britannica.com/place/Italy/The-rebellions-of-1831-and-their-aftermath> (дата звернення: 11.10.2023).

21. Іваницька О.П. Новітня історія країн Європи та Америки (1945-2002): навч. посіб. Вінниця, Фоліант, 2003. 560 с.

22. Тумашов А. В. «Холодна війна» і її негативний вплив на міжнародну атмосферу в 60–80 рр. ХХ ст. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2000. № 408. С. 116–122.

23. Stephen J. Whitfield. The cultural cold war as history. The Virginia Quarterly Review. 1993. № 3. P. 377–392.

24. «Активні заходи» СРСР проти США: пролог до гібридної війни / Д.В Дубов та ін. ред. Д.В Дубов. Київ, 2017. С. 88.

25. О.І. Овчаренко. «Холодна війна» (1946-1991 рр.): навч. посіб. Черкаси: ЧНУ ім. Богд. Хмельн., 2013. 535 с.

26. Ю.Г Бадах. «Холодна війна» та її виміри (1946-1991 рр.): монографія. Київ, 2009. 457 с.

27. Marshall Plan (1948). National Archives Britannica [Електронний ресурс]. URL: <https://www.archives.gov/milestone-documents/marshall-plan> (дата звернення: 11.10.2023).

28. David W. Ellwood. The Marshall Plan: A Strategy that Worked. Journal USA. 2006. P. 17–25.

29. Лукас С.В. Поза межами дипломатії: пропаганда та історія холодної війни. Пропаганда холодної війни у 1950-х рр. Manchester University Press. 2000. 144 с.

30. Ентоні Роудс. Пропаганда: мистецтво переконання. Друга світова війна, Chelsea House Publishers, Нью-Йорк. 1976, 233 с.

31. Тейлор Ш. Політика культури холодної війни. Manchester University Press. 2009. 345 с.
32. Children's Crusade Against Communism Trading Cards: NYU Special Collections Finding Aids [Електронний ресурс]. URL: https://findingaids.library.nyu.edu/tamwag/tam_786/ (дата звернення: 11.10.2023).
33. Mitchell JM International Cultural Relations. Allen and Unwin. London, 1986. p.22-25.
34. An Anti-Communist Comic Book Warns of «The Red Iceberg» SHEC: Resources for Teachers [Електронний ресурс]. URL: <https://shec.ashp.cuny.edu/items/show/661> (дата звернення: 11.10.2023).
35. Авраменко А.В. Радянський плакат 1920-1930-х рр. як засіб пропаганди. Наукові записки. 2010. Т. 101. С. 66–72.
36. Маєвський Олександр. Образ зовнішнього ворога крізь призму плакатної продукції СРСР. Сторінки воєнної історії України. 2013. № 16. С. 207–217.
37. Decoding the Most Common Symbols Found in Soviet Propaganda. Comrade Kyiv. Art & Adventure from the USSR [Електронний ресурс]. URL: <https://comradekyiv.com/blog/decoding-symbols-in-soviet-propaganda/> (дата звернення: 11.10.2023).
38. Кудряченко А.І. Перша світова війна та її наслідки для світу. Перша світова війна: історичні долі держав і народів: зб. наук. пр. Київ, 2015. С. 22–30.
39. Гончаренко А.В. Велика Британія та колоніальні протиріччя у період Першої світової війни 1914-1918 рр. Сумська старовина. 2019. Т. 60. С. 46–58.
40. Who's Absent? Is It You? Smithsonian Institution [Електронний ресурс]. URL: https://www.si.edu/object/whos-absent-it-you:nmah_447317 (дата звернення: 11.10.2023).
41. Kelly Knauer I Want You: The Story Behind the Iconic Recruitment Poster. Time Books [Електронний ресурс]. URL: <https://time.com/4725856/uncle-sam-poster-history/> (дата звернення: 11.10.2023).

42. Сич О. Історія західного суспільства у міжвоєнний період (1919 - 1939 рр.): навчальний посібник. Чернівці: Наші книги. 2008. 320 с.

43. Topic: World Wars. Interwar (1918-1939) CosmoLearning History [Електронний ресурс]. URL: <https://cosmolearning.org/topics/world-wars-interwar-1918-1939/> (дата звернення: 11.10.2023).

44. Рамазанов Ш.Ш. Уроки історії: про причини початку Другої світової війни. Сторінки історії: збірник наукових праць. 2018. Вип. 47. С. 159–176.

45. World War II: Causes and Timeline. History [Електронний ресурс]. URL: <https://www.history.com/topics/world-war-ii> (дата звернення: 11.10.2023).

46. Невгод А.О, Мальований О.О. Пропагандистська робота США у Європі періоду Другої світової війни. Молодий вчений. 2016. № 11. С. 128–131.

47. Colorful World War II Posters: A Message from the U.S. Government. National Air and Space Museum [Електронний ресурс]. URL: <https://airandspace.si.edu/stories/editorial/colorful-world-war-ii-posters-message-us-government> (дата звернення: 11.10.2023).

48. Алексєєв Ю.М, Вертегел А.Г, Казаков О.О. Всесвітня історія: навч. посіб. Київ: Каравела, 2006. 240 с.

49. Peter N. Stearns. Student Identities and World History Teaching. The History Teacher. 2000. Vol. 2, № 33. P. 185–192.

50. Rahbar X. Modern Methods of Teaching History for School-age Children. International Journal of Early Childhood Special Education. 2021. Vol. 13, №2. P. 1021–1025.

Додатки

Додаток А.

Політичний плакат як джерело інформації в історії

Мал. 1 – Постери стилю модерн:

а – Ж. Шере; б – Тулуз-Лотрек; в – Т. Стейнлен; г – Е. Грассе; д – А. Муха



Мал. 2 – Рекламні постери (Л. Бернхард, О. Рід, Пінап)



Мал. 3 – Сачплакати Люсьєна Бернхарда



Мал. 4 – Свято в Парижі на честь Людовика XVIII, 1814 р.



Мал. 5 – Французька карикатура на суспільну систему, 1789 р.



Мал. 6 – Взяття Бастилії 14 липня 1789 р., Жан-П'єр Уель, 1789 р.



Мал. 7 – Палач демонструє відрублену голову Марії Антуанетти,
1793 р.



Мал. 8 – Н. Бонапарт і Рада п'ятисот у Сент-Клуді, Франсуа Бушо, 1799 р.



Мал. 9 – Французька революція, 1848 р.



Мал. 10 – Плакат «Підтримайте реформу», 1832 р.



Мал. 11 – Політичні кравці (Дізраелі та Гладстон), 1867 р.



THE POLITICAL TAILORS.

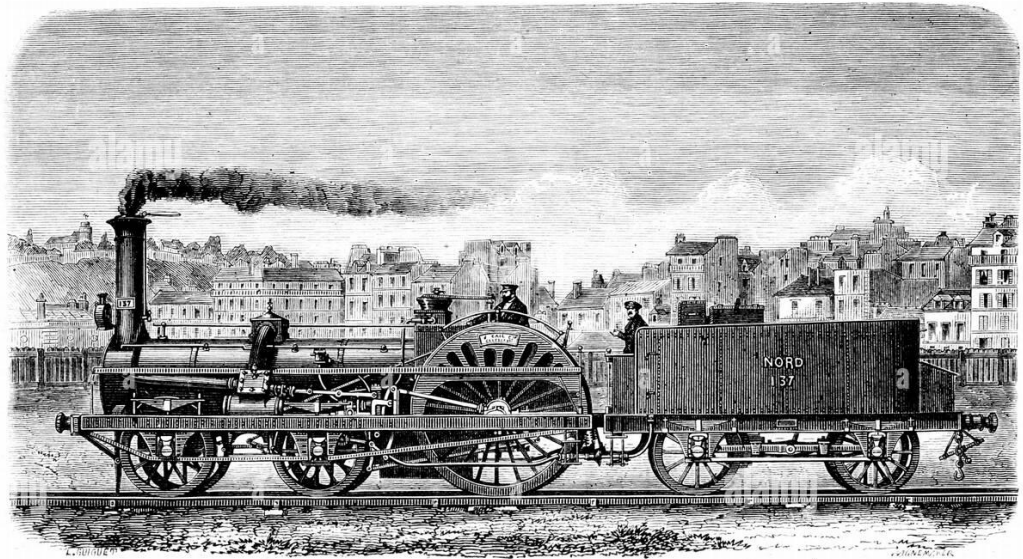
DIZZY.—"NOW, THEN, GLADSTONE, JUMP UP!—YOU PROMISED TO LEND A HELPING HAND, YOU KNOW."
GLADSTONE.—"NO, I'M 'ON STRIKE'; AND YOU MAY FINISH THE JOB AS YOU BEST CAN."

Мал. 12 – Великий картопляний голод, Ірландія, 1845 р.



BOY AND GIRL AT CAHERA.

Мал. 13 – Залізничний паровий локомотив, сконструйований у 1849 році
англійським інженером Томасом Расселом



Мал. 14 – «Користуватися голкою...», 1866 р.



À la Vierge, rue Rivoli 55

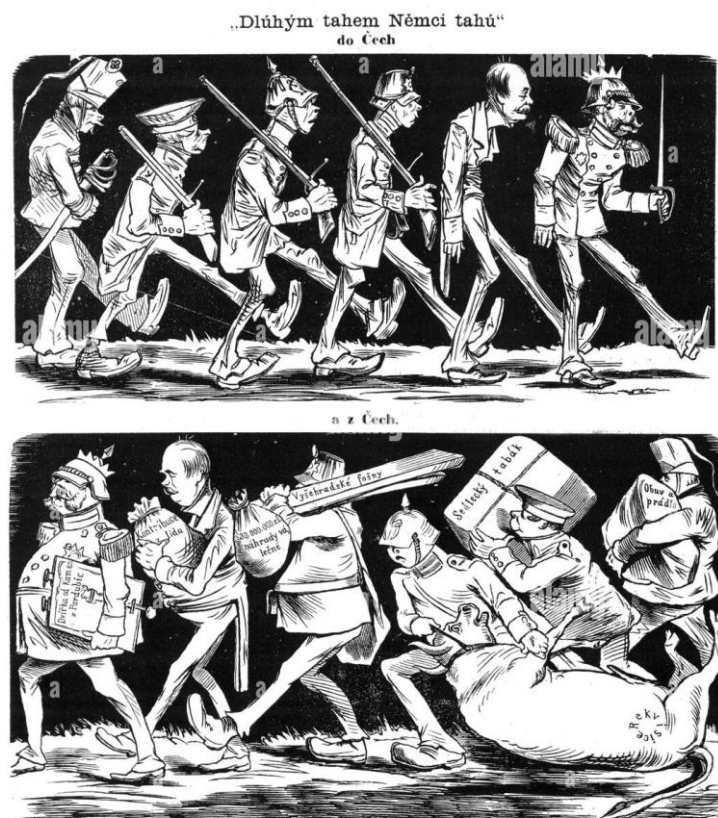
LITH. DESTOUCHES, rue Parado Paris 22

Ce que c'est pourtant que de savoir se servir d'une aiguille.....
mais, c'est un talent dont il ne faudrait pas abuser.

Мал. 15 – На берлінських барикадах, 1848 р.



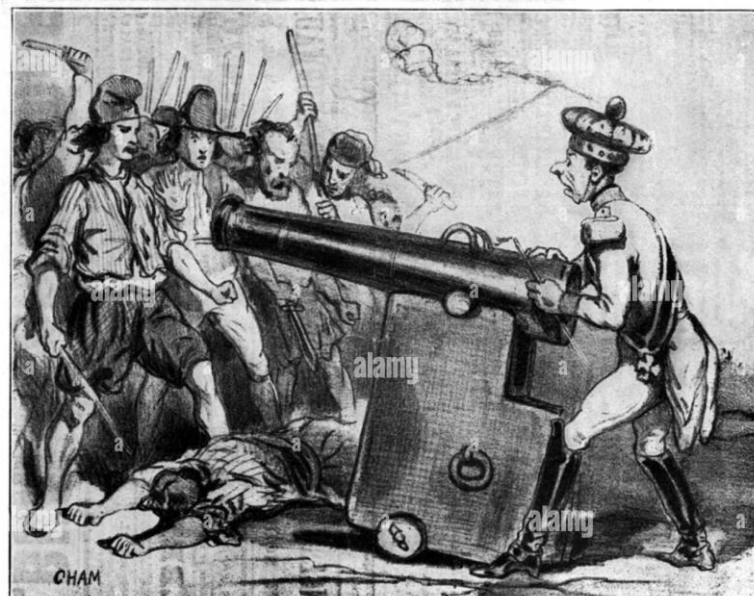
Мал. 16 – «Довгим конвоєм німці прямували до Богемії та виходили з Богемії», 1866 р.



Мал. 17 – Революційний рух у Неаполі, 1820 р.



Мал. 18 – Революція 1848 - 1849 рр., Італія, 1848 р.



LE ROI DE NAPLES.

— Approchez mes bons amis, approchez donc . . . je suis plein de confiance en vous et tout disposé à vous faire des concessions ! . . .

Der König von Neapel.

Kommt nur näher, meine lieben Freunde, kommt nur! Ich habe volles Vertrauen zu euch und bin ganz geneigt

Мал. 19 – Об'єднання Італії. Джузеппе Гарібальді допомагає Віктору
Еммануїлу II взувати чоботи Італії, 1860 р.



RIGHT LEG IN THE BOOT AT LAST.

GARIBALDI. "IF IT WON'T GO ON, SIRE, TRY A LITTLE MORE POWDER."

Додаток Б.

Історія політичних плакатів у всесвітній історії

Мал. 20 – «В країнах капіталізму – безправ'я праці, в країні соціалізму – право на працю!»



Мал. 21 – «Як це було?», «Ні – капіталістичній експлуатації!»



Мал. 22 – «Щоб більше мати – треба більше виробляти»



Мал. 23 – «При капитализмі ... При соціалізмі»



Мал. 24 – «При социализме немає місця безробіттю! При капіталізмі мільйони безробітних рук!»



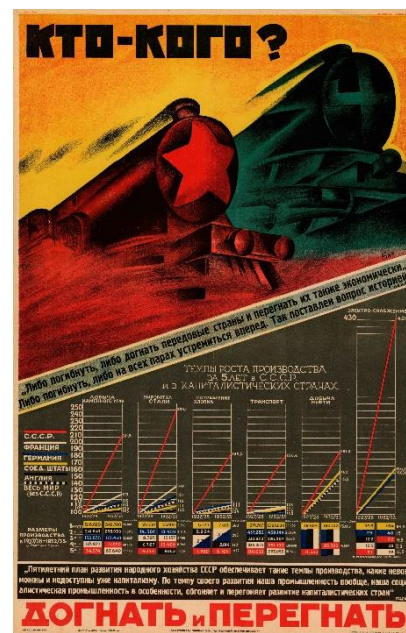
Мал. 25 – «Кому дістається національний дохід?»



Мал. 26 – «Наздогнати і перегнати»



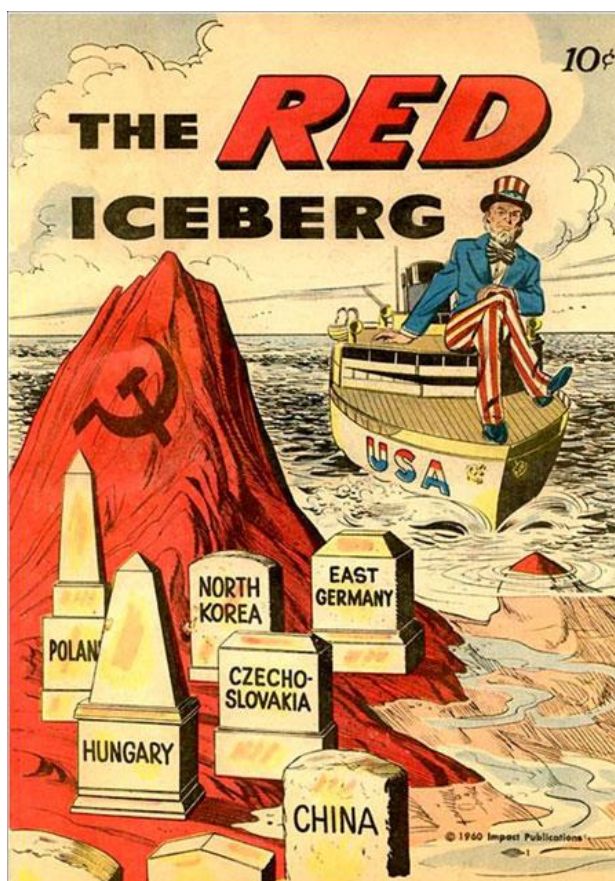
Мал. 27 – «Хто кого?»



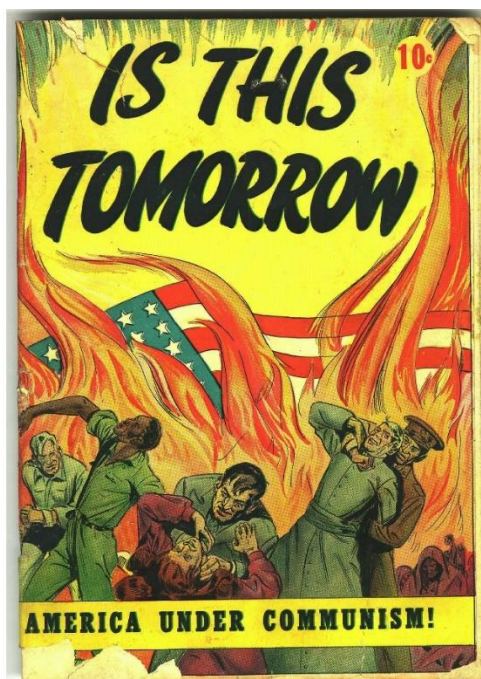
Мал. 28 – «Дитячий хрестовий похід проти комунізму»



Мал. 29 – «The RED Iceberg»



Мал. 30 – «Is this tomorrow»



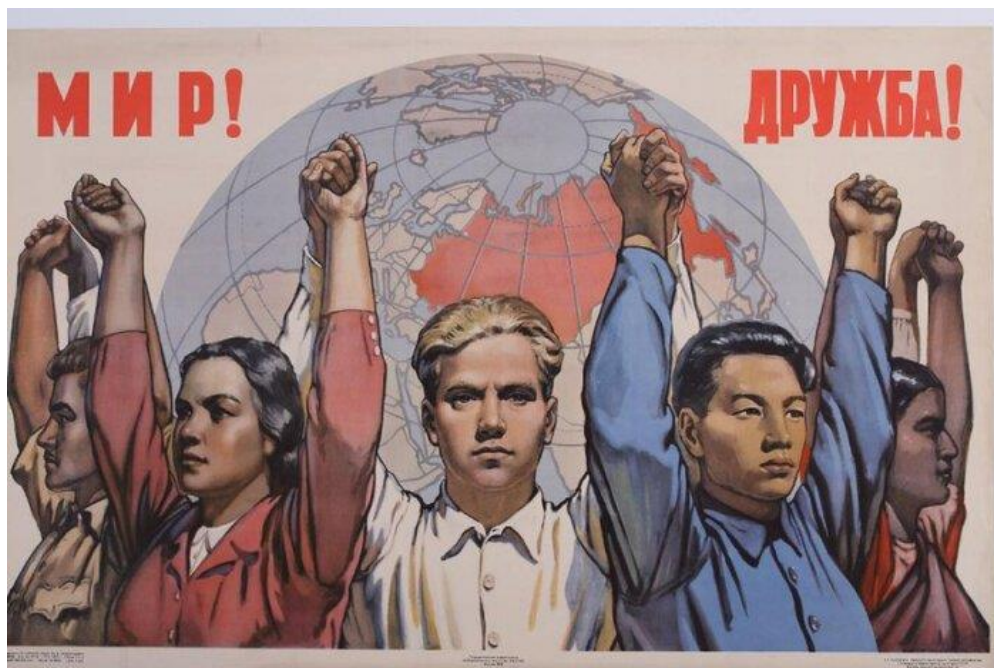
Мал. 31 – «Жінки в колгоспах – велика сила»



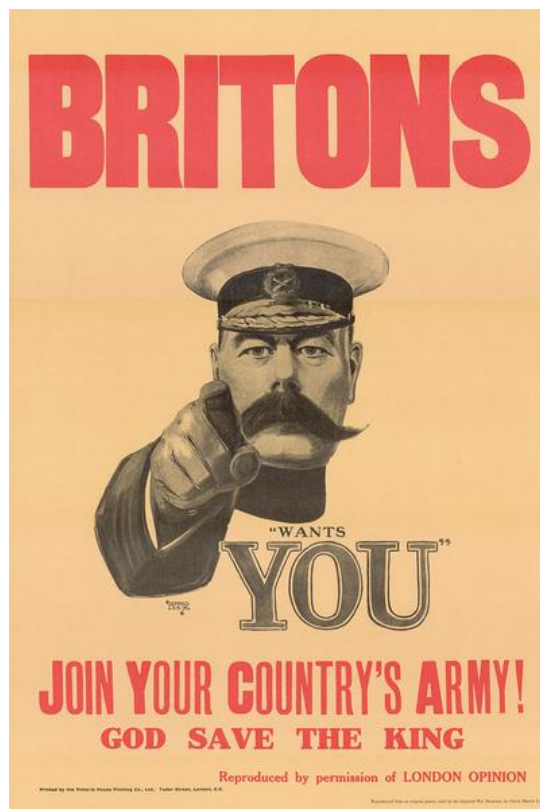
Мал. 32 – «Про щастя наших матерів піклується країна!»



Мал. 33 – «Мир! Дружба!»



Мал. 34 – «Британець! Вступай до армії своєї країни. Боже, бережи короля!»



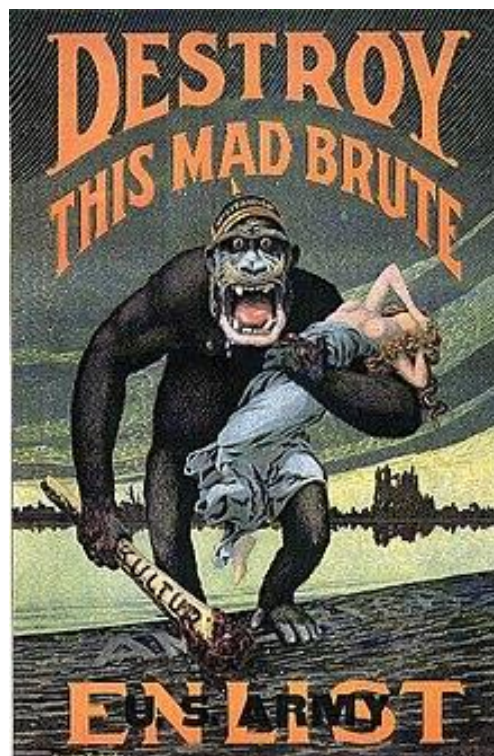
Мал. 35 – «Хто відсутній? Чи не ти?»



Мал. 36 – «Ти потрібний мені в американській армії!»



Мал. 37 – «Знищи цього божевільного звіра»



Мал. 38 – Усі чесні громадяни голосують за соціал-демократів (1928 р.)



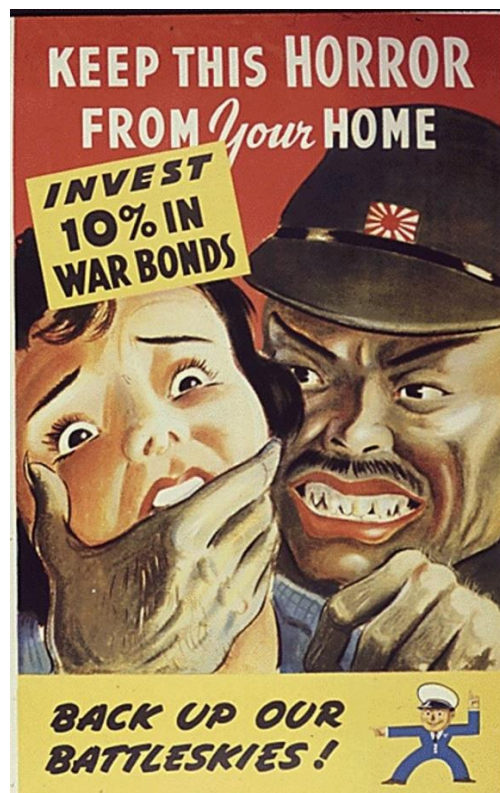
Мал. 39 – «Підтримайте їх!»



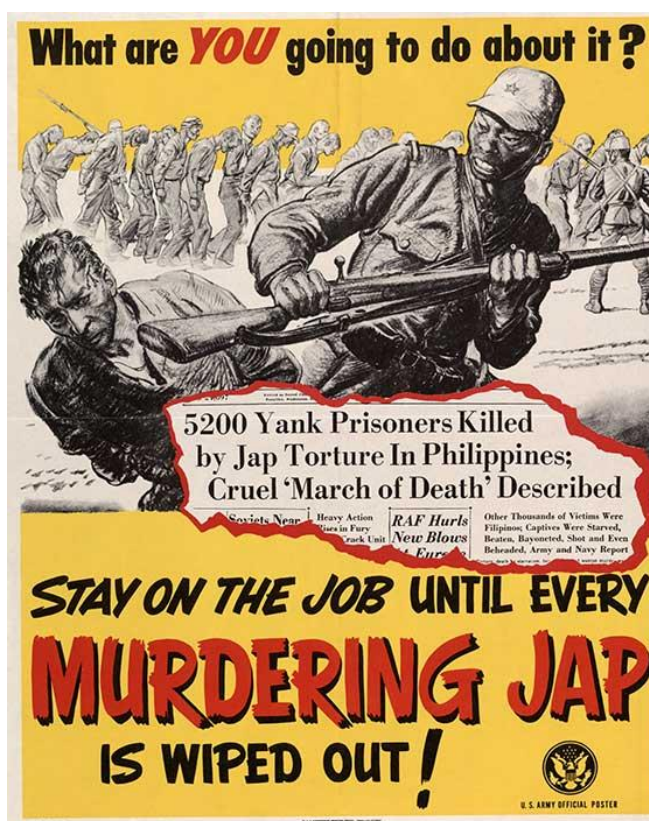
Мал. 40 – «Ми били їх раніше, ми поб'ємо їх знову!»



Мал. 41 – «Врятуй свій будинок від цього страху. Вклади 10% у військові облігації»



Мал. 42 – «Як ти будеш жити з цим?»



Мал. 43 – «Бий на смерть!»



Мал. 44 – «Боець, що опинився в оточенні – борись до останньої краплі крові»



Мал. 45 – «Все для фронта! Все для победы!»

