



ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ В ИСПАНИИ (1936–1939 ГГ.) КАК СРЕДСТВО ВИЗУАЛЬНОЙ ПРОПАГАНДЫ

Гражданская война в Испании 1936–1939 гг. вызвала активную пропагандистскую войну, как в Европе, так и в самой стране. Этот аспект испанского конфликта почти не исследован в отечественной исторической науке.

Пропагандистское противостояние вокруг событий в Испании 1936–1939 гг. во многом способствовало формированию образа врага в европейском общественном мнении накануне Второй мировой войны. Одним из распространенных средств тогдашней пропаганды был плакат. Используя плакаты республиканского и франкистского лагерей как исторический источник, авторы анализируют формы и методы внутривизуальной пропаганды, выделяют графические, психологические, идеологические особенности их использования, прослеживают на конкретных примерах закономерности воздействия плаката на сознание с целью достижения пропагандистского эффекта.

Ключевые слова: Гражданская война в Испании (1936–1939), пропаганда, плакаты, информационная война.

Н.Н. ФОМИЧЕВ¹
Н.З. БРОСОВА²

*Белгородский
государственный
университет*

e-mail: nfo_v@bsu.edu.ru

Пропаганду определяют обычно как «целенаправленное и систематическое стремление формировать восприятие, манипулировать знаниями и направлять поведение для достижения реакции, способствующей реализации желаемой пропагандистской цели»¹. Плакат – вид графики, броское изображение на крупном листе с лаконичным пояснительным текстом, выполняемое в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях. Плакат также может выступать средством политической пропаганды. Это происходит в том случае, когда он становится объектом приложения пропагандистского воздействия, т.е. целенаправленного распространения политических идей в обществе.

Пропаганда квалифицируется по средствам и формам конечного психологического восприятия: печатная, визуальная, аудиовизуальная, наглядная и другие формы. Плакат и листовка – яркие примеры визуальной пропаганды. Глаз, как известно, занимает особое место среди всех органов чувств: если принять за 100% всю информацию, которую воспринимает человек, то на долю зрения придется до 80% информации, получаемой организмом извне². Другой особенностью плаката (помимо эффективности воздействия на сознание) как объекта психологического воздействия является наличие на его основном поле броской надписи – девиза, призыва, констатации или иного положения с запросом на ответное действие. При этом пропагандистский эффект усиливается. Неотъемлемым качеством плаката можно назвать массовость. Это, в свою очередь, обеспечивает систематичность пропагандистского воздействия как одно из условий его успеха.

Пропаганда может существовать и в демократическом, и в авторитарном обществе, критерий свободы слова и мнений в данном случае – не решающий фактор. Пропаганда является фактом лишь в обществе информационном – общности индивидов, для которой информация становится товаром, и технические средства её распространения позволяют удовлетворять возросшие запросы адресатов. Корректно говорить о наличии пропаганды в европейских странах с начала складывания ин-

¹ Джоуэрт С., О'Доннел В. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/prpaganda>

² [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://VIP.KM.RU>

формационного общества. Современные формы пропаганда постепенно приобретала по мере совершенствования средств подачи и обработки информации. Необычайный всплеск пропагандистского влияния в новейшее время характерен, прежде всего, для периодов острых катаклизмов – революций, войн, экономических и политических кризисов. Как отмечает исследователь политической мифологии Т. Евгеньева, «в периоды экономических кризисов, войн и революций – это, как правило, время небывалого взлёта архаических по своей природе образов, которые выстраиваются в систему образов-символов, как устойчивые элементы коллективного бессознательного – архетипы»³. Подобную тенденцию продемонстрировала первая мировая война 1914-1918 гг., сопровождавшаяся конфликтом идеологий гражданская война в России 1917-1922 гг., мировой экономической кризис 1929-1933 гг. и острые социальные конфликты в Европе и России, приведшие к установлению тоталитарных режимов в Германии, СССР, Италии и ряда авторитарных в Центральной и Восточной Европе. Следующим звеном этого процесса явилась Гражданская война в Испании 1936-1939 гг. – «первая массовая информационная» война в истории. Она же стала и главным полем отработки ряда форм и методов пропаганды, решающим этапом столкновения идеологий до второй мировой войны.

Гражданская война в Испании 1936-1939 гг. была вызвана сугубо внутренними причинами, но разгорелась она в условиях поляризованной Европы второй половины 1930-х гг. Интернационализация конфликта только усилила эту тенденцию. Активную помощь Республике оказывал СССР. Фашистская Италия и нацистская Германия приняли участие в вооружённой интервенции на стороне испанских националистов. Великобритания и Франция заняли позицию «невмешательства» в дела Испании (при реальной активной роли в испанском вопросе)⁴. Во многом подобная расстановка международных сил, при условии значительного влияния фактора интернационализации, способствовала поражению Республики в апреле 1939 г. и установлению в Испании авторитарного режима, находившегося у власти в стране вплоть до 1975 г.

При исследовании проблем пропаганды в Гражданской войне в Испании 1936-1939 гг. плакаты можно выделить как один из массовых источников. В настоящее время в широком доступе отсутствуют обобщающие альбомы испанских плакатов времён Гражданской войны 1936-1939 гг. Значительные возможности предоставляет Интернет, но часто электронные ресурсы способны обеспечить лишь фрагментарный, даже хаотичный и недостаточно систематизированный вариант ознакомления с плакатами и рисунками, без соответствующего информационного сопровождения. Большинство известных изображений было создано пропагандистами республиканского лагеря, что способствует некоторой односторонности их аналитического обобщения.

Все политические плакаты Республики времён гражданской войны можно подразделить на посвящённые внутрииспанским проблемам и событиям международным. Конечный адресат их мог находиться не обязательно внутри страны – многие графические произведения Республики обращены к народам Великобритании, Франции, СССР, всему мировому сообществу. Нами было рассмотрено и проанализировано свыше 90 плакатов испанской Республики и лагеря националистов 1936-1939 гг., выступающих в данном исследовании в качестве исторического источника.

Плакат как своеобразная «калька» исторических событий способен помочь более подробно изучить, как внутренние и внешние аспекты испанского конфликта, так и собственно пропаганду, как явление, выделить графические, психологические, идеологические закономерности, найти определённые универсальные характеристики с оглядкой на последующее развитие политического плаката, как средства визу-

³ Евгеньева Т.В. Социально-политические основы формирования политической мифологии // Современная политическая мифология: содержание, механизмы, функции / Сост.: Логунов А.П., Евгеньева Т.В. М., 1996. С. 23.

⁴ См., например: Малай В.В. Судьба Республики решалась не в Мадриде: из истории англо-советских отношений в канун II мировой войны. 1936-1939. Белгород, 1999.



альной пропаганды. Именно второе направление указанной проблемы будет интересовать нас в большей степени.

Важнейшей реалией 30-х гг. XX в. стал политический рост фашизма и тоталитаризма. Испанский народ одним из первых в Европе ощутил на себе возросшую мощь и агрессивные устремления фашистских стран, став жертвой итало-германской военной интервенции.

Целый ряд плакатов испанской Республики посвящён борьбе с фашизмом и его проявлениями в ходе гражданской войны. В этом смысле показателен плакат «Это фашизм!» (1936 г.) (Приложение 1). Заглавие данного графического произведения представлено в виде выполненных кистью строк, краска стилизована под кровь с простой и понятной надписью «Это фашизм!». На переднем плане изображена свастика – собирательный образ фашизма вообще, а не только немецкого, нацистского его варианта. Надписи в четырёх полях, образованных элементами свастики: скорбь, разрушение, репрессии, смерть. Картину дополняют свидетельства жестокости и насилия на размещённых фотографиях – страдания мирных жителей, разрушенные здания, трупы жертв, толпы беженцев. Произведение выполнено в четырёх основных цветах: красном, белом, чёрном – наиболее броских и вызывающих, а также голубом⁵.

Широко также известен плакат «Медведь Мадрида уничтожит фашизм» (ноябрь 1936 – апрель 1937 гг.), сознательно выполненный в чёрно-белой гамме. В том же контексте здесь присутствует образ свастики. Но на этот раз произведение настаивает на активное сопротивление агрессии, не взывая к чувству жалости или неприятия как в предыдущем случае. Медведь – символ Мадрида со времён Реконкисты – топчет и разрушает свастику⁶.

Ещё более последователен плакат «Сокруши фашизм!» (1936 г.), ему также присуще чёрно-белое цветовое решение. Нога в каталонской крестьянской сандалие занесена над распростёртым символом нацизма: в данном случае авторы пытались передать определённый классовый подтекст ситуации – против интервенции сражается большинство трудового народа – фашизм не должен победить⁷. Следует обратить особое внимание на один из широко тиражируемых плакатов времён гражданской войны в Испании 1936-1939 гг. – «Националисты» (1937, 6 цветов). Его можно отнести к жанру карикатуры. Главная идея произведения – показать непосредственную связь испанских националистов с католической церковью, с одной стороны, и интервентами – с другой. Каждый персонаж поля плаката олицетворял силы, помогавшие мятежникам. В центре плаката – сатирическое изображение католического епископа. Католическая церковь поддерживала мятежников – «оплот цивилизованности и христианства в Европе». Слева изображён военный в форме, стилизованной под итальянскую. На заднем плане – две фигуры марокканских интервентов. Человек с пистолетом и в деловом костюме, очевидно, – представитель крупной немецкой буржуазии, олицетворяющей нацизм. Плакат дополнен мелкими деталями – значком со свастикой, ружьём в руке марокканца, пушкой и ядрами – символами войны и убийства. Также следует обратить внимание на надпись «Arriba Espania» на табличке в клюве грифа – традиционный девиз и формализованное приветствие испанских националистов, и названия «Бургос» и «Лиссабон» на борту корабля – т.е., те центры, которые использовались националистами в качестве тыловых баз. Все фигуры представлены в фантастическом, комическом тоне, что ярко контрастирует с символами насилия, присутствующими на плакате⁸.

Во всех перечисленных случаях образ врага выражен очень чётко, представлен как нечто единое – ни интервенты, ни собственно националисты не выделены особым образом. Это одна из черт плакатной живописи испанской Республики. В дан-

⁵ «Это фашизм!» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://orpheus.ucsd/eduspeccollvisfrontasturiaspost_html

⁶ «Медведь Мадрида уничтожит фашизм» // Там же.

⁷ «Сокруши фашизм!» // Там же.

⁸ «Los Nacionales». Bennasar B. La Guerra di Spagna. Una tragedie nazionale. Torino, 2004. P. 242.

ном случае проявляется пропагандистский приём отождествления, для последующей «демонизации» противника⁹. Плакаты, объединённые данной тематикой, не всегда были столь эмоциональны, но их оформление отличает небольшое разнообразие цветовой палитры, надписи, скорее, похожи на лозунги или руководство к действию, а использование фотографий в качестве элемента композиции – как свидетельство бедствий войны и фашистской интервенции.

Как известно, с сентября 1936 г. в Лондоне стал функционировать Комитет по невмешательству в гражданскую войну в Испании. Эта нелегитимная международная организация включала в себя 27 стран и ставила перед собой задачу урегулирования испанского конфликта без применения силовых методов. С её помощью коалиционные правительства Болдуина (1935-1937), Чемберлена (1937-1940) в Великобритании и правительства Народного фронта Блюма (1936-1937), Шотана (1937-1938) во Франции, следуя во внешней политике курсом «умиротворения», фактически способствовали «удушению» испанской Республики. Другая группа республиканских политических плакатов, отражающих внешнеполитические аспекты конфликта, порицала невмешательство в конфликт западных стран, прежде всего, Великобритании и Франции. Оно в совокупности с фашистской интервенцией подрывало экономическую составляющую сопротивления Республики и ставило законное правительство Народного фронта на одну доску с мятежниками, как с точки зрения легитимности, так и с точки зрения осуществления внешнеэкономических операций (запрет закупок оружия, амуниции и стратегического сырья).

Интересен в этом плане плакат «Удушение испанского народа. Истинная цель за спиной нейтралитета» (1937 г.). Плакат оформлен в трёх цветах – белый, зелёный, коричневый. На нём схематично изображены Иберийский полуостров, Европа, Америка, Африка. Условность содержания плакатного рисунка проявилась и в том, что на месте, где должны быть Пиренеи, изображён пролив, отделяющий Испанию от Европы и от всего мира. Основная мысль данного художественного и конструктивного решения – подчеркнуть оторванность, изолированность испанской Республики – как в экономическом, так и в дипломатическом смысле, её обречённость почти в одиночестве вести борьбу с мятежом и фашистской интервенцией. Также на плакате присутствуют схематичные изображения предприятий (как военной, так и гражданской промышленности), связанные с испанскими националистами, как в Европе, так и в Америке, контурами нанесены очертания Североафриканского региона – базы марокканских наёмников Франко, ударной силы мятежников¹⁰. Продолжает тему бездействия мирового сообщества перед лицом страданий испанского народа плакат «Помоги Мадриду» (к. 1936 – н. 1937 г.), выполненный в чёрно-белой цветовой гамме. Фотография мирных жителей, спасающихся от авиационной бомбёжки под аркой моста здесь на переднем плане. Композиция составлена таким образом, чтобы вызвать жалость, сочувствие, сострадание. Рефреном на данном и многих других плакатах сходного содержания следует надпись «Что ты делаешь, чтобы предотвратить это?»¹¹.

Такое же название носила листовка «Что ты делаешь, чтобы остановить это? Мир под угрозой. Приложи усилия в борьбе с фашизмом!» (1937) (Приложение 2), оформленная в четырёхцветной гамме. На плакате изображена карта Европы. Две окровавленные руки с зажатými в кулаках кинжалами готовятся вонзить их в Иберийский полуостров. Руки сопровождают два символических изображения итальянского и германского фашизма – ликторская связка «fascio» и свастика. Текст написан на «эсперанто». Плакат имел широкое хождение на территории Республики. Эсперанто сознательно использован в качестве плакатного языка, чтобы не задеть национальных чувств каталонцев, басков и др. национальностей, в большинстве своём под-

⁹ См. например: Крысько В. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). М., 1999.

¹⁰ «Удушение испанского народа» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://orpheus.ucsd/eduspeccollvisfrontasturiaspost_html

¹¹ «Помоги Мадриду» // Там же.



державших Республику. Данная листовка также апеллирует к помощи со стороны демократических государств, прямо указывая на двух главных виновников интервенции – Германию и Италию¹². Интересен плакат «Сегодня Испания, завтра мир!» (1938), выполненный с использованием чёрного, красного и голубого цветов. Схематично очерчены Испания и Франция, последняя, по мнению авторов плаката – наиболее вероятная следующая жертва фашистской агрессии. Присутствует на плакате изображение трупов жертв политических репрессий, а в качестве собирательного образа фашизма и войны – Гитлера и военных самолётов, направляющихся в сторону Франции¹³. Последние два плаката особенно чётко проповедовали идею необходимости противостояния фашистской интервенции объединёнными силами всего международного сообщества. Конечный адресат на агитационных изображениях этого вида, очевидно, находился за пределами Испании – воззвание обращено ко всему миру. Плакаты данной серии отличает значительная доля экспрессии, яркие, запоминающиеся образы, частое использование как элемента дизайна схематичных географических карт с указанием тех или иных регионов, в какой-то степени связанных с испанским конфликтом 1936-1939 гг. Характерны и надписи-обращения, важной деталью является присутствие символов насилия, бедствий, войны – авиационная бомбёжка, кровь, трупы убитых и т.д.

Противоположны по смыслу и по общему направлению пропагандистского воздействия – республиканские плакаты, посвящённые помощи со стороны СССР и ряда благотворительных и антифашистских международных организаций. Такую идею содержит плакат «СССР. «Комсомол». Благодарны вашим пожертвованиям» (1936, 3 цвета). Как известно, советский теплоход «Комсомол» – один из кораблей, принимавший непосредственное участие в транспортировке грузов для Испанской республики (в 1937 г. был потоплен)¹⁴. Кроме того, в СССР организовывались кампании сбора средств в пользу республиканской Испании – о чём и сообщалось в поле плаката. Изображение также включает в себя эмблему советских ВМС, и удаляющегося в море корабля¹⁵. Очень близка данной тематике идея международной солидарности с испанской Республикой. Данную проблему затрагивает плакат «Солидарность с испанской Республикой всех стран» (1937, 4 цвета). Аллегорическое изображение свободы Республики – силуэт женской фигуры, держащей древко – ни один флаг, а флаги многих стран мира, граждане которых оказывали в той или иной степени помощь Республике или сочувствовали ей. Символична и схематическая передача карты большей части Старого Света с таким расчётом, чтобы полотнищами флагов закрыть предполагаемое место расположения Германии и Италии – стран нарождающейся фашистско-нацистской «оси» и ее «умиротворителей» – Великобританию и Францию¹⁶.

Ряд плакатов посвящен деятельности в Испании периода гражданской войны Красного Креста и др. международных гуманитарных организаций. В качестве примера можно привести листовку «Как ты помог банкам крови?» (1936, 4 цвета) (Приложение 3). На ней изображён раненый республиканский солдат. Также следует обратить внимание на два пальца, символично поддерживающих его фигуру – аллегория заботы и участия в судьбе жертв войны. На заднем плане запечатлена медсестра Красного Креста. Плакат посвящён компании донорства в Республике. Красный цвет поля плаката – цвет крови – ярко контрастирует с холодными синим и чёрным¹⁷.

¹² «Что ты делаешь, чтобы остановить это? Мир под угрозой. Приложи усилия в борьбе с фашизмом» // Там же.

¹³ «Сегодня Испания, завтра мир» // Там же.

¹⁴ См. например: Рыбалкин Ю. Операция «Х» и советская военная помощь Республиканской Испании (1936-1939). М., 2000.

¹⁵ «СССР. «Комсомол». Благодарны вашим пожертвованиям» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://orpheus.ucsd/eduspeccollvisfrontasturiaspost_html

¹⁶ «Солидарность с испанской Республикой. Дело всех стран» // Там же.

¹⁷ «Как ты помог банкам крови? Покупая билет, ты примешь участие в этой человеколюбивой акции» // Там же.



Продолжает гуманитарную тему листовка «Международный Красный крест. Везде, где он нужен». На ней стилистически прорисована фигура работника данной организации. Отложив винтовку, он отмечает на карте Испании места, где требуется гуманитарная помощь¹⁸.

Для данного вида плакатной графики, объединённого тематикой положительных для испанской Республики международных акций, имеет место ряд общих характеристических черт. В поле плаката зачастую присутствует много графических объектов. Художники использовали значительное количество цветов. Изображения также очень эмоционально экспрессивны, проникнуты единой идеей благодарности силам, оказывавшим помощь испанской Республике.

В качестве типичного произведения визуальной пропаганды националистов можно привести плакат «К армии: хлеб, страна, справедливость» (1938 г., 3 цвета) (Приложение 4). На листовке присутствуют символы католических королей (а также «фаланги») – объединителей Испании – ярмо и 5 скрещенных стрел. Краток и понятен призыв, помещённый в плакатном поле. В цветовом оформлении использованы лишь наиболее запоминающиеся цвета – красный, чёрный, белый. Запечатленная рука сжимает винтовку – символ борьбы, аллегорическое представление вооружённых сил националистического лагеря¹⁹. Сходен по общему мотиву плакат «Голос фаланги – голос Испании» (1939 г., 3 цвета) – надпись в его поле особенно подчёркивает основную идеологему националистов – единство Испании. В обрисовке присутствует цветовая гамма флага франкистской Испании – красный и жёлтый цвета. В данном случае использован пропагандистский приём отождествления²⁰. Героизирует Франко плакат «Националистическая Испания» (1939, 4 цвета). На нем изображено много людей, в дизайне листовки – большое число флагов, но на переднем плане – фигура победоносного каудильо с лентой из цветов национального флага через плечо²¹. Общему духу франкистской плакатной живописи соответствует и произведение «Война окончена» (1939 г., 3 цвета), проникнутое пафосом одержанной в гражданской войне победы²².

Визуальная плакатная пропаганда националистического лагеря также была направлена на «демонизацию» противников, «отождествление» законного правительства Народного фронта с «большевиками», «варварами» и т.д. Стиль листовок франкистов отличает патетичность, возвеличивание личности испанского «каудильо» – Франко, зачастую популистские лозунги, использование в плакатной живописи символики «фаланги» (партии объединявшей всех правых радикалов), обращении к историческому прошлому – прежде всего, к эпохе окончания Реконквисты и католических королей (конец XV в.).

Во многом плакат – правдивое и экспрессивное отражение реальных событий – и, в то же время, их достаточно тенденциозная передача. Испанская война 1936-1939 гг. стала первым опытом антифашистской борьбы также и в информационном плане. Республиканцы стремились позиционировать свою политику (в том числе, и внешнюю) как направленную на отстаивание общечеловеческих ценностей от угрозы фашизма (с которым отождествляли своих противников), националисты – как ответную реакцию на угрозу «большевизации» христианской цивилизации как таковой и Испании, традиционных ценностей, в частности.

Таким образом, пропагандистская составляющая плакатной живописи времён войны 1936-1939 гг. в Испании весьма интересна и поучительна. При аналитическом обзоре отдельных групп республиканских и франкистских плакатов можно вычлени ряд пропагандистских приёмов и методов, психологических закономерностей,

¹⁸ «Международный Красный крест. Везде, где он нужен» // Там же.

¹⁹ «К армии: хлеб, страна, справедливость» // Там же.

²⁰ «Голос фаланги – голос Испании» // Там же.

²¹ «Националистическая Испания». [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<http://media.worldpolitics.ru/>

²² «Война окончена. Субсидии для военнослужащих». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://orpheus.ucsd/eduspeccollvisfrontasturiaspost_html].

примененных для придания тому или иному графическому объекту большей эффективности воздействия на сознание конечных адресатов/реципиентов. Это – «отождествление», «демонизация», «апелляция» (к жалости, состраданию, совести, национальному чувству, здравому смыслу), конструирование «образа врага», «указание», символичность и аллегоричность, карикатурность изображения. Что касается конкретных приёмов достижения пропагандистского эффекта, то ими становились умело подобранная цветовая гамма, создание выразительных, запоминающихся образов, собирательные аллегории (например, свастика, ярмо и пять скрещенных стрел и т.д.), указание на масштабность, глобальность событий (использование иностранных флагов, схематичных карт), устойчивых позитивных или негативных образов, сознательная лаконичность текста и открытый популизм. Значительному числу графических объектов времён Гражданской войны в Испании 1936-1939 гг. присущ определённый универсализм и значительная степень экспрессии и пропагандистского воздействия.

Приложение 1



1



2

1. [Это – фашизм! Скорбь, разрушение, репрессии и смерть]. Socorro Rojo Internacional. Signed: Padial. Socorro Rojo de España, Comisión de Propaganda. Lit. S. Dura Socializada, U.G.T. C.N.T. Валенсия, фотография и литография, 4 цвета; 100 × 71 см.



2. [Что ты делаешь, чтобы остановить это? Мир под угрозой, Приложи усилия в борьбе с фашизмом!]. Graf. Ultra Lithograph, 4 colors; 109 × 78 см

3. [Как ты помог банкам крови? Покупая билет, ты принимаешь участие в этой человеколюбивой акции] Comisión Organizadora Hospitales de Sangre y Guarderías de Niños del Sindicato Unico Regional de Peritos y Tecnicos Industriales, C.N.T.-A.I.T. Lithograph, 4 colors; 153 × 104 см.



4. [К армии: страна, хлеб и справедливость]. J. Cabanas. Departamento de Plastica, Servicio Nacional de Propaganda, lithograph, 98 × 68 cm

POLITICAL POSTER OF CIVIL WAR IN SPAIN (1936–1939) AS AN INSTRUMENT OF VISUAL PROPAGANDA

The Civil war in Spain 1936-1939 caused active propagandist struggle, both in Europe, and in the same country. This aspect of the Spanish conflict is almost not investigated in the domestic historical science.

Propagandist conflict around events in Spain 1936-1939 promoted formation of an image of the enemy in the European public opinion in many respects before the Second World War. The poster was one of the widespread means of propaganda at that time. Authors use posters of republican as well as Franco's camps as historical sources. They analyze forms and methods of internal political visual propagation, allocate graphic, psychological, ideological features of their usage, trace on concrete examples some laws of political poster's influence on consciousness with the purpose of achievement of propaganda effect.

Key words: Civil war in Spain 1936-1939, propaganda, posters, information war.

N.N. FOMICHEV¹
N.Z. BROSOVA²

Belgorod State University

e-mail: nfo_v@bsu.edu.ru