

ОБРАЗ ВІЙНИ В АМЕРИЦІ ТА ОБРАЗ АМЕРИКИ У ВІЙНІ: СТРАТЕГІЇ ВІЗУАЛЬНОЇ ПРОПАГАНДИ США У 1939-1945 РОКАХ

Олександра Котляр

The Image of War in America and the Image of America in War: the U.S. Visual Propaganda Strategies in 1939-1945

Oleksandra Kotliar

The article explores the strategy of American visual propaganda during World War II. The author demonstrates how the methods and forms of propaganda reflected the general trends in the socio-political life of the United States from 1939 to 1945.

The strategies adopted by the state were aimed at shaping the image of the war within the country, which was geographically distant from the theaters of war, as well as creating practices for representing the image of America in the global conflict. This approach was driven by the fact that the issue of relations between the United States and the outside world, particularly with European countries, was traditionally associated with the problem of self-identification of Americans, who were born as a nation in the struggle against the former metropole. It has been established that the success of military propaganda was ensured, in particular, by the infrastructure of social relations in the field of art created by the New Deal reforms, namely, the Federal Art Project (FAP) program. Collaborating with the state in the 1930s, artists emphasised the «American» and democratic nature of US art, which allowed it to be successfully instrumentalised during the war to serve ideological needs.

According to the author, one of the most demonstrative examples is the interpretation of the concept of «Four Freedoms» by F. D. Roosevelt in the paintings of N. Rockwell, who «translated» the president's abstract statements into a visual language understandable to the people. Several projects organized by the Museum of Modern Art (MoMA) in New York, which were supported by US ministries, are also indicative. These include the 1941 war poster competition and the exhibition project «Airways to Peace. An Exhibition of Geography for the Future,» featuring politician W. Willkie. Due to the predominant use of radio and cinema in the dissemination of propaganda, the work of MoMA during World War II acquired special significance: both the artist and the viewer were endowed with an important social function of participating in the defense of the country's freedom and independence.

The article shows how the direct involvement of the population in the process of propagating (re)production contributed to the rapid acceptance by Americans of the political goals of the United States during the war and in the post-war world.

Key words: World War II, American art, visual propaganda, Museum of Modern Art (MoMA), F. D. Roosevelt, W. Willkie.

Із початком Другої світової війни у США постала гостра потреба в обранні ефективної пропагандистської стратегії, яка б підготувала населення країни до залучення у світовий конфлікт та подальшу участь у розбудові миру. В цих умовах перемога Франкліна Делано Рузвельта на виборах 1940 р. лише укріпила становище його адміністрації, що намагалася скерувати суспільну думку в бік неминучості та необхідності втручання США у війну. Пропагандистські зусилля США у 1939-1945 рр. якнайкраще оприявнюють обмеженість впливу останньої на країну. Кілька поколінь американців не бачили війни на власній території, а єдиним засобом «зустрічі» із нею виступали медіа-джерела, тому уряд країни реалізовував пропаганду за допомогою конструювання вербальних і візуальних образів.

Розмірковуючи над проблемою, що є об'єктом вивчення візуальної культури, історик мистецтв і літературознавиця Міке Баль формулює питання – «що відбувається, коли люди дивляться?» Подія та образ, які людина переживає, поєднуються в акті бачення та його наслідках (Bal 2003, p. 9). Акт бачення має складну чуттєву природу: будучи зумовлений біологічно – когнітивно, афективно, інтелектуально – він робить таку діяльність, як слухання або читання, також візуальною. Отже, навіть суто лінгвістичні конструкції є візуальністю, адже саме можливість здійснення актів бачення, а не матеріальність побаченого об'єкта, визначає, чи можна розглядати річ із точки зору вивчення візуальної культури (Bal 2003, p. 10-11).

У праці «Як ми бачимо» Джон Берджер пише, що ми сприймаємо погляд митця тією мірою, якою він відповідає нашим власним спостереженням над людьми та суспільними інститутами: «Це стає можливим, адже ми, як і раніше, живемо в суспільстві зі схожими соціальними відносинами та моральними цінностями. І саме це надає картинам психологічної та соціальної актуальності» (Berger 2008, p. 15). Сприйняття будь-якого образу, за твердженням Маттео Стоккетті, є результатом комунікативного процесу, що передбачає взаємодію між різними соціальними акторами, які мають свої інтереси та ресурси для участі в ньому (Stocchetti 2017, p. 38). На момент початку Другої світової війни американський уряд вже володів набором інструментів і досвідом використання мистецтва для обслуговування державних потреб. Аби показати, як мистецтво у США вдало пропагувало політичний порядок денний, розглянемо декілька цікавих кейсів.

Попри повернення США до ізоляціоністської ідеології після Першої світової війни, за міжвоєнне десятиліття американська інтелектуальна еліта сформувала новий погляд на національний інтерес у зовнішній політиці та почала тлумачити його як щось більше за фізичний захист країни від військового нападу. Із початком бойових дій у Європі у 1939 р. посилювався і політичний розкол на тлі відновлення полеміки навколо міжнародної позиції США, а обговорення перегляду зовнішньої політики усе більше набувало популістського забарвлення. Необхідність підготування суспільної думки до можливого вступу у війну стало викликом для адміністрації Ф. Д. Рузвельта, яка розпочала роботу над інструменталізацією ціннісних уявлень американців про власну державу для вмотивованого відстоювання її безпеки та незалежності.

У роки Другої світової війни на формування американської суспільної думки впливала цензура ЗМІ, яка обмежувала інформацію про смерті та щоденні руйнівні наслідки війни. Цензурувати інформацію, пов'язану з воєнними подіями, держава почала ще до вступу США у світовий конфлікт: у 1939 р. уряд встановив посилений контроль над секретними відомостями, а у травні 1942 р. створив окремий відділ цензури у військовій розвідці (National Archives). Офіційні органи перевіряли всі зображення та репортажі про війну, представлені в новинах та розважальних медіа. Як стверджує історик мистецтв Дікран Ташджян, в силу потужного емоційного впливу,

візуальні образи підлягали суворішій цензурі (Tashjian 1996, p. 722). Досвід Першої світової війни продемонстрував – населення не сприймає надмірно ідеалізованих зображень армії та перемог, однак постійна присутність в публічному просторі інформації про жахи війни і втрати загрожує появою вимог щодо якнайшвидшого завершення бойових дій (Gilbert 2020).

Дослідник Артем Кошелев відзначає, що у таких демократичних країнах із глибоко вкоріненими традиціями ринкової економіки як США держава традиційно відіграє мінімальну роль у процесі формування колективних уявлень (Кошелев 2021, с. 195). Запровадження в період кризи відносно жорстких централізованих механізмів контролю над інформаційним полем стало приводом для критики влади з боку опозиції, у той час як уряд виправдовував посилення цензури організаційними заходами для безпеки війська та цивільного населення. Ф.Д. Рузвельт, зокрема, обіцяв у виступах не приховувати важливі новини, однак просив співвітчизників поставитися з розумінням до прийнятих обмежень: «... кожне слово, сказане в ефірі, кожен корабель, що вийшов у море, і кожна битва, яка десь відбувається, – все це зачіпає майбутнє Америки» (The American Presidency Project).

За висловом історика Аллана Вінклера, у роки Другої світової війни «американська пропаганда відображала американську політику та навіть саму Америку» (Winkler 1978, p. 466). Дійсно, інформаційні заходи Білого дому віддзеркалювали не лише ідеологічні зрушення, але й зміну балансу сил у політичній системі США. За адміністрації Ф.Д. Рузвельта у ній проявилися елементи так званого «імперського президентства». Тезу про «імперське президентство» («imperial presidency») уперше запропонував Артур Шлезінгер-молодший. Концепція стосувалася розширення реальних можливостей президента США за межі його конституційних повноважень. Війна слугувала приводом до набуття головою держави більшої влади. Очевидно, витоки цього явища пов'язані із символічною для американців постаттю Джорджа Вашингтона – першого президента, воєначальника, який забезпечив капітуляцію збройних сил Великої Британії в результаті Війни за незалежність (1775–1783). Згідно зі Статтею II 2-го Розділу Конституції США, президент контролює збройні сили, однак не має права самостійно оголошувати й фінансувати війну (National Constitution Center). На думку А. Шлезінгера, президент все одно набуває широких повноважень після того, як Конгрес санкціонує початок бойових дій. Голова держави отримує важелі регулювання дипломатичних відносин та самого ходу війни (Schlesinger 2004, p. 35).

Збільшення політичних повноважень виконавчої влади під час війни дозволило уряду контролювати візуальний зміст усього, що потрапляло в інформаційний простір. Стратегія пропаганди в роки Другої світової війни ґрунтувалася на переконанні громадян у тому, що цей конфлікт є війною Америки. Ще жива пам'ять про суспільне розчарування, яке охопило США після завершення Першої світової війни, підштовхувала керівництво до вибудовування послідовної ідеологічної політики. Її важливою складовою стало формування і просування образів, які мали репрезентувати Америку у війні та які Америка у цій війні захищала.

Одним із інструментів політичної комунікації із суспільством та забезпечення у подальшому підтримки населенням воєнної боротьби були вечірні радіопромови Ф.Д. Рузвельта (1933-1944), започатковані із метою роз'яснення для народу важливих економічних та політичних питань. «Бесіди біля каміна» неначебто «залучали» громадян до прийняття державних рішень, створювали в американців відчуття причетності до розв'язання загальнонаціональних проблем та символічно реалізовували демократію в повсякденні.

«Бесіди біля каміна» Ф. Д. Рузвельта, за термінологією М. Баль, містять цю «практику погляду», коли подія і образ, що переживається, поєднуються в акті споглядання та його наслідках. Саме тому у виступах Ф. Д. Рузвельт порівнював Другу світову війну з Американською революцією, результат якої нібито вирішується на інших континентах: США, за його словами, вступають у нову фазу боротьби за власне існування. Президент апелював до абстрактних здобутків «американської цивілізації»: свободи, панування християнських ідеалів, економічного процвітання, абсолютного суверенітету – саме заради цих цінностей жителі США закликали приєднатися до всесвітньої боротьби з нацизмом (The American Presidency Project). 29 грудня 1940 р. у черговому випуску радіопередачі пролунала відома фраза Ф. Д. Рузвельта, яка надовго закріпилася у політичній мові Америки: «Сполучені Штати мають стати військовим арсеналом для всієї демократії у світі. Для нас це невідкладне та важливе завдання» (The American Presidency Project). Висловлені президентом ідеї швидко віднаходили відображення в мистецтві, яке політичні сили країни використовували на користь офіційної ідеологічної лінії.

Успіх воєнної пропаганди США був забезпечений створеною у 1930-х рр. інфраструктурою взаємодії між державою, митцями та споживачами мистецтва. Під час Великої депресії (1929-1933) у 1935 р. у межах соціально-економічних реформ «Нового курсу» Ф. Д. Рузвельта була розроблена окрема програма – Федеральний художній проєкт (FAP), підпорядкований агентству з Управління промислово-будівельними роботами громадського призначення (WPA). Мета проєкту полягала у забезпеченні роботою американських діячів культури та наданні фінансових ресурсів американській публіці для участі в мистецькому процесі. Серед офіційних завдань кампанії – «формування широкої національної мистецької свідомості», «допомога кампаніям соціального значення», «інтеграція мистецтва у повсякденне життя» (Cahill 1935, p. 1).

Серед ідейних натхненників Федерального художнього проєкту був відомий американський митець Джордж Бідл, який у 1928 р. жив у Мексиці та спостерігав за створенням фресок художником-монументалістом Дієго Ріверою (Carroll-Johnson 2020, p. 18). Під впливом робіт Д. Рівери, у 1933 р. Дж. Бідл запропонував програму з відродження у США настінного живопису. У листі до Ф. Д. Рузвельта, свого шкільного товариша, він писав: «Молоді митці Америки... прагнули б виразити ці ідеали [нових реформ – авт.] у формі мистецтва, якби уряд запропонував їм співрацю. Вони готові сприяти і виражати в живих пам'ятниках суспільні ідеали, яких ви намагаєтеся досягти» (Smithsonian Archives of American Art, p. 2). Уже за кілька днів Дж. Бідл отримав схвальну відповідь від президента (Smithsonian Archives of American Art, p. 3), що й послужила поштовхом до започаткування програми.

Отже, із самого початку Федеральний художній проєкт переслідував ідеологічну мету: фінансування патріотичних мистецьких робіт здійснювалося задля повернення віри американців у свою владу, а також перетворення мистецтва на універсальний політичний інструмент. Саме тому роки Великої депресії (1929-1933) були відзначені популяризацією соціального реалізму у США: мистецтво 1930-х рр. усіляко підкреслювало власну «американськість» – демократичність, доступність для широкої публіки, включеність у повсякденне життя.

Із початком Другої світової війни на Ф. Д. Рузвельта посилювався тиск щодо надмірних бюджетних витрат на окремі програми «Нового курсу». У 1939 р. президент оголосив про припинення спонсорування державою мистецтва. Однак її довготривала участь у мистецьких процесах залишила відбиток на візуальній культурі, яка, за виразом Вільяма Мітчелла, конструє соціальне, а не лише виступає його візуальним

відображенням (Mitchell 2002, p. 170). Остаточного Федеральний художній проєкт ліквідували у 1943 р., проте створена ним інфраструктура підтримувала канали для співпраці митців та продовження їх роботи на державу протягом усієї війни.

Не менш важливу роль відіграло прагнення художників зберегти робочі місця під час війни. Наприклад, Кент Роквелл у жовтні 1941 р. звертався до президента із проханням залучити митців до захисту держави: «Маю сміливість нагадати вам, що художники можуть сприяти зміцненню національної єдності, тому вимагають визнати це і дозволити деяким із нас обговорити питання... як використати художників в умовах кризи для служби своїй країні» (Smithsonian Archives of American Art). Дослідниця Спенсер Керролл-Джонсон вважає перехоплення офіційної ініціативи громадськістю свідченням того, що патріотичне мистецтво США у 1939-1945 рр. не можна розглядати як пропаганду (Carroll-Johnson 2020, p. 93). На нашу ж думку, цей факт лише наочно демонструє принципи роботи пропаганди, яка в ідеалі досягає не лише прийняття певних догм, але й постійного їх відтворення самим суспільством.

6 січня 1941 р., за місяць до нападу Японії на американську військову базу у Перл-Гарборі, Ф. Д. Рузвельт виступив із щорічним президентським посланням до Конгресу, що отримало назву «Чотири свободи» («Four Freedoms»). Мета промови – переконати співвітчизників у необхідності надання допомоги країнам, зокрема Великій Британії, які борються проти блоку агресивних держав. Ф. Д. Рузвельт обґрунтував думку, що США перебуватимуть у безпеці лише до того моменту, поки Велика Британія здатна тримати власну оборону. Збільшення обсягів військової допомоги та підтримка демократичних націй має забезпечити життя Америки як «арсеналу демократії». Однак головна теза президента трансливала ідею взяття на себе США особливого обов'язку – формування нового «морального порядку». Його фраза «як не хлібом єдиним живуть люди, так і не однією зброєю воюють» була заклик до поширення американських ідеалів по всьому світу. Ці ідеали Ф. Д. Рузвельт уклав у концепцію чотирьох індивідуальних свобод: свободи слова, віросповідання, свободи від злиднів і страху (National Archives). Проголошені цінності мали об'єднати навколо себе американське суспільство, а також позбавити політичні партії можливості використовувати розбіжності у поглядах на зовнішню політику для маніпуляції громадською думкою.

Промову Ф. Д. Рузвельта 6 січня 1941 р. сьогодні оцінюємо як знакову у процесі формулюванні зовнішньополітичних завдань США, а також орієнтирів у післявоєнній розбудові миру. Концепція «чотирьох свобод» знайшла віддзеркалення в Атлантичній хартії – спільній декларації Ф. Д. Рузвельта і прем'єр-міністра Великої Британії Вінстона Черчилля, підписаній 14 серпня 1941 р. Документ окреслив принципи, яких країни, що підписали хартію, зобов'язалися дотримуватися у післявоєнному світі. Згодом документ ліг в основу Статуту Організації Об'єднаних Націй. Згідно з текстом Атлантичної хартії, свобода від злиднів мала бути втілена у прагненні до повної економічної співпраці між усіма державами для встановлення вищого рівня життя, економічного розвитку й соціального забезпечення; свобода від страху – через відмову від територіальних прагнень великих держав та роззброєння агресорів (The Avalon Project).

Фраза про «чотири свободи» не одразу стала відомою американцям, попри зусилля Білого дому популяризувати її за допомогою преси. Історик Джеймс Кімбл, дослідник риторики й історик пропаганди, слушно зауважує на контекстуальній проблемі: звернення президента було продуманим і талановитим, однак для широкого загалу здалося черговим абстрактним висловлюванням політика (Kimble 2015, p. 47-48). Незважаючи на потужний емоційний вплив виступу, суспільство потребувало

зрозумілої, конвенціональної мови, яка б перетворила вербальні образи промови Ф. Д. Рузвельта на більш прості, здатні оселитися в уяві американців.

Інтерпретувати «чотири свободи» для народу надихнуло художника Нормана Роквелла знайомство з текстом Атлантичної хартії, який видався йому занадто формалізованим для донесення важливих думок (Kimble 2015, p. 58). Написавши ескізи картин на президентський виступ, Н. Роквелл вирушив до Вашингтона в урядовий відділ пропаганди – Управління воєнною інформацією (OWI), де запропонував перетворити свої картини на агітаційні плакати. Художник отримав відмову, однак зустрівся із редактором видання «The Saturday Evening Post» — одного з найвпливовіших журналів того часу в США – і домовився про співпрацю. Після створення Н. Роквеллом у 1943 р. чотирьох картин «Свобода слова», «Свобода віросповідання», «Свобода від злиднів», «Свобода від страху», роботи розмістили на шпальтах чотирьох випусків журналу у супроводі тематичних есеїв американських письменників. Завдяки феноменальній популярності картин уряд змінив своє рішення: того ж року за підтримки Міністерства фінансів «The Saturday Evening Post» організував тур, під час якого «Свободи» Н. Роквелла продемонстрували в музеях і галереях 16 міст США. Виставки відвідало понад мільйон осіб: це дозволило Міністерству фінансів продати військові облігації на 132 млн доларів (Perry 2018).

Успіх Н. Роквелла Дж. Кімбл пояснює міметичним підходом художника, який спромігся «перекласти» абстракції виступу Ф. Д. Рузвельта у близькі населенню сюжети (Kimble 2015, p. 50). На його картинах свободи зображені як уже реалізовані в Америці: свобода від злиднів – це сімейний обід у День подяки, свобода від страху – вкладання батьками безтурботних дітей спати, свобода слова – можливість бути почутим серед громади. Прагнення захистити цінності, втілені, як показав на картинах Н. Роквелл, у повсякденному житті, сприяли прийняттю американцями цілей у війні, проголошених державою. Більше того, формування переконання в необхідності поширення індивідуальних цінностей серед інших країн із метою безпечного розвитку США, дозволило надалі використовувати ці образи вже в протистоянні з СРСР.

У роки Другої світової війни Музей сучасного мистецтва в Нью-Йорку (МоМА) став одним із найпотужніших центрів пропаганди. Ще в травні 1939 р. МоМА відкрили у новій будівлі з нагоди десятиліття із дати створення установи. На урочистій події виступив Ф. Д. Рузвельт, назвавши «заохочення до створення гарних речей та насолоду ними» «просуванням самої демократії»: «Оскільки Музей сучасного мистецтва – це живий музей... він може стати невід'ємною частиною наших демократичних інститутів і бути вплетеним в основу нашої демократії» (The Museum of Modern Art). Із початком бойових дій у Європі, а найбільше – після нападу Японії на Перл-Гарбор, МоМА організував декілька виставок у співпраці з урядом, зокрема Міністерством фінансів та Управлінням громадянської оборони.

Співробітники музею, який позиціонував себе як центр «соціальної активності», виступали посередниками між державними органами та митцями. Проекти МоМА були спрямовані на зміцнення іміджу Америки як держави, відповідальної за поширення демократії та свободи у світі. Серед таких заходів був організований музеєм конкурс воєнних плакатів улітку-восени 1941 р. Альфред Барр, історик мистецтв і директор МоМА, ставився до ініціативи як до місії, адже, на його думку, «мистецтво може допомогти перемогти у війні» (Toon 2022). Радіо й кінематограф майже витіснили мистецтво у поширенні пропаганди, тому ініціатори конкурсу підносили роль художника до ширшої соціальної функції, порівнюючи її з роботою в оборонній сфері (The Museum of Modern Art).

Масштабною акцією МоМА в період війни став проєкт «Повітряні шляхи до миру: виставка географії майбутнього» («Airways to Peace. An Exhibition of Geography for the Future»), що відбувся у 1943 р. Ідея виставки безпосередньо пов'язана із тогочасною політичною риторикою: неможливість надалі дотримуватися ізоляціоністської стратегії влада пояснювала не лише масштабами загрози з боку Німеччини та її союзників, але й посиленням глобалізаційних процесів. У «Бесідах біля каміна» Ф. Д. Рузвельт наголошував, що географічної ізоляції в більше не існує: «Ми [американці – авт.] повинні боротися у найвіддаленіших місцях, щоб убезпечити свої лінії постачання та комунікації...», адже «більше неможливо перебувати у безпеці між двома океанами» (The American Presidency Project). Президент переконував слухачів, що у глобалізованому світі США, першопочатково задумані як вільна республіка, не зможуть існувати в умовах тоталітаризму, тому країна має взяти на себе лідерські функції у встановленні такого миру, що дозволить американцям зберігати свій спосіб життя, «потрібний не тільки Америці, але й усьому людству» (The American Presidency Project).

Концепція виставки «Повітряні шляхи до миру: виставка географії майбутнього» полягала в унаочненні цього «нового світу». Окрім виступів президента, джерелом натхнення для неї стало міжнародне турне політичного діяча Венделла Вілкі, суперника Ф. Д. Рузвельта на виборах 1940 р. У 1942 р. зі схвалення президента В. Вілкі здійснив офіційну 49-денну подорож Близьким Сходом, Радянським Союзом та Китаєм. Турне мало на меті не лише проведення консультацій із політичними та воєнними лідерами країн, але й підготовку ідеологічного підґрунтя для розбудови перспективи американської гегемонії. Із цієї причини візити В. Вілкі широко висвітлювали у пресі, а після свого повернення сам політик опублікував низку статей про підсумки турне. Зокрема, він виступив на радіо із промовою «Звіт перед народом», у якій запевнив співвітчизників у покладанні всього світу надій на Америку (Willkie 1942, p. 36). Успіх промови, яку почуло близько 36 млн людей (Zipp 2018, p. 300), змотивував В. Вілкі написати політичну працю, якою стала книжка «Єдиний світ»: назва якої вже вказує на важливість як єдності цілей країн у боротьбі проти нацизму, спільну відданість проголошеним принципам, так і на глобалізованість світу, що зменшила відстань між різними регіонами.

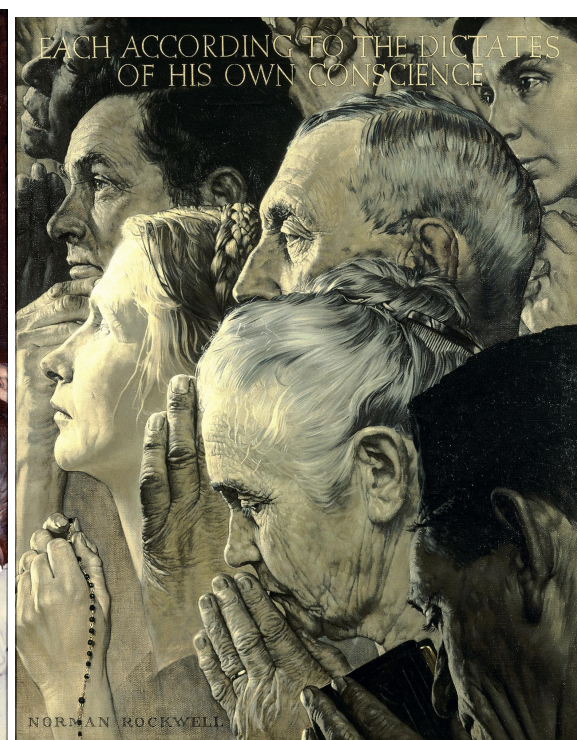
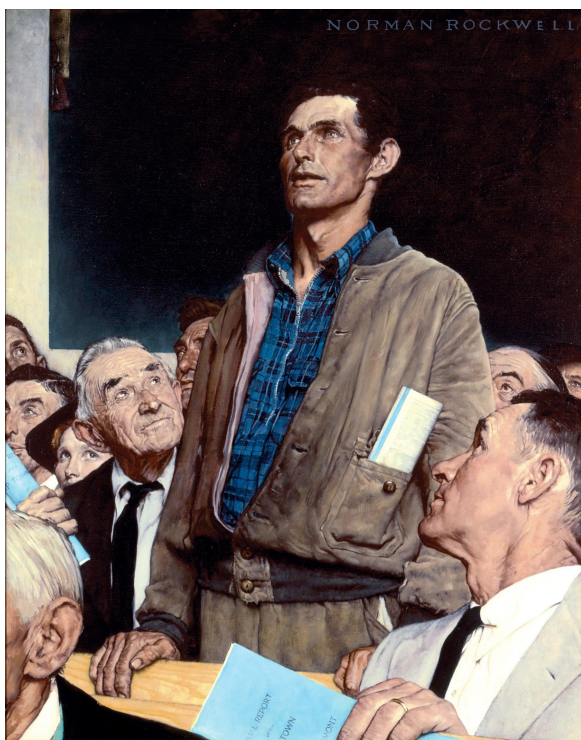
Улітку 1943 р., невдовзі після публікації «Єдиного світу», МоМА запросив В. Вілкі взяти участь у виставці. Її ініціатори хотіли пояснити простому глядачеві основні фактори повітряної епохи, необхідні для перемоги у війні та успішного укладання миру. У центрі виставкового простору розмістили велику сферу, всередині якої помістили велику карту світу із зображенням театрів війни та відстаней польотів між ними: експонат символізував об'єднаність народів антигітлерівської коаліції завдяки повітряним трасам. Окрім цього, відвідувачі могли оглянути фотоекспозицію з ефектом присутності, присвячену еволюції повітряних польотів від первісних тварин до сучасних транспортних засобів. Світлини із зображенням американських бойових дій у вигляді візуального репортажу про війну були покликані засвідчити ефективність військових операцій американських військ, переконати в перевагах американської науки та промисловості, створюючи почуття безпеки та ілюзії контролю у війні.

За допомогою карт, сфер і моделей виставка підкреслювала «важливість глобальної концепції в планах миру» (The Museum of Modern Art), а також знайомила американців із новими для них вимірами зовнішньополітичної думки – геополітичними теоріями, глобальною стратегією як єдиною адекватною формою політичного мислення в умовах світового конфлікту. Аби в публіки була можливість «долучитися» до процесу осмислення міжнародних реалій, в одній із зал тимчасово розмістили глобус із кабінету

Ф. Д. Рузвельта в Білому домі. Глобус президенту подарувала армія США на Різдво в 1942 р., а його точну копію вручили прем'єр-міністру Великої Британії Вінстону Черчіллю (The Museum of Modern Art).

Для виставки В. Вілкі написав текст, у якому закликав співвітчизників усвідомити глобальні зрушення, якщо американський народ «хоче зіграти свою важливу роль у перемозі у війні та побудові миру і свободи в усьому світі» (The Museum of Modern Art, р. 3). Стратегічні переваги США та їх союзників, включно з географічними, неминуче забезпечать перемогу над країнами Осі, проте попереду американцям доведеться зломити ізоляціоністські настрої у себе вдома. На думку В. Вілкі, далеких міст більше немає – «світ малий, і світ один», тому й уявлення про майбутнє США має бути «всесвітнім» (The Museum of Modern Art, р. 20).

Отже, розгортання Другої світової війни спричинило стрімкі зміни у стратегії зовнішньої політики США. Процес адаптації до нових реалій вимагав не лише забезпечення стратегії ідеологічним базисом, але й розуміння та підтримки населенням його постулатів. Американська пропаганда у 1939-1945 рр. широко застосовувала візуальні агітаційні форми, які формували зрозумілі та емоційні образи в уявленні людей про війну та роль суспільства у ній. Мистецтво дозволило активно і безпосередньо включити населення у процес роботи пропаганди: інтерактивні виставки, просування музейними установами ідеологічних кліше, активна участь публіки у благодійних мистецьких акціях – усе це стояло на службі офіційного порядку денного політики. Державі вдалося створити вдалу модель, яка поєднувала цензуру із доволі реалістичною ілюзією демократичності воєнного мистецтва. Інструменталізація останнього задовольнила одразу декілька нагальних запитів під час війни. По-перше, допомогла вивчити суспільні настрої та скерувати їх у потрібне американській владі русло. По-друге, забезпечила просування концепції «домашнього фронту», що згуртувала населення у невидимій для нього війні. По-третє, спрацювала на перспективу, заклавши основи для репрезентації образу Америки у післявоєнний час та санкціонувавши для внутрішнього і зовнішнього споживача пропаганди політичні амбіції США.



Ліворуч – Іл. 1. Норман Роквелл «Свобода слова» (1943). Олія на полотні, 45 x 35.

Музей Нормана Роквелла. Праворуч – Іл. 2. Норман Роквелл «Свобода віросповідання» (1943). Олія на полотні, 46 x 35. Музей Нормана Роквелла



Ліворуч – Іл. 3. Норман Роквелл «Свобода злиднів» (1943). Олія на полотні, 45 x 35. Музей Нормана Роквелла. Праворуч – Іл. 4. Норман Роквелл «Свобода від страху» (1943). Олія на полотні, 45 x 35. Музей Нормана Роквелла



Іл. 5. Сфера із картою світу всередині в експозиції виставки «Повітряні шляхи до миру: виставка географії майбутнього». The Museum of Modern Art



Іл. 6. Фотоекспозиція повітряних досягнень США у війні на виставці «Повітряні шляхи до миру: виставка географії майбутнього». The Museum of Modern Art

Список джерел та літератури

- КОШЕЛЄВ, А., 2021, *Біографічна культура і формування образу історичної особистості в американському суспільстві (поч. XX - XXI ст.)*. Доктор філософії. Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
- BAL, M., 2003, Visual essentialism and the object of visual culture, *Journal of Visual Culture*, 2(1), 5-32.
- BERGER, J., 2008, *Ways of Seeing*. London: Penguin Classics.
- CAHILL, H., 1935, *Federal art project manual*, Works Progress Administration. Available from: <https://cutt.ly/X7lpdpz>. [Accessed: 7th April 2023].
- CAROLL-JOHNSON, S., *Requisitioned: American War Art of the Second World War*. MA. Chapman University.
- GILBERT, G., 2020, View Magazine and the Mass Visual Culture of World War II. *MDPI* [Online]. Available from: <https://www.mdpi.com/2076-0752/9/2/41>. [Accessed: 7th April 2023].
- KIMBLE, J., 2015, The Illustrated Four Freedoms: FDR, Rockwell, and the Margins of the Rhetorical Presidency, *Presidential Studies Quarterly*, 45(1), 46-69.
- MITCHELL, W., 2002, Showing seeing: a critique of visual culture, *Journal Of Visual Culture*, 1(2), 164-181.
- NATIONAL ARCHIVES. *Records of the Office of Censorship* [Online]. Available from: <https://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/216.html#216.1>. [Accessed: 7th April 2023].
- NATIONAL ARCHIVES. President Franklin Roosevelt's Annual Message (Four Freedoms) to Congress (1941) [Online]. Available from: <https://cutt.ly/97laO6K>. [Accessed: 7th April 2023].
- NATIONAL CONSTITUTION CENTER. *The United States Constitution* [Online]. Available from: <https://constitutioncenter.org/the-constitution/full-text>. [Accessed: 7th April 2023].
- PERRY, P., 2018, Rockwell's Four Freedoms. *The Saturday Evening Post*, [online]. Available from: <https://www.saturdayeveningpost.com/2018/01/rockwells-four-freedoms-2/>. [Accessed: 7th April 2023].
- SCHLESINGER, A., 2004, *The Imperial Presidency*. Boston: Mariner Books.
- SMITHSONIAN ARCHIVES OF AMERICAN ART. *Rockwell Kent papers* [Online]. Available from: <https://www.aaa.si.edu/collections/rockwell-kent-papers-9557>. [Accessed: 7th April 2023].
- SMITHSONIAN ARCHIVES OF AMERICAN ART. *Diary transcript, 1933-1941, Biddle, George* [Online]. Available from: <https://www.aaa.si.edu/collections/items/detail/diary-transcript-14231ю>. [Accessed: 7th April 2023].
- STOCHETTI, M., 2017, Digital Visuality and Social Representation : Research Notes on the Visual Construction of meaning, *KOME-An international journal of pure communication inquiry*, 5(2), 38-56.
- TASHJIAN, D., 1996, Art, World War II, and the Home Front, *American Literary History*, 8(4), 715-727.
- THE AMERICAN PRESIDENCY PROJECT. *Fireside Chats (F. Roosevelt)* [Online]. Available from: <https://cutt.ly/p7liniP>. [Accessed: 7th April 2023].
- THE AVALON PROJECT. *Atlantic Charter* [Online]. Available from: <https://avalon.law.yale.edu/wwii/atlantic.asp>. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. Airways to peace. An exhibition of geography for the future, 1943. Available from: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_3138_300174104.pdf. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. *Franklin D. Roosevelt speech, 1939* [Online]. Available from: <https://www.moma.org/research-and-learning/archives/archives-highlights-04-1939>. [Accessed: 7th April 2023].

- THE MUSEUM OF MODERN ART. *Museum of Modern Art to Open Large Summer Exhibition, Airways to Peace* [Online]. Available from: <http://surl.li/gerfv>. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. *Posters for defense, 1941* [Online]. Available from: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_3006_300061963.pdf. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. *President Roosevelt Lends His Fifty-Inch Globe to Airways to Peace Exhibition at the Museum of Modern Art*. [Online]. Available from: <http://surl.li/gergo>. [Accessed: 7th April 2023].
- TOON, W., 2022. «Real war ammunition:» Artists for Victory, the National War Poster Competition, and the Hostile Imagination on the United States World War II Home Front. Wiley Online Library, [online]. Available from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jacc.13318>. [Accessed: 7th April 2023].
- WILLKIE, W., 1942, Our Reservoir of World Respect and Hope, *Vital Speeches of the Day*, 9, 36-39.
- WINKLER, A., 1978, *Politics of Propaganda: The Office of War Information 1942-1945*. New Haven: Yale University Press.
- ZIPP, S., 2018, Dilemmas of World-Wide Thinking: Popular Geographies and the Problem of Empire in Wendell Willkie's Search for One World, *Modern American History*, 1, 295-319.

References

- BAL, M., 2003, Visual essentialism and the object of visual culture, *Journal of Visual Culture*, 2(1), 5-32.
- BERGER, J., 2008, *Ways of Seeing*. London: Penguin Classics.
- CAHILL, H., 1935, *Federal art project manual*, Works Progress Administration. Available from: <https://cutt.ly/X7lpdpz>. [Accessed: 7th April 2023].
- CAROLL-JOHNSON, S., *Requisitioned: American War Art of the Second World War*. MA. Chapman University.
- GILBERT, G., 2020, View Magazine and the Mass Visual Culture of World War II. *MDPI* [Online]. Available from: <https://www.mdpi.com/2076-0752/9/2/41>. [Accessed: 7th April 2023].
- KIMBLE, J., 2015, The Illustrated Four Freedoms: FDR, Rockwell, and the Margins of the Rhetorical Presidency, *Presidential Studies Quarterly*, 45(1), 46-69.
- KOSHELEV, A., 2021, Biohrafichna kultura i formuvannia obrazu istorychnoi osobystosti v amerykanskomu suspilstvi (poch. XX - XXI st.) [Biographical Culture and the Formation of the Historical Personality Image in American Society (early 20th - 21st century)]. Ph.D. Taras Shevchenko National University of Kyiv.
- MITCHELL, W., 2002, Showing seeing: a critique of visual culture, *Journal Of Visual Culture*, 1(2), 164-181.
- NATIONAL ARCHIVES. *Records of the Office of Censorship* [Online]. Available from: <https://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/216.html#216.1>. [Accessed: 7th April 2023].
- NATIONAL ARCHIVES. President Franklin Roosevelt's Annual Message (Four Freedoms) to Congress (1941) [Online]. Available from: <https://cutt.ly/97laO6K>. [Accessed: 7th April 2023].
- NATIONAL CONSTITUTION CENTER. *The United States Constitution* [Online]. Available from: <https://constitutioncenter.org/the-constitution/full-text>. [Accessed: 7th April 2023].
- PERRY, P., 2018, Rockwell's Four Freedoms. *The Saturday Evening Post*, [online]. Available from: <https://www.saturdayeveningpost.com/2018/01/rockwells-four-freedoms-2/>. [Accessed: 7th April 2023].

- SCHLESINGER, A., 2004, *The Imperial Presidency*. Boston: Mariner Books.
- SMITHSONIAN ARCHIVES OF AMERICAN ART. *Rockwell Kent papers* [Online]. Available from: <https://www.aaa.si.edu/collections/rockwell-kent-papers-9557>. [Accessed: 7th April 2023].
- SMITHSONIAN ARCHIVES OF AMERICAN ART. *Diary transcript, 1933-1941, Biddle, George* [Online]. Available from: <https://www.aaa.si.edu/collections/items/detail/diary-transcript-14231ю>. [Accessed: 7th April 2023].
- STOCHETTI, M., 2017, Digital Visuality and Social Representation : Research Notes on the Visual Construction of meaning, *KOME-An international journal of pure communication inquiry*, 5(2), 38-56.
- TASHJIAN, D., 1996, Art, World War II, and the Home Front, *American Literary History*, 8(4), 715-727.
- THE AMERICAN PRESIDENCY PROJECT. *Fireside Chats (F. Roosevelt)* [Online]. Available from: <https://cutt.ly/p7liniP>. [Accessed: 7th April 2023].
- THE AVALON PROJECT. *Atlantic Charter* [Online]. Available from: <https://avalon.law.yale.edu/wwii/atlantic.asp>. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. Airways to peace. An exhibition of geography for the future, 1943. Available from: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_3138_300174104.pdf. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. *Franklin D. Roosevelt speech, 1939* [Online]. Available from: <https://www.moma.org/research-and-learning/archives/archives-highlights-04-1939>. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. *Museum of Modern Art to Open Large Summer Exhibition, Airways to Peace* [Online]. Available from: <http://surl.li/gerfv>. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. *Posters for defense, 1941* [Online]. Available from: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_3006_300061963.pdf. [Accessed: 7th April 2023].
- THE MUSEUM OF MODERN ART. *President Roosevelt Lends His Fifty-Inch Globe to Airways to Peace Exhibition at the Museum of Modern Art*. [Online]. Available from: <http://surl.li/gergo>. [Accessed: 7th April 2023].
- TOON, W., 2022. «Real war ammunition:» Artists for Victory, the National War Poster Competition, and the Hostile Imagination on the United States World War II Home Front. Wiley Online Library, [online]. Available from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jacc.13318>. [Accessed: 7th April 2023].
- WILLKIE, W., 1942, Our Reservoir of World Respect and Hope, *Vital Speeches of the Day*, 9, 36-39.
- WINKLER, A., 1978, *Politics of Propaganda: The Office of War Information 1942-1945*. New Haven: Yale University Press.
- ZIPP, S., 2018, Dilemmas of World-Wide Thinking: Popular Geographies and the Problem of Empire in Wendell Willkie's Search for One World, *Modern American History*, 1, 295-319.

Образ війни в Америці та образ Америки у війні: стратегії візуальної пропаганди США у 1939-1945 роках

У статті досліджено стратегії американської візуальної пропаганди в роки Другої світової війни. Авторка продемонструвала, як методи і форми її реалізації відображали загальні тенденції суспільно-політичного життя США у 1939-1945 рр. Пропагандистські стратегії були спрямовані як на формування образу війни всередині країни, географічно віддаленої від театрів бойових дій, так і на створення практик репрезентації образу Америки у світовому конфлікті. Такий підхід був зумовлений

тим, що питання взаємовідносин США із зовнішнім світом, а в особливості з європейськими країнами, традиційно пов'язували із проблемою самоідентифікації американців, які народилися як нація у боротьбі проти колишньої метрополії. З'ясовано, що успіх воєнної пропаганди був забезпечений інфраструктурою соціальних взаємин у сфері мистецтва, створеною, зокрема, реформами «Нового курсу». Співпрацюючи з державою у 1930-х рр., художники усіляко підкреслювали «американськість» та демократичність мистецтва США, що у роки війни дозволило його вдало інструменталізувати із метою обслуговування ідеологічних потреб. На думку авторки, одним з найбільш демонстративних прикладів є інтерпретація концепції «чотирьох свобод» Ф. Д. Рузвельта у картинах Н. Роквелла, який «переклав» абстрактні висловлювання президента зрозумілою для населення візуальною мовою. Показовими також є кілька проєктів, організовані Музеєм сучасного мистецтва у Нью-Йорку (МоМА), які підтримували Міністерство фінансів та Управлінням громадянської оборони. Серед них – конкурс воєнних плакатів (1941 р.) та виставковий проєкт «Повітряні шляхи до миру: виставка географії майбутнього» (1943 р.) за участі політика В. Вілкі. Через переважне використання радіо і кінематографу в поширенні пропаганди робота МоМА в роки Другої світової війни набувала особливого значення: і митець, і глядач наділялися важливою роллю учасників боротьби за свободи та незалежності країни. У статті показано, як безпосереднє залучення населення у процес (від)творення пропаганди сприяло швидкому прийняттю американцями політичних цілей США у війні та післявоєнному світі.

Ключові слова: Друга світова війна, американське мистецтво, візуальна пропаганда, Музей сучасного мистецтва (МоМА), Ф. Д. Рузвельт, В. Вілкі.

Oleksandra Kotliar, Ph.D. student, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine).

Олександра Котляр, аспірантка, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2653-0443>.

Received: 08-04-2023

Advance Access Published: May, 2023