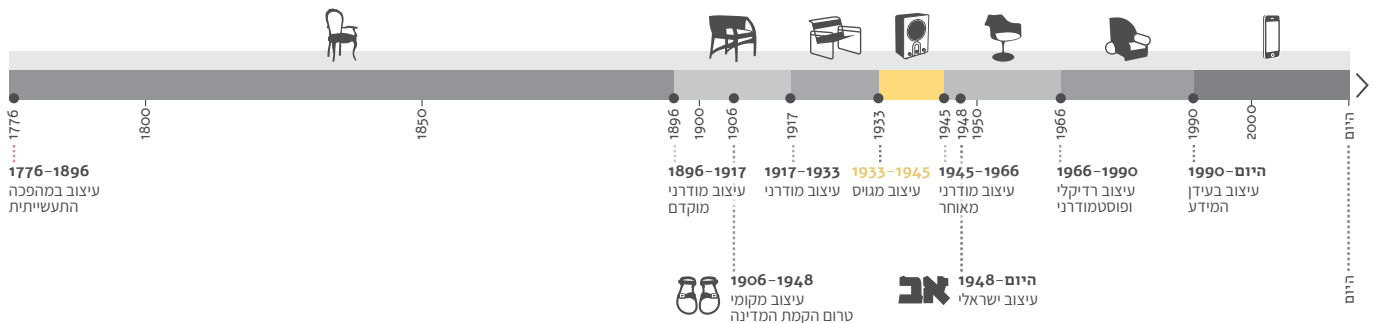


פרק 5: עיצוב מגויס



בשנות העשרים של המאה העשרים החלו להתחזק מפלגות ימין לאומניות ברחבי אירופה, ובתוך כעשור תפסו את השלטון, ביטלו את הדמוקרטיה והנהיגו במקומן משטרים דיקטטוריים אלימים. מנהיגי משטרים אלה הבינו את כוחו של העיצוב ביצירת תמיכה ואהדה לשלטונם בקרב העם. בעידודם ובהדרכתם יצרו המעצבים פולחן אישיות שהציג את הדיקטטור כאדם נעלה ועל-אנושי, שהצדיק את כל פעולותיו והחלטותיו. הם גם עיצבו מוצרים, תערוכות ובניינים שביטאו את אופי המשטר, עוררו דעת קהל חיובית וחזקו את תחושת הזהות לאומית.

פרק זה סוקר את העיצוב באיטליה הפאשיסטית (פרק 5.1), ברוסיה הסטליניסטית (פרק 5.2) ובגרמניה הנאצית של היטלר (פרק 5.3). כחלק מגיבוש הזהות הלאומית המקומית נדחה במשטרים אלה המודרניזם האוניברסלי, האנונימי, השמאלני והסוציאליסטי שהתפתח במהלך שנות העשרים (ראו פרקים 4.1-4.4). במקומו פנה העיצוב שוב לקלאסיקה והתאים אותה לעידן המודרני המתועש. הפרק דן בעיצוב במדינות אלה מתוך השוואה בין הסגנונות שפותחו בהם ובהשפעתם זה על זה, וכן במידת הכפייה שהפעיל המשטר על היוצרים. כמו כן הפרק מראה כיצד השפיעה המלחמה על העיצוב בדמוקרטיה בריטניה וארצות הברית (פרק 5.4), בעלות הברית שנלחמו נגד מדינות הציר. הפרק מראה כיצד גם במדינות הדמוקרטיה העיצוב שימש כאמצעי לגיבוש ולביטוי זהות המשטר והלאומיות.

5.1. העיצוב באיטליה הפאשיסטית

הפרק מציג את האופן שבו הפוטוריזם והנובצ'נטו התגייסו לתמיכה במשטר הפאשיסטי של בניטו מוסוליני, וכיצד הנובצ'נטו התבסס לבסוף כמייצג המשטר.

בשנת 1922 הורכבה באיטליה ממשלה חדשה שכללה את המפלגה הפאשיסטית בראשותו של בניטו מוסוליני (Benito Mussolini). במהלך אותה שנה ארגן מוסוליני צעדות והפגנות תמיכה בו, שגרמו למלך למנותו לראשות ממשלת איטליה עוד באותה שנה. משמונה, ביטל מוסוליני את המשטר הדמוקרטי, ובמקומו השליט משטר טוטליטרי רודני. הוא כינה את עצמו "הדוצ'ה" (הדוכס, באיטלקית: Il Duce), כינוי של שליטי העבר ברפובליקות המלוכניות של איטליה, שנבחרו לתפקיד לכל תקופת חייהם. כדי לשמור על שלטונו המוחלט הפעיל מוסוליני כוח רב בעזרת ארגון "החולצות השחורות" ובעזרת משטרה חשאית, שפעלו נגד מתנגדי המשטר – הקומוניסטים, הסוציאליסטים והאנרכיסטים. בשנת 1928 הוצאו רשמית כל המפלגות אל מחוץ לחוק, בוטלו הבחירות לפרלמנט, והמפלגה הפשיסטית הייתה למפלגה היחידה.

מוסוליני רצה שהאמנות והעיצוב יתמכו במשטר הפאשיסטי, אבל הוא לא יצר מנגנון מוסדי שיכתיב את סגנון העיצוב הראוי לכך או שיפקח ויצנזר ביטויים לא ראויים. מציאת השפה החזותית המתאימה הוטלה אפוא על היוצרים עצמם. בין היוצרים והתיאורטיקנים שנרתמו למשימה ניטשו ויכוחים על הסגנון המתאים. דיונים סוערים התנהלו בין דמויות מפתח משני סגנונות מרכזיים שפעלו באותה תקופה באיטליה: הנובצ'נטו (באיטלקית: Novecento), סגנון שנוצר באותה תקופה ושילב בין העיצוב ברומא העתיקה למודרניזם, והפוטוריזם (באיטלקית: Futurismo), סגנון אוונגרד שהתמקד בהשפעת התיעוש והמיכון על קצב החיים והשפיע על האר-דקו (ראו פרק 4.5).

המניפסט הפוטוריסטי (באיטלקית: Manifesto del Futurismo), שכתב פיליפו תומאזו מארינטי (Filippo Tommaso Emilio Marinetti) ב-1909, היה הבסיס האסתטי של התנועה הפאשיסטית בתחילת דרכה. המניפסט הילל את התנועה המהירה של כלי הרכב ואת הטכנולוגיה כחוויה אסתטית, וקרא להיאבק באלימות בעבר ההיסטורי, ובמוזיאונים ובספריות המציגים אותו, ולהתקדם במהרה לעולם המודרני. אך מבין שני הסגנונות נעשה סגנון הנובצ'נטו (Novecento) הדומיננטי יותר והמקושר יותר עם המשטר הפאשיסטי. את הסגנון קידמה אהובתו של מוסוליני, מרגריטה צרפתי (Margherita Sarfatti), שהייתה מומחית לרומא העתיקה, כתבה מאמרים בנושא וערכה בשמו של מוסוליני את ביטאון המפלגה הפאשיסטית. צרפתי והמצדדים בנובצ'נטו ביקשו להציג את מוסוליני כמקימה מחדש של האימפריה הרומית, שנחרבה במאה החמישית, בעזרת חידושים מודרניים בעיצוב העתיק. יתרה מזאת, השפה החדשה אפשרה להם להציג את מוסוליני כאדם פשוט שעלה לגדולה בזכות כישרונותיו ונחישותו, שלא כמו מנהיגי עבר, שעלו מתוך האצולה ויוצגו בסמלים הרלדיים (של בתי אצולה).

המפלגה הפאשיסטית אימצה סמלים מרומא העתיקה: סמל אחדות העם הרומי, הפסקס (Fasces), שצורתו זמורות הכרוכות יחד סביב גרזן, שימש כלוגו המפלגה; סמל לגיונות הצבא הרומי, "נס הלגיון" (Aquila), שצורתו עיט אווז בפסקס, הוטבע על גבי מטבעות; סמל העיר רומא, פסל הזאבה הקפיטולינית, נשלח לערים שונות בארצות הברית לחיזוק הקשר עם האמריקאים; המוטו SPQR (לטינית: Senatus Populusque Romanus, "הסנאט והעם של רומא"), שהופיע ברומא העתיקה על דגלי הלגיונות הרומאים, על גמלוני מבנים ועל מטבעות, נחקק בהוראת מוסוליני על כמה מבנייני רומא ועל מכסי הביוב. המשטר הפאשיסטי לא הגביל את היוצרים לסגנון אמנותי אחיד, והסמלים השונים – ובמיוחד הפסקס – הופיעו בווריאציות עיצוביות מגוונות, הן לקידום המשטר והן לקידום יצרניות פרטיות מסחריות.

בנוסף לכך התקיים פולחן אישיות בקנה מידה רחב, שנועד להאדיר את דמותו של מוסוליני. בכל מקום ברחבי איטליה – בכרזות, על בניינים, על מטבעות, בפסלים ועוד – הופיעו פניו כשהן מסותתות במבט נחוש, בדומה לעיצוב ראשי המצביאים הרומים, שנדמו לאלים יותר מאשר לבני אדם. אך המוטיבים הרומיים קיבלו "טוויסט" מודרני. דוגמה במשאל העם של שנת 1934 התבקשו האיטלקים להצביע בעד או נגד הנציגים ברשימה הפאשיסטית. זה לא היה משאל עם אמיתי, כי הייתה רק מפלגה אחת ולא היה אפשר להחליף את המתמודדים ברשימה. למרות זאת נעשה מאמץ אדיר לשכנע את המצביעים להצביע בעד. מטה המפלגה הפאשיסטית האיטלקית חופה בחיפוי ענקי ועליו הופיעה בשכפול המילה "כן" (Sì), בפונט סן-סריפי פשוט ומודרני. על גבי החיפוי הוצב תבליט ענקי ומסותת בקווים חזקים של פניו של מוסוליני, המביט מטה אל הרחוב במבט חמור. פתקי ההצבעה עם המילה "כן" היו בצבעי הדגל האיטלקי עם סמל הפסקס, בעוד פתקי ההצבעה עם המילה "לא" היו לבנים. העיצוב המודרני, הישיר, הבוטה והחסכוני העביר למצביעים מסר חד וברור.

בנוסף על פולחן האישיות עוצבו כרזות תמיכה רבות במשטר. בכרזות רבות הופיעו דמויות של אנשים פשוטים בקווים כלליים עם תווי פנים מטושטשים או אחידים. לעיתים קרובות הוצבו הדמויות בשכפול, מה שיצר אפקט של המון אחיד, כמו הזמורות בסמל הפסקס. הדמויות הוצגו כשהן הולכות בנחישות ובגאווה ומביעות תמיכה בפאשיזם. בכרזות אחרות הופיעו הסמלים הרומיים, ובמיוחד הפסקס והעיט, אך לא הייתה להם זיקה לרומא העתיקה – הם עוצבו בדומה לכרזות האר-דקו (ראו פרקים 4.5-4.6), עם מעט טקסט ודימוי אחד. בנוסף, המודרניות של הפונט הסן-סריפי הועצמה בעזרת זוויות דינמיות, והדימוי המאויר בלט בצבעוניותו ושידר כוחניות.

גם באדריכלות ניכרת הזיקה לרומא העתיקה, מתוך כוונה להביא לאיטליה המודרנית את הגאווה ההיסטורית ואת תחושת הלאומיות השבה לגדולתה. הבניינים נבנו מאותם חומרים ששימשו לבניית רומא העתיקה – שיש, טוף געשי ואבן גיר – כדי להקנות להם מראה של גדולה ונצחיות. עם זאת, נעשו שינויים כדי להתאים את הבנייה לרוח המשטר החדש. המבנים של האדריכלות הפאשיסטית כמו נדחסו לתיבות גיאומטריות בעלות קירות ופינות ישרים והיו נטולי עיטורים. נוקשותם ופשטותם העבירו תחושת פחד ויראת כבוד.

דוגמה מופתית לגישה אדריכלית זו היא אזור המגורים והמסחר EUR (באיטלקית, קיצור של: Esposizione Universale Roma), שפירושו היריד הבינלאומי של רומא). בשנת 1935 בחר מוסוליני אזור בדרום רומא שבו רצה שיוקם היריד העולמי של 1942 כחלק מחגיגות עשרים השנים לתחילת המשטר הפאשיסטי. תוכניתו לא יצאה לפועל בגלל מלחמת העולם השנייה, אך כמה מהמבנים נבנו ונשארו עד היום. מבין כולם בולט ארמון התרבות האיטלקית (באיטלקית: The Palazzo della Civiltà Italiana), שאמור היה לאכלס את תערוכת התרבות הרומית. הבניין נראה כקולוסאום מרובע:

הוא בעל מפתחים מקושתים הניצבים זה מעל זה כמו בקולוסאום שברומא, אך צורתו קובייתית וקירותיו ישרים, ומאחר שהמפתחים המקושתים קטנים ביחס לעובי העמודים, והחלונות מוסתרים בעומק הקיר, מתקבל רושם של חללים שחורים פעורים המקנים למבנה חזות קשה ואלימה.

מוסוליני החזיק בשלטון עד 1943, ואז הדיחה אותו המועצה הפאשיסטית העליונה. כשנתיים לאחר מכן, בעת שניסה להימלט לאוסטריה, ירו בו הפרטיזנים והרגו אותו. עם מותו של מוסוליני הגיעו האדריכלות והעיצוב הפאשיסטיים באיטליה לסופם.

נושאים לדין	
• עיצוב בסגנון הנובצ'נטו והשינויים שנעשו כדי להתאים את הבנייה לרוח המשטר החדש; שילוב בין ביטויים אסתטיים היסטוריסטיים לעיצוב עכשווי.	
Giò Ponti and Richard-Ginori – jug, Classical Conversation, Gilt porcelain, c. 1927	דוגמה
The Headquarters of Mussolini's Italian Fascist Party, Rome, 1934	דוגמה
Michele Busiri Vici – Italian Pavilion, New York World's Fair, 1939	דוגמה
• יישומים שונים של סמלי המשטר שהועתקו מרומא העתיקה: סמל הפסקס (Fasces), נס הלגיון (Aquila), פסל הזאבה הקפיטולינית, המוטו SPQR.	
XVIII Kingdom 50 cent Fascist Eagle coin, Italy 1940	דוגמה
• כרזות בסגנון פאשיסטי והשראה מעיצוב בסגנון אר-דקו; שילוב לוגו המפלגה בעיצוב בנושאים שונים.	
Lucio Venna – Fila pencils advertisement poster, 1938	דוגמה

הצעות להרחבה ודין	
• עיצוב החולצות השחורות של מוסוליני.	
• ספרו של גוסטב לה בון, "הפסיכולוגיה של ההמון" (1895).	
• אמנות פוטוריסטית.	

5.2. העיצוב בברית המועצות – ריאליזם סוציאליסטי (1934-1945)

הפרק סוקר את כינונם של הריאליזם הסוציאליסטי בעיצוב ושל הקלסיציזם הסוציאליסטי והבארוק הסטליניסטי באדריכלות כסגנונות שייצגו את ברית המועצות הסטליניסטית.

לאחר מותו של לנין ב-1924 (ראו פרק 4.2) ניטשו מאבקים על מקומו של המנהיג החדש שיעמוד בראש ברית המועצות. בסוף שנות העשרים הצליח יוסיף סטלין (Joseph Stalin) לבסס את מעמדו כיוורש ללנין. הוא המשיך להנהיג במדינה משטר קומוניסטי, אך כשליט יחיד של המדינה. בניגוד ללנין, שחתר למהפכה עולמית, סטלין דגל בלאומנות בדלנית שהוגבלה לברית המועצות. סטלין ביטל את התוכנית הכלכלית של לנין, ובמקומה יצר את תכנית החומש לתיעוש מהיר ולקולקטיביזציה של החקלאות. השינויים שהנהיג עוררו התנגדות מצד הפועלים והחקלאים, אך סטלין הוביל מדיניות תקיפה שכללה רצח מתנגדים, מאסר ועבודות כפייה, שהביאו למותם של בין אחד-עשר מיליון לארבעים מיליון אנשים.

סטלין סבר שלאומנות ולעיצוב חיוביים תהיה השפעה לטובה על אזרחי המדינה. אך הוא סבר שהסגנון הקונסטרוקטיביסטי של ימי לנין (ראו פרק 4.2) לא יכול להשיג מטרה זו, כי הוא מופשט, אליטיסטי ולא ברור להמונים. האוונגרד הקונסטרוקטיביסטי הוקע כבורגני ו"מנון", ובהדרגה פחתה לגיטימיות הסגנון, והאמנים החלו להירדף על ידי המשטר, עד שלבסוף נאסר עליהם לעבוד בסגנון זה. ב-1932 נסגרו כל חברות האדריכלות והעיצוב הפרטיות, ובמקומן הוקמו "איגוד האדריכלים הסובייטים" ו"האקדמיה הסובייטית לאדריכלות", שהיו בפיקוח ממשלתי.

מוסדות אלו קידמו את הריאליזם הסוציאליסטי (Socialist Realism), סגנון שהתפתח בברית המועצות עוד בשנות העשרים. הסגנון האדיר את הערכים הקומוניסטיים באמצעות תיאור חיובי של פועלים וחקלאים בסצנות מחיי היומיום. דמויות הוצגו כאנשים מושלמים, עם גוף בריא, פנים אינטליגנטיות וחיוך חברותי על רקע נוף תעשייתי או חקלאי משגשג. לצד עונג אסתטי שאפו היוצרים להעביר לצופים מסר שכדי להיות בריאים ומאושרים צריך לעבוד. לכן כינה סטלין את האמנים הריאליסטים "מהנדסים של הנשמה" בנאום שנשא ב-1932. למעשה היה הריאליזם הסוציאליסטי יותר אידיאליזם: הוא הציג את המשטר באור חיובי ואופטימי, ואת החיים בברית המועצות כמושלמים.

משנת 1934 הוכרז הריאליזם הסוציאליסטי כסגנון הרשמי, ויוצרים רבים התגייסו מרצונם ליצור בסגנון זה. במקביל החל המשטר לאכוף את הסגנון בכל תחומי היצירה: נאסר להציג אמנות מופשטת, סוריאליסטית, אקספרסיוניסטית וכן דימויים דתיים או ארוטיים. נאסר גם להציג את הקומוניזם באור שלילי או בגישה מורכבת שכללה יופי לצד כיעור. ביטויים חזותיים שליליים היו מותרים רק אם התייחסו למקום ולזמן אחרים.

הריאליזם הסוציאליסטי בא לידי ביטוי בין היתר בפולחן האישיות של סטלין כמנהיג עליון. דיוקנאות הרואיים שלו הוצגו בציוור, בפיסול ובכרזות, בתיאורים נטורליסטיים ולא מחניפים, ששידרו אמינות וכנות. בניגוד לאיטליה הפאשיסטית, שקידשה את דמותו של מוסוליני בנפרד מהעם (ראו פרק 5.1), סטלין הוצג בפגישותיו עם הפועלים והחקלאים או לצד דמויותיהם של גיבורי הקומוניזם לנין (ראו פרק 4.2) ומרקס (ראו פרק 2.2). בכרזות רבות שעוצבו בתקופת שלטונו מופיעות דמויות של חיילים, פועלים, חקלאים ונוער, כשמבטם רגוע, בוטח ונחוש, כמו הפסלים הקלאסיים, והם מאוירים מעט מלמטה, בזווית המעצימה ומאדירה את עמידתם הגאה והזקופה, המראה את חוסנו של העם ואת גאוות הפרולטריון. בניגוד לתקופת לנין, סמל המפלגה הקומוניסטית – פטיש מוצלב עם מגל וכוכב אדום – הופיע על כרזות באופן קבוע, כשמעליו כוכב אדום שסימל את שלטונה של המפלגה הקומוניסטית.

באדריכלות ובעיצוב פנים היה הסגנון הדומיננטי הקלסיציזם הסוציאליסטי (Socialist Classicism). בעוד שבאיטליה הייתה זיקה לעבר הרומי (ראו פרק 5.1), בברית המועצות לא היה מקור היסטורי מתבקש אחד, ולכן האדריכלות נשענה על מודרניזציה של הניאו-קלאסיקה באופן רחב יותר. דוגמה לכך היא הביתן הסובייטי שביריד העולמי של פריז בשנת 1937, בעיצובו של האדריכל בוריס יופן (Boris Iofan). הביתן הורכב מעמודים גבוהים, כמו מקדש קלאסי, אך הם היו בעלי קירות ישרים שיצרו תיבות בדירוג עולה וצר שהעניק למבנה מראה עוצמתי. בראש הבניין הוצב פסל מפלדת אל-חלד מבהיקה של הפסלת ורה מוכינה (Vera Mukhina) ושמו "הפועל ואשת הקולחוז" (The Worker and Kolkhoz Woman). הפסל, שגובהו 24.5 מטר, הציג גבר ואישה מניפים פטיש ומגל בתנועה משותפת קדימה, כאילו טיפסו במעלה הבניין והגיעו לשיא ולניצחון. הביתן הסובייטי ניצב בתערוכה מול הביתן הנאצי (ראו פרק 5.3). שני הביתנים, בעלי האידיאולוגיות המנוגדות, זכו במדליית זהב על העיצוב.

עם סיומה של מלחמת העולם השנייה הגיע הסגנון לשיאו, ובניינים רבים נבנו בגישה זו. דוגמה מופתית היא שבעת גורדי השחקים המכונים "שבע האחיות", שנבנו בשנים 1947-1953, וכוללים מלונות, בנייני דירות, את בניין האוניברסיטה של מוסקבה ועוד. כמו הבית הסובייטי, הם בנויים כתיבות המונחות זו על גבי זו באופן מדורג (מעין "עוגת חתונה"), ומזכירים את בנייני האר-דקו האמריקאיים (ראו פרק 4.6). בתקופה זו היה עיצוב הפנים מקושט מאוד. שלב זה בהתפתחות הסגנון מכונה גם "בארוק סטליניסטי" (Stalinist baroque), אף כי הוא פשוט יותר ופחות מצועצע מהבארוק שאפיין את העיצוב האיטלקי והצרפתי במאות ה-16-18. תחנות הרכבת התחתית של מוסקבה שנבנו בין 1938 ל-1958 עוצבו בגישה זו. התחנות עוטרו בעיטורים ענקיים על גבי הקירות והתקרה, בנברשות ובפמוטים גדולים, בעמודים תומכים מקושטים, בפסלים ובציורים שהוצבו על הקירות ומוסגרו במסגרות עצומות מקושטות ומצופות בזהב.

אחרי מותו של סטלין ב-1953 היה ניקיטה חרושצ'וב (Nikita Khrushchev) למנהיג המפלגה. חרושצ'וב גינה את האיסורים הרבים שהטיל המשטר של קודמו על האמנות והעיצוב, ודחה את הריאליזם הסוציאליסטי, את הקלסיציזם הסוציאליסטי ואת הבארוק הסטליניסטי. אמנים, מעצבים ואדריכלים התחילו להתנסות בכיוונים חדשים, אך השינוי היה איטי מאוד. סופם של הסגנונות נראה רק בשלהי שנות השישים, אך יוצרים רבים פעלו בסגנון הריאליזם הסוציאליסטי עד לפירוק ברית המועצות ב-1991, אז הוסרו לגמרי הגבלות המשטר הקומוניסטי על סגנון.

נושאים לדין
• הריאליזם הסוציאליסטי:
• בעיצוב פולחן האישיות של סטלין.
דוגמה Iraklii Toidze – Under the banner of Lenin, under the leadership of Stalin, forward to the victory of communism! poster, 1949
• בעיצוב דמויות חזקות ומפוסלות, כמסמלות את חוסנו של העם.
דוגמה Glory to those who Defend our Country, 1948 (unknown designer)
• בחינוך הדור הצעיר לאהבת המשטר, לחיים נכונים ולהכרת טכנולוגיות חדשות.
דוגמה V. Lebedev – Yesterday and Today, children book, 1931
• הקלסיציזם הסוציאליסטי באדריכלות.
דוגמה Ivan Taranov and Nadezhda Bykova – Sokolniki metro station, Moscow 1935
• עיצוב הבית הסובייטי בתערוכה העולמית בפריז, 1937: Boris Iofan – World fair pavilion, Paris, 1937 ופסלה של ורה מוכינה: Vera Mukhina – The Worker and Kolkhoz Woman, 1937

הצעות להרחבה ודין
• עיצוב "ארמון הסובייטים" (Palace of Soviets) והתחרות שנערכה בין השנים 1931-1933: Boris Iofan – Soviet pavilion, Paris, 1937

• תערוכת "הישגי המשק העממי" (VDNKh), מוסקבה, 1939.
דוגמה ביתן הגלידה בתערוכה (The Ice-Cream Pavilion, Moscow), בהקבלה לדיסני וורלד
• הקבלה בין עיצוב הפנים בתקופת סטלין לבין הבארוק האיטלקי והצרפתי במאות ה-16-18.
• הקמת איגוד האדריכלים הסובייטים והאקדמיה הסובייטית לאדריכלות, בפיקוח המשטר.

5.3. העיצוב בגרמניה הנאצית

הפרק מציג את מעורבותו של היטלר ביצירת זהות עיצובית למשטר הנאצי, את המעורבות הגבוהה של המשטר בעיצוב מוצרים, את פעילות משרד התעמולה ואת האדריכלות הנאצית.

בשנת 1933 ניצחה המפלגה הנאצית בבחירות, והיטלר מונה לקנצלר גרמניה. בתוך מספר חודשים פירק היטלר את הדמוקרטיה. כל המפלגות למעט המפלגה הנאצית בוטלו, והמשטר הפך לחד-מפלגתי. בראשית 1934 בוטלה האוטונומיה המדינית והשלטונית של מדינות גרמניה, וגרמניה הפכה לאזור אחד, "הרייך השלישי". באותה שנה נפטר הנשיא פאול פון הינדנבורג והיטלר מינה את עצמו לפיהרר (בגרמנית: Führer) – נשיא גרמניה ומפקד הצבא הגרמני. היטלר הנהיג שלטון דיקטטורי שייחודו בחוקי גזע ששללו זכויות אזרח מכל מי שאינו ממוצא ארי. משנת 1938 החל היטלר בסיפוח אוסטריה ובהשתלטות על צ'כוסלובקיה, כחלק ממדיניות הרחבת גבולות המחיה של הרייך השלישי. כשפלש לפולין בספטמבר 1939 נפתחה מלחמת העולם השנייה. במהלך המלחמה נרצחו בשיטתיות מיליוני אנשים, בהם יהודים, צוענים, כהי עור, הומוסקסואלים, נכים ומתנגדי משטר.

מבין הדיקטטורות של התקופה (ראו פרקים 5.1-5.2), העיצוב הלאומני בגרמניה הנאצית היה המובהק והעקבי ביותר, בזכות הקמת גופים ייעודיים שהקפידו על הזהות העיצובית שהכתיב היטלר עצמו. היטלר היה הראשון שזיהה את הפוטנציאל של שימוש בזהות עיצובית בקידום המשטר. בספרו "מיין קאמפף" (Mein Kampf – "מאבקי") שפורסם ב-1925, עיצב את הלוגו שהיה עתיד לשמש בכל הפרסומים הרשמיים של המפלגה: דגל אדום ועליו צלב קרס שחור בתוך עיגול לבן. האדום ייצג לדידו את הסוציאליזם, הלבן את הלאומנות, וצלב הקרס את ניצחון הגזע הארי. הסמל נשמר בקפדנות, תוך שמירה על הפרופורציות המדויקות של רכיביו, בכל הפרסומים של המשטר, וזאת בניגוד לאיטליה הפאשיסטית של מוסוליני ולברית המועצות של סטלין. חשוב לציין שצלב הקרס הופיע בתרבויות שונות לאורך אלפי שנים, ובחלקן סימל מזל טוב. אימוץ הסמל על ידי הנאצים והזוועות שנעשו בשמו שינו את משמעותו.

למרות הגישה המינימליסטית והמודרנית של הלוגו, היטלר היה אמביוולנטי כלפי העיצוב המודרניסטי שפותח בבאוהאוס (ראו פרק 4.3) ויושם באדריכלות הבינלאומית (ראו פרק 4.4) לפני עלייתו לשלטון. בדומה למודרניסטים הוא ראה בטכנולוגיות החדשות דרך הכרחית להצגת קדמה ועליונות טכנולוגית. אך הוא סבר שהביטוי החזותי האוניברסלי פסול, משום שלא הראה את ייחודו של הגזע הארי. יתרה מזאת, המודרניזם הושפע מהקונסטרוקטיביזם הרוסי (ראו פרק 4.2), שייצג את הקומוניזם (בתקופת לנין), מהאויבים האידיאולוגיים הגדולים של הנאצים. לכן אחת מהוראות הראשונות הייתה פירוק בית הספר באוהאוס (ראו פרק 4.3).

כדי לפתח זהות אחידה למשטר הנאצי הקים היטלר את "משרד הרייך לתעמולה ולהשכלת העם" (בגרמנית בקיצור: RMVP), והתעמולן יוזף גבלס (Joseph Goebbels) מונה לעמוד בראשו. המשרד ריכז את השליטה על כל אמצעי התקשורת, התרבות והבידור במדינה, ופעל לצנזר את היצירה בהתאם לאידיאולוגיה הנאצית. המשרד היה אחראי לתעמולה אינטנסיבית שיצרה פולחן אישיות אדיר, ששאב השראה מפולחן האישיות של מוסוליני (ראו פרק 5.1) וסטלין (ראו פרק 5.2). היטלר הוצג על בניינים, בכרזות, בסרטים, על בולי דואר ומטבעות ועוד, כדמות הרואית, אדם שעלה מן העם הפשוט לדרגת אל, מנהיג שגאל את האומה הגרמנית משפל והביא אותה לשגשוג שמגיע לה. בדומה לעיצוב בברית המועצות של סטלין (ראו פרק 5.2), הופיעו בכרזות גם דמויות של אזרחים, חיילים וילדים שהתאפיינו בקווים פיסוליים מוגדרים, ולעיתים אורו מלמטה, בזווית שהעצימה את חוזקן. בשונה מברית המועצות של סטלין ומאיטליה של מוסוליני, וחלק ממגמת דחיית המודרניזם האוניברסלי וה"קומוניסטי", עודד היטלר חזרה לטיפוגרפיה גותית. כך עוצבו וריאציות חדשות לגופנים גותיים שמקורם בגרמניה של ימי הביניים, כגון פרנקטור (Franktur).

גבלס הכיר בפוטנציאל התעמולה ברדיו ובטלוויזיה, אך הטכנולוגיות האלו היו חדשות בגרמניה והמכשירים יקרים. לכן הוא הפנה משאבים לייצור מכשירים זולים וזמינים לציבור הרחב. בשנת 1933 עיצב המעצב הגרמני וולטר מריה קרסטינג (Walter Maria Kersting) את "מקלט העם" (בגרמנית: Volksempfänger), מכשיר פונקציונלי וקל לתפעול במחיר נוח. הרדיו קלט רק תחנות גרמניות ואוסטריות, וכך הבטיח שיגיע לאזרחים רק מידע שהשלטון מעוניין בו. באוגוסט 1939 הושקה ה"טלוויזיה לעם" (בגרמנית: Volksfernseher), שקלטה רק ערוץ אחד, כמו טלוויזיות אחרות באותה תקופה. בעיצוב ובייצור הטלוויזיה השתתפו כמה יצרניות גרמניות מובילות, במטרה לייצר עשרת אלפים יחידות.

אך עם תחילת המלחמה עברו המפעלים לייצור אמצעי לחימה, ולבסוף יוצרו חמישים יחידות בלבד, שהותקנו בבתי חולים צבאיים ובמחלקות ממשלתיות.

בנוסף למשרד התעמולה הוקם גוף ממשלתי גדול לתרבות הפנאי, בשם "כוח דרך הנאה" (בגרמנית, בקיצור: KdF). הגוף הציע שלל פעילויות פנאי במחירים נמוכים לאזרחי המדינה. אחד הפרויקטים השאפתניים והמפורסמים ביותר של הארגון היה עיצוב "מכונית לעם". היטלר יצר סקיצה למכונית בהשראת מודל טי של הנרי פורד (ראו פרק 3.2), וביקש ממהנדס הרכבים פרדיננד פורשה (Ferdinand Porsche) לפתח אותה לרכב זול שיתאים למשפחות פועלים. המכונית יוצרה מ-1938 ונקראה פולקסווגן ("מכונית העם". בגרמנית: Volkswagen). היא יועדה לרכישה בתשלומים שהוחתמו בחוברת מיוחדת. אך עם תחילת המלחמה הוסב המפעל של פורשה לייצור ג'יפים צבאיים, ואף לקוח לא קיבל את המכונית. למרות כישלון הפולקסווגן וה"טלוויזיה לעם", העיצובים המוצלחים והפרסומים השונים נטעו בלבבות האזרחים תחושת גאווה לאומית ואמונה בדרכי המשטר.

בשנת 1934 מינה היטלר את אלברט שפר (Albert Speer) לאדריכל האישי שלו. בהשראת אדריכלות הנובצ'נטו האיטלקית והקלסיציזם הסוציאליסטי הרוסי פיתח שפר שפה חזותית ששילבה בין הקלאסיקה למודרניזם. אך הוא הגדיל את המבנים לממדים לא אנושיים, שגימדו את הפרט והציגו את המדינה ככוח עצום ואינסופי. דוגמה מופתית לכך היא אתר הכינוסים של המפלגה הנאצית (בגרמנית: Reichsparteitagsgelände) בעיר נירנברג. האתר כלל בימת נואמים עצומה ברוחב שלוש מאות ושישים מטר, שעיצובה התבסס על המזבח הדורי שבעיר היוונית העתיקה פרגמון (Pergamon). שפר הגדיל את המזבח מאוד, כדי להראות שכוחה של האימפריה הגרמנית גדול יותר מזה של האימפריה היוונית העתיקה.

שפר עיצב גם את הביתן הנאצי בתערוכה העולמית של פריז בשנת 1937. הוא עיצב אותו כמגדל גבוה של עמודים, הדומים לעמודים בעלי סדר דורי, אך מרובעים ובעלי קווים ישרים שהקנו להם מראה נוקשה ועוצמתי. בלילה הוארו המרווחים שבין העמודים בדרמטיות בזרקורים. בראש המגדל התנוססו נשר וצלב קרס. בחזית הבניין הוצב פסלו של יוזף טורק (Josef Thorak), "חברות" (Comradeship), ובו שני גברים ענקים עירומים, אוחזים ידיים בנוקשות ומביטים קדימה בהחלטיות. הפסלים ניאו-קלאסיים, אך מונומנטליים ומשדרים עוצמה ונוקשות, במקום הנינוחות שאפיינה את הפסלים היווניים. הביתן הוצב מול הביתן של ברית המועצות (ראו פרק 5.2). שני הביתנים, בעלי האידיאלוגיות המנוגדות, זכו במדליית זהב על העיצוב.

לקראת סיום הקרב על ברלין התאבדו היטלר ובת זוגו אווה בראון בבונקר בברלין, גרמניה הנאצית הובסה במלחמת העולם השנייה, והמשטר הנאצי, ואיתו העיצוב הנאצי, הגיע לקצו. רבים מהמבנים עומדים על תלם גם כיום. חלקם משמשים כמעין אנדרטאות לתקופה הנוראה ההיא, וחלקם, כגון המשכן לאמנות במינכן, משמשים כמוזיאונים פעילים וכמרכזי תרבות.

נושאים לדיון
• הקמת ארגון "כוח דרך הנאה" (KdF – Kraft durch Freude): • עיצוב המכונית פולקסווגן (מכונית העם); מעורבותו של היטלר בעיצוב המכונית; הקשר להנרי פורד ולמודל טי: Ferdinand Porsche – KdF-Wagen, later known as Volkswagen ("People's Car") Beetle, 1938 • עיצוב מקלט רדיו לעם (Volksempfänger), והנגדתו לעיצוב מקלטי רדיו קודמים; תעמולת רדיו: Walter Maria Kersting – Volksempfänger ("people's receiver"), 1933 • עיצוב מקלט טלוויזיה אחיד (Volksfernseher). • האדריכל של היטלר, אלברט שפר: השפה הניאו-קלאסית בממדים ובמרחבים עצומים.

דוגמה	Albert Speer – German pavilion, World's Fair, Paris, 1937
•	עיצוב סמלי המשטר: ההיסטוריה של צלב הקרס כמסמל מזל טוב, אימוץ הסמל בידי הנאצים ושינוי המשמעות; עיצוב דגל המפלגה הנאצית על ידי היטלר.
•	טיפוגרפיה: לפני המשטר הנאצי התאפיינה בפונטים סן-סריפיים; לאחר התמנות היטלר לקנצלר הפונט הסן-סריפי מגונה כבולשביקי, והבלקלטר ה"גרמאני" דומיננטי שוב.
דוגמה	Lucian Bernhard – Your money helps you fight! (So hilft dein Geld Dir kämpfen!), 1917
•	כרזות תעמולה:
•	דה-הומניזציה של היהודים:
דוגמה	כרזה לתערוכת "Eternal Jews" משנת 1937.
	Unknown designer – poster for the 'Eternal Jews' exhibition, 1937
•	האלהה של הגזע הארי:
דוגמה	Ludwig Hohlwein – "A New People" cover of the Nazi Party Office of Racial Politics calendar, 1938
•	כרזות פולחן האישיות של היטלר:
דוגמה	Unknown – Election poster with a head shot of Adolf Hitler taken by Heinrich Hoffmann, 1932.

הצעות להרחבה ודין	
•	עטיפת המהדורה הראשונה של הספר "מיין קאמפף" ("מאבקי") מאת אדולף היטלר, 1925.
•	תערוכת "אמנות מנוונת" (בגרמנית: Entartete Kunst), 1937.
•	ואלטר הק (Walter Heck) וקרל דיביטש (Karl Diebitsch), מעצבי חברת הוגו בוס (Boss Hugo) – עיצוב החולצות החומות של פלוגות הסער הנאציות (SA) ומדי האס-אס השחורים.
•	המעצב ג'ון הרצפלד כמתנגד לנאציזם.
דוגמה	John Heartfield (Helmut Herzfeld) – Adolf, The Superman: Swallows Gold and Spouts Rubbish, 1932

5.4. העיצוב בבריטניה ובארצות הברית – בעלות הברית במלחמת העולם השנייה

הפרק דן בהתגייסות העיצוב לתמיכה במשטרים הדמוקרטיים של בריטניה וארצות הברית, שהיו בעלות הברית בתקופת המלחמה.

עם פלישת גרמניה הנאצית לפולין בספטמבר 1939 כרתו מספר מדינות, ובהן בריטניה וצרפת, ברית צבאית משותפת נגד מדינות הציר – גרמניה, איטליה, יפן ומדינות נוספות. ביוני 1941 הצטרפה אליהן ברית המועצות בראשותו של סטלין (ראו פרק 5.2), ואחרי המתקפה היפנית על פרל הארבור, בדצמבר 1941, הצטרפה גם ארצות הברית. המדינות התחייבו להקדיש את כל משאביהן ללחימה במדינות הציר ולא לערוך איתן הסכמי שלום נפרדים.

המלחמה השפיעה על העיצוב גם במדינות הדמוקרטיות מבין מדינות הברית. השפע שאפיין את התקופה שבין שתי מלחמות העולם נעצר בבת אחת. הורגש מחסור בחומרי גלם, כי הם שימשו את הצבא לייצור אמצעי לחימה, וכן בפועלים במפעלי הייצור, משום שעובדים רבים התגייסו ללחימה. המחסור והמצוקה הובילו מדינות שונות להגביל את ייצור הטובין. המחסור הורגש במיוחד בבעלות הברית האירופאיות. הן ספגו הפצצות של חיל האוויר הגרמני, מה שהוביל לאובדן בתים ורכוש פרטי ובעקבות זאת לעלייה בביקוש לרהיטים חדשים וזולים.

בבריטניה הוקם בשנת 1942 גוף ממשלתי בשם "הוועדה המייעצת לעיצוב המוצר" (Utility Furniture Advisory Committee) כדי לספק מענה למצוקת הריהוט. על הוועדה הוטלה האחריות להבטיח שהמשאבים המעטים הקיימים ינוצלו באופן מיטבי – במיוחד עץ, כי בעתות שלום יובא העץ ממדינות אחרות, ובזמן המלחמה פסק הייבוא כמעט כליל. הוועדה הייתה אחראית למוצרים בכל השלבים: מהרגולציה על ספקי העץ, דרך סגנון הרהיטים וניהול הייצור במפעלים ועד להנחיית הצריכה. הרהיטים שעוצבו במסגרת פעילותה יוצרו ב-700 מפעלים ברחבי המדינה, באיכות משתנה בהתאם למפעל המייצר. בצורתם הכללית הזכירו הרהיטים את רהיטי הארטס אנד קראפטס (ראו פרק 2.2), אך הם יוצרו בייצור תעשייתי, והפגינו פשטות, תכליתיות חמורה, דלות והיעדר עיטורים. ההגבלות הממשלתיות כפו על הציבור לקנות רק את הרהיטים האלה, שהושמו בקיצוב לכל אורך המלחמה, וקנייתם הוגבלה לזוגות צעירים ולמי שביתם אבד בשל ההפצצות.

הרהיטים הוצגו בתערוכת הריהוט התכליתי (Utility Furniture Exhibition) שנפתחה ב-1942. בתערוכה עוצבו חללי מגורים שהציגו לקהל איך צריך להיראות הבית החסכוני של תקופת המלחמה. עיצובם היה שונה בתכלית מהעיצוב האנגלי המסורתי: הקירות היו חשופים וללא טפטים, שולחן האוכל ללא מפה, וכלי האוכל היו לבנים וללא עיטורים. החסכנות החמורה שיקפה את אורח החיים הסגפני והמודרני שהוועדה המייעצת רצתה שהציבור יסגל. וכך, בשל אילוצי המלחמה, נכנס העיצוב הפונקציונלי, החסכוני והתעשייתי לבתיהם של תושבי בריטניה.

חסכנות ושמרנות הוכתבו גם בתחום האופנה. באמצע 1941 הנהיגה לשכת המסחר רגולציה בחומרי הגלם לייצור בגדים כגון צמר, עור, כותנה וכדומה. המפעלים הונחו לייצר בגדים תכליתיים (Utility clothing), בהיקף של כ-85 אחוזים מכלל הייצור. משרד המסחר שכר את טובי המעצבים האנגלים כדי לעצב קולקציה לדוגמה. הבגדים שעוצבו היו פשוטים, פרקטיים ונטולי עיטורים, מבד באיכות בסיסית אך טובה. חלקם הזכירו את מדי הצבא – בכיסיהם שבאזור החזה ובחגורות בגובה המותניים. מטרת הממשל הייתה לאפשר לבני המעמדות הנמוכים לקנות בגדים בתקופת מחסור, וכן למנוע מהקונים האמידים יותר מבחר שיעודד אותם לרכוש מעבר לצרכים הבסיסיים ביותר. לבגדים הוספה התגית "CC41", והוטלה עליהם מגבלת מחיר.

המלחמה הסתיימה ב-1945, אך המחסור בבריטניה נמשך. ב-1946 פתחה הוועדה המייעצת במוזיאון ויקטוריה ואלברט (Victoria & Albert Museum) תערוכת עיצוב ששמה "בריטניה יכולה לעשות את זה" (Britain Can Make It). בשמה של התערוכה טמון כפל משמעות: הוא העיד על כוונת האוצרים לסייע לבריטניה להתאושש מהמלחמה, וכן להדגיש את הייצור המקומי תוצרת בריטניה. בתערוכה הורחב מעט היצע הרהיטים, והוצגו שלוש קולקציות של רהיטים. אך הנוקשות החסכוניות עמדה בניגוד לטעם האהוב על הציבור הרחב לפני המלחמה ולעושר שאפיין את התקופה ההיא. הציבור השתוקק לרהיטים מעוטרים, והחסכנות שנכפתה העידה על מחסור מתמשך.

חוקי הוועדה לגבי העיצוב הוקלו משנת 1948, ובהתאמה גדל מגוון הרהיטים. בנוסף, המעצבים הבריטים החלו לחקות את העיצוב הסקנדינבי (ראו פרק 6.2). הסקנדינבים היו מומחים ברהיטי עץ, שהיה החומר העיקרי ששימש לרהיטים

במדינות אלו, והריהוט הסקנדינבי היה אמנם חסכני למדי ונעדר קישוטים, אבל המוצרים עוצבו בחן רב. בשנת 1952 הופסקה לחלוטין פעילות הוועדה, ובאותה שנה בוטלו גם הגבלות הצנע על רהיטים.

השינוי בעיצוב הורגש בבריטניה בתחומי עיצוב נוספים. מכשיר הרדיו היה באותה תקופה הדרך העיקרית של האזרחים להתעדכן במה שקורה בחזית המלחמה ובעורף. אך כשפרצה המלחמה ב-1939 הקדישו יצרני הרדיו בבריטניה את משאביהם לייצור ציוד רדיו שיועד לצבא. כתוצאה מכך הורגש מחסור ברכיבים לייצור רדיו אזרחי ובטכנאי רדיו שיתקנו מכשירים אזרחיים, שכן רבים מהם התגייסו לצבא. כדי להתגבר על המחסור הורה הממשל הבריטי לארבעים יצרניות לייצר מכשיר רדיו סטנדרטי וזול, המכיל כמה שפחות רכיבים. המכשיר שעוצב נקרא "רדיו שירות" (Utility Radio), והוא יוצר בחברות השונות באופן זהה. המכשיר הוגבל לקליטת גלי רדיו בינוניים, כך שנקלטו בו רק תחנות ה-BBC. רדיו זה נמכר בהיקף של כ-175 אלף יחידות, ומחירו היה נמוך. למרות הדמיון למכשיר "מקלט העם" הגרמני (ראו פרק 5.1), בגרמניה עוצבו מספר וריאציות של רדיו במחיר זול, ומכשירים יקרים יותר היו קיימים בשוק לטובת בעלי היכולת. עם זאת, המכשיר האנגלי היה היחיד שהוצע לרכישה בתקופת המלחמה.

לעומת בריטניה, כשארצות הברית נכנסה למלחמה, לא חל שינוי של ממש בעיצוב האזרחי, ולא הומצאו סגנונות או גישות חדשות לעיצוב. פרט למתקפה על פרל הארבור (Pearl Harbour) המלחמה לא התרחשה על אדמת ארצות הברית, ולכן יכלו האזרחים האמריקאים להמשיך בחיים רגילים יחסית, ואף לקיים את התערוכה העולמית של ניו יורק ב-1939 (ראו פרק 4.7). למלחמה הייתה גם השפעה מיטיבה על הכלכלה האמריקאית, שעוד ניכרו בה סימני השפל הכלכלי הגדול. האמריקאים הפנו את מרב מאמצי התיעוש והמשאבים כדי לייצר אמצעי לחימה. הייצור המוגבר החזיר את המפעלים לפעילות, והוא זה שהוציא לבסוף את הכלכלה האמריקאית מהמשבר הכלכלי. עם זאת, נאסר לייצר מכשירי רדיו וטלוויזיות בארצות הברית במהלך המלחמה.

השינוי העיקרי שהורגש בארצות הברית היה בתפוצה אדירה של כרזות תעמולה שעוצבו כדי לעודד את האוכלוסייה האזרחית וכדי לרתום אותה למאמץ המלחמתי. הכרזות עודדו את התגייסות הגברים לצבא ואת תמיכת העורף בחיילים שבחזית, הן עודדו קניית איגרות מלחמה (War Bonds), הזכירו לא לשוחח על עניינים צבאיים מחשש להאזנות, חינכו לחיסכון בכסף ובמזון, וכן הציגו את רשעות האויב בקריקטורות מאיימות.

הכרזות הובילו גם לשינוי בתפקיד האישה. בעקבות הגיוס המסיבי לצבא נוצר מחסור בידיים עובדות במפעלים שייצרו אמצעי לחימה. כדי לעודד עבודת נשים יזם הממשל הפדרלי מסע תעמולה שכוון בעיקר אל עקרות הבית, ובמסגרתו עוצבו כרזות שקראו לנשים לעבוד בבנייה או במפעלים לייצור פצצות, טנקים, ספינות ומטוסים. הנשים הופיעו בכרזות ובעיתונות לבושות בבגדי עבודה "גבריים", כשהן מרתכות, ממסמרות וקודחות. ב-1942 יצא שיר בשם "רוזי הממסמרת" (Rosie the Riveter) שהיה ללהיט ברחבי המדינה, והדמות הפכה לאייקון שהופיע בכרזות, בשיר פופולרי, בסיפורים ברדיו ואף בסרט הוליוודי באותו שם שיצא לאקרנים ב-1944. במאי 1943 הופיעה דמותה של רוזי הממסמרת באיורו של המאייר האמריקאי נורמן רוקוול (Norman Rockwell) על עטיפת גיליון ה"סאטרדיי איבנינג פוסט" (The Saturday Evening Post). רוזי השירית מוצגת בזמן הפסקת אוכל כשהיא אוכלת כריך, מכונת המסמור על רגליה, היא רומסת ברגליה את ספרו של היטלר, "מיין קאמפף", ודגל ארצות הברית מתנוסס מאחוריה.

גם חברות פרטיות השתמשו במוטיב האישה החזקה. הכרזה "אנחנו יכולות לעשות את זה!" (We Can Do It!) בעיצובו של ג'יי הווארד מילר (J. Howard Miller) פורסמה בפברואר 1943 בחברת מוצרי החשמל וסטינגהאוס (Westinghouse). הכרזה פנתה לנשים שעבדו בחברה כדי לעודד אותן לעבוד קשה ומהר יותר. היא הוצגה בחברה לשבועיים בלבד, אך נהייתה ברבות הימים למפורסמת מבין הכרזות המייצגות את התקופה. התעמולה כוננה את עבודת הנשים כפעולה פטריוטית, ונשים רבות הצטרפו לראשונה למעגל העבודה. בשנים 1940-1944 גדל מספר הנשים בשוק העבודה ב-57%, והגיע ל-20 מיליון.

נושאים לדין
• באנגליה:
• הקמת הוועדה המייעצת לעיצוב המוצר (Utility Furniture Advisory Committee) והפיקוח החמור על העיצוב עד 1948; הדמיון לסגנון הארטס אנד קראפטס אך בייצור תעשייתי; עיצוב חללי מגורים על ידי הוועדה המייעצת לעיצוב המוצר.
דוגמה בתערוכת Utility Furniture Exhibition, 1942
• עיצוב אופנה תכליתי: בגדי CC41.
• תערוכת "בריטניה יכולה לעשות את זה" (Britain Can Make Exhibition), במוזיאון ויקטוריה ואלברט, לונדון, 1946.
• כרזות המעודדות התגייסות למלחמה.
דוגמה Pat Keely – We Beat 'em before. We will Beat 'em again, 1940's
• כרזות המעודדות קניית איגרות מלחמה (War Bonds).
דוגמה Let's Make him "Heil" with both Hands! Buy Bonds poster, 1942 (unknown designer)
• כרזות הקוראות לשתיקה מחשש להאזנות.
דוגמה Charles J. Noke – Talk Less. You Never Know poster, 1940's
• כרזות המעודדות גיוס נשים למפעלי ייצור אמצעי לחימה.
דוגמה Philip Zec, Women of Britain – Come into the Factories, 1941
• כרזות המעודדות חיסכון.
דוגמה HM Bateman – Save Fuel for Battle, for the Ministry of Fuel and Power, 1942
• כרזות המציגות את רשעות האויב.
דוגמה Utility Furniture-ה, קטלוג Abram Games, This Child Found a "Blind", 1943
• בארצות הברית:
• כרזות המעודדות התגייסות למלחמה.
דוגמה U.S. Office of War Information – Americans will always Fight for Liberty, 1943
• כרזות המעודדות קניית איגרות מלחמה (War Bonds).
דוגמה United States Department of the Treasury – Keep us Flying, Buy War Bonds, 1943

• כרזות הקוראות לשתיקה מחשש להאזנות.
דוגמה Office for Emergency Management – Enemy Ears are Listening, 1942
• כרזות המעודדות חיסכון.
דוגמה U.S. Office of War Information – Set it Up – Wear it Out – Make it Do, 1943
• כרזות המעודדות גיוס נשים לצבא ארצות הברית.
דוגמה Bradshaw Crandell – Are you a Girl with Star-Spangled Heart, Join the WAC Now. Thousands of Army Jobs Need Filling! Women's Army Corp. for the Recruiting Publicity Bureau of the United States Army, c. 1943
• דמותה של "רוזי הממסמרת" (Rosie the Riveter):
דוגמה Norman Rockwell – Saturday Evening Post cover featuring Rosie the Riveter, 1943
הצעות להרחבה ודין
• ספרו של אדוארד ברני (Edward Bernay), "תעמולה" (Propaganda), משנת 1928.