



图1：节约剩油，带给供应商，集中造战争炸弹。



图2：节约食用油，支持造炸弹。

## 墙壁上的“武器”

——第二次世界大战期间美国宣传海报

文：思馨

时值反法西斯战争胜利 70 周年，细细品味中国盟国——美国的战争宣传海报，是一件很有意义的事。作为特殊时期的宣传品，除了在当时被誉为墙壁上的“武器”发挥着凝聚人心、激发斗志和解释政策等卓绝作用外，其独特的艺术性也吸引了藏家的目光。

上世纪 80 年代，收藏家徐建国先生从上海出发到美国专业艺术学府求学。谈及他为何会关注海报收藏，还要回溯小时候的一段记忆：在他有模糊记忆开始的 5 岁左右，徐建国经常听到父母讲抗日战争的往事，其中如何躲避日寇的追杀是父辈们讲得最多的故事。父母经常说起日本占领上海的往事。当时日本鬼子冲入浦东吴淞拿着刺刀到村口，妈妈就把他的阿姨藏起来。占领后公共租界由于封锁没有粮食，当时就

有国人冲破封锁到农村找粮食，也有回来过封锁时被枪杀的。因此，说到二战，徐建国记忆深处的那段就会生动地呈现在眼前，幼小心灵对战争的恐惧和渴望更多地了解这场战争的双重情绪一直伴随着他。

到纽约后，各种有关二战的海报展览给徐建国以震撼。他开始关注、收藏与二战有关的艺术藏品，而二战的零星海报，当时价格还不是很贵。印象深刻的是，之前他认为美国很富有，在二战中有使不完的飞机大炮和各种轻型武器。看到海报上号召让民众要将吃剩的油收集起来，集中到卖油的地方，为制造战争需要的武器提供原料。（见图 1、图 2）徐建国看了这张海报，认识到战争和每个人的日常生活息息相关。后来，无论是在纽约小型的古董店或拍卖的场合，只



图3：节约用油守则。



图4：团结就是力量。



图5：他是朋友（将中国放在第一个）。



图6：不要受敌人宣传的影响。

要看到自己没有收藏过的美国二战海报，他都会不惜重金收到手。

目前徐建国先生所收藏的 120 多幅第二次世界大战期间美国宣传海报，偶得于一场 2014 年的美国拍卖会。委托拍卖进行出售的是一位女医生 (Lida Orzeck)，上世纪 70 年代，她在家里的地下室发现了她父亲 (David Orzeck)，一位来自布鲁克林的普通医生，毕生精心收藏的 750 多张复古海报，时间跨越了第一、二次世界大战，被发现时这些精美的海报处于非常完好的保存状态，收藏者细心地将它们分别归类，使用牛皮纸包装好。部分完整海报现只有美国国家档案馆和美国国会图书馆收藏。

徐建国先生收藏的这一批海报涵盖了当时最有

影响力，最具艺术风格的系列海报，不仅从艺术审美角度提供一隅窥看海报艺术发展历程，同时系统性地展示了当时背景下的美国社会文化和风俗，见证记录了一个特殊时代的历史。

这批美国二战海报的内容，集中在以下几个方面：

首先，大部分海报内容宣传二战是每个人的战争，是反法西斯的正义的战争。希望老百姓人人动员起来，消除种族歧视、团结一心，共同对付敌人，积极投身战争。（图 4）海报宣传谁是盟军（图 5），谁是敌人，特别提出不要受敌人宣传的影响。（图 6）

其次，相当部分海报内容是号召老百姓如何从小事做起，支持二战。如提出不要浪费物资，自己种



图7:自己动手,丰衣足食。

地丰衣足食,为国家减轻负担。(图7)动员老百姓购买战争代理券。(图8)其中有一幅画很有意思:有一位女士在掏男士钱包的时候,躺在床上的男士还不忘叮嘱一句:“拿了钱,不要忘记购买战争代理券。”(图9)也可看出战争经费缺乏时的全民动员。有几幅也很感人:如(图10)一个失去丈夫的妻子和孩子,画外音:我贡献出了一个男人,你可以购买战争代理券吗?让人怦然心动。这种全民的动员还体现在大人孩子都被赋予了责任。(图11)中呼吁大家买战争邮票,画面上稚嫩的孩子通过购买这种邮票也为战争作出了大的贡献。

另外,也直接动员有能力的群体参与到一线的

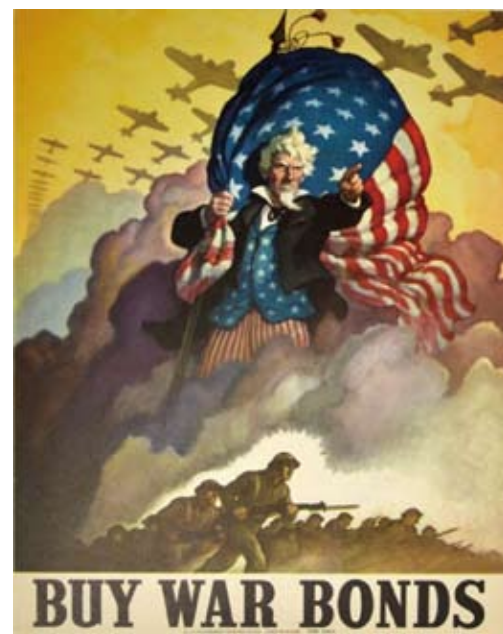


图8:购买战争代理券。



图9:要确信花10%买战争代理券。

战争中去。如(图12)号召女性加入护士行列。

当然,基于战争的残酷性,海报中有很多是告诫人们在特殊战争时期要严格禁止做的事:比如说不要在公共场合谈论军人和军队的事,严重的泄密甚至会让士兵牺牲生命。其中有一张海报就是由于其独特的构思设计曾获得设计大奖(图13):海报使用夸张的手法,设计了由纳粹颁发给随口无心之说而泄密者勋章。很直观形象,有震撼力。

战争海报是一种特殊的艺术表现形式。可以从上面几类美国二战海报的欣赏中刊出,它在当时传播手段相对单一的战争时期起到了不可估量的作用。即使现在的人们看来也有很强的震撼宣传的效果。



图10:我奉献了一个男人,你可以购买不低于你收入10%的战争代理券吗?



图12:欢迎加入护士队伍,你的祖国需要你!

海报又译成招贴画[poster],是一种重要的视觉传达艺术,在其伴随历史发展的过程中,形成了丰富的视觉语言和表现形式,往往个性鲜明而且具备独特的风格,起到独特的视觉宣传功能。设计师们结合战争的特殊需求,配合不同的文化背景,通过开拓的思想和个性化的创意以及独特的艺术手段,很好地解决了战争信息的传递。

较之于其他艺术品的收藏,战争海报的藏品有诸多特点:首先,它的所有成品的展现一定是直观易懂、一目了然的;其次,设计理念是一定要第一眼就抓住观众的眼球。因此,海报很明显地,都给观众带



图11:小孩可以有更大贡献。



图13:勋章:由纳粹颁发给由于随便讲话造成泄密者。

来深刻的印象,进而影响到人们的心理和情感导向。设计中的很多素材就是来源于战争,透过构图(如图3)用纯文字,(图10)用黑白真人照片,(图1)强调透视,用覆盖着盟军国旗的武器等制造出了先声夺人的效果。

上世纪美国二战招贴画随着年代的久远,数量的日减,日益成为藏家关注的品类。近来在各种拍卖会上成交的价格也日趋走强。

抗日战争胜利70周年的今天,重温二战盟军的美国的招贴画,更能品出其中的不易和艰辛。警醒我们要和平,不要战争。

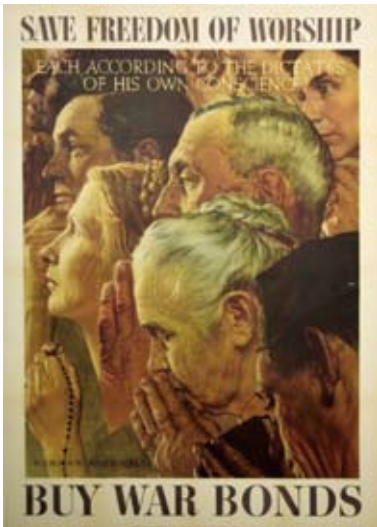
# 多元艺术风格的二战海报

文：徐蕴

1941年12月7日，日军偷袭美国珍珠港，太平洋战争爆发，美国正式被卷入第二次世界大战。1942年6月，美国政府成立战争情报局（Office of War Information），情报局成立的任务之一即是通过各种宣传运动来鼓舞激励美国人民团结一致，大力支持政府和军队，为这场以保卫和平和自由之战做出贡献。海报、广播、新闻短片和电影成为了当时主要的宣传手段。尤其是海报这一平面媒体，成为了当时传播力最广泛的宣传媒介。海报独具冲击力的图像配合简洁明了的宣传语，创作出一目了然的视觉效果，适合在各类公共场所张贴，如学校、医院、剧院、影院、商厦等。二战时期美国政府大力组织宣传运动的主要目的是鼓励国民资助政府和军队，团结大众为战争做出贡献，消除各种异议，节约资源能源，鼓励工厂大量生产武器等。因此在宣传海报中，经常会看到有关战争债券（war bonds），情报保密（consequence of careless talk），节约食物能源，提高民防意识，胜利回家，“女性力量”和反德日两国的题材。美国政府大批印刷宣传海报，其意义与大量生产子弹一样，这不仅是武力的战斗同时也是一场考验心灵和意志的战争，而胜利的最终关键在于人民的支持。在政府的大力推广和支持下，战争情报局招纳了当时活跃于各知名报刊杂志的插画家和艺术家来创作宣传海报，具有不同艺术风格的艺术家所创作的海报大相径庭，呈现出当时美国丰富多元的艺术风貌。



免于匮乏的自由-信仰自由。



## 诺尔曼·罗克威尔－“四大自由”

“四大自由”由美国知名画家、插画家诺尔曼·罗克威尔（Norman Rockwell）根据美国罗斯福总统发表的全球人权演说所创作。“人有四种自由，分别是言论自由、信仰自由、免于匮乏的自由、免于恐惧的自由。”系列画作在1943年由《星期六晚报》出版，美国财政部随后在16个城市中举行原画作的巡回展，以推销美国战争债券（War Bonds）。罗克威尔曾被《纽约时报》誉为“本世纪最受欢迎的艺术家”，并于1977年以其独树一帜的“描绘国家人物风土”画风获得了“总统自由奖章”（Presidential Medal of Freedom）。



零星的随意谈论都会被敌人拼合起来——今晚护航队启程英国。

## 本·沙恩

本·沙恩（Ben Shahn）生于立陶宛，父母犹太人，1906年全家移民美国，经历过第一、二次世界大战和全球经济大萧条等社会动荡时期，美国著名的写实派画家之一，摄影家、壁画家及平面海报设计师。1942-1943年沙恩工作于美国战争情报局。相比其他强调爱国主义内容的宣传海报，沙恩创作的海报运用紧张强烈的图像和叙述性文字来加强视觉冲击，注重凸显出战争的残忍和人们的苦难。这一创作风格在当时亦有争议，最终政府发布了以下两张海报：



“把我们从邪恶中拯救出来”——购买战争债券。



我们，法国工人，告诫你们：战败意味着奴役，饥饿和死亡……



花10%薪资来购买战争债券。——这也是我的战役！

## 战争艺术 & 商业广告

美国战争情报局内部对海报的设计风格最后分为两种，以报刊艺术总监和编辑为首的团队倾向于结合当代艺术与象征主义表现手法来创作整体图像以达到宣传战争目标的作用，他们把海报设计作为一种“战争艺术”（war art）。而重新招入的广告媒体人则把海报风格偏向于商业广告设计。1943年，广告设计风格更占上风，“战争艺术”最终被替代，从那时起，宣传海报风格有了明显转变，开始更接近于广告插图。然而对海报收藏来说，这两种不同理念的碰撞创作出不拘一格具有更广泛艺术语言的宣传海报，记录了一个时代的历史。

## 人物肖像海报

另一种具有代表性的宣传海报风格即使用人物照片或绘画人文肖像配以文字说明这一形式。相比其他海报风格，这类海报表现手法成功地把战争中的每一个个体具体化形象化，他们化身为前方英勇奋战的士兵，在家等待丈夫归来的妻子兼母亲，因爸爸要去打仗而号啕大哭的可爱宝宝，身边普通的男人和女人，这些形象的塑造直接拉近了普通老百姓与战争的联系，海报变得更有说服力和感染力，这也正是政府所想传达发扬激励每个人的爱国主义精神。题材涵盖购买战争债券，鼓舞“女性力量”，人民团结一致等。