

Олена Донець,
мол. наук. співроб. НБУВ

**ВІДЗЕРКАЛЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЦЕСІВ
В УКРАЇНСЬКОМУ ДРУКОВАНОМУ ПЛАКАТІ ЧАСІВ ПЕРЕБУДОВИ
(за зібранням НБУВ)**

У статті йдеться про докорінні зміни у розвитку й функціонуванні українського друкованого плаката, що відбулися під впливом певних соціокультурних умов у період з другої половини 1980-х до початку 1990-х рр. XX століття. Розглядається тематика плаката та його художньо-стилістичні особливості, названі обставини, що спричинили зникнення з обігу масового друкованого плаката й появу концептуального авторського плаката, який цілком перейшов до сфери графічного дизайну.

Ключові слова: український радянський плакат, період перебудови, концептуальний авторський плакат.

Мистецтво українського радянського плаката ніколи не стояло осторонь державної ідеології та політики. На цьому неодноразово наголошували у своїх роботах українські та зарубіжні дослідники: Л. Владич, Н. Бабуріна, О. Шклярчук та ін. Адже сам плакат як найінформативніший вид прикладної графіки виник «за потребою дня» і завжди віддзеркалював найактуальніші проблеми сьогодення, пропагував, декларував, просував, рекламував. Втім, плакат не лише бере участь у маніпулюванні громадською думкою поряд з іншими засобами масової інформації, а й за допомогою візуальних художніх образів фіксує соціальні та культурні зміни у суспільному житті. Саме в цьому й полягає його бзаперечна історична вагомість і першоджерельна цінність. Стосовно українського радянського плакату принагідно зазначимо, що його суцільна політико-ідеологічна спрямованість не завадила художникам-плакатистам створювати досконалі за художньою формою і змістом твори. Політична заангажованість цього виду мистецтва, як слушно зазначає у своїй статті «Територія плаката» художник-графік, скульптор і дослідниця плакатного мистецтва Ірина Вештак-Остроменська¹, «змивається часом, і залишається тільки графічний лист, в якому збережена пластична стилістика моменту, талант

¹ І. Вештак-Остроменська. Територія плаката // «Галерея». – 2000. – № 3–4. – С. 26–27.

ISSN 2224-9516 Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2012. Вип. 34
чи невміння творця. Ці матеріальні свідчення історії були зроблені художниками, а значить не тільки їхніми руками, а й душою». Адже тільки в мистецтві плаката гра візуального і вербального та їхнє гармонійне поєднання відбувається на високому інтелектуальному рівні: розкуто, лаконічно й оперативно, всебічно розкриваючи талант митця.

На жаль, найінтелектуальніший вид графічного мистецтва – плакат – лишився поза увагою сучасних українських дослідників. Про сучасний стан речей з вивчення українського плаката другої половини XX століття Ірина Вештак-Остроменська зазначає: «На сьогодні реальність така – якщо знайомитися з історією мистецтва України по каталогу «Мистецтво України XX століття», товщиною, що претендує на об'єктивність, в Україні такого виду графіки, як плакат, не існувало. А втім плакат (точніше феномен соціалістичного плаката) цікавий хоча б тим, що це був наймасовіший вихід художників в люди за весь час існування світового мистецтва». Зі свого боку можемо додати, що автори сучасної багатотомної «Історії українського мистецтва» також не приділили належної уваги вивченню цього виду графіки. Зокрема, плакат 1960–1980-х років вважається «масованою, добре спланованою й нестримною атакою на психіку, що провадилась у різноманітних громадських місцях: у закладах, на підприємствах, у транспорті, на вулицях»². Характеристика цього виду мистецтва за два десятиліття викладена в одному абзаці друкованого тексту, хоча автори претендують на «глибокий і всебічний культурологічний і мистецтвознавчий аналіз»³.

Значну частину зібрання Відділу образотворчих мистецтв (близько 1500 од.) складають плакати середини 1980-х – початку 1990-х років – періоду, який увійшов в історію України під назвою «перебудова» і розпочався з квітня 1985 року, коли новим лідером КПРС, генеральним секретарем партії було обрано Михайла Горбачова. Це був переломний момент у суспільно-культурному житті країни, а в мистецтві плаката – час небувалого відродження й разом з тим несправджених сподівань; плідної праці відомих майстрів-плакатистів і залучення талановитої молоді, яку раніше не приваблювала сувора регламентованість цього виду мистецтва.

² Історія українського мистецтва : у 5 т. / НАН України, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ; голов. ред. Г. Скрипник ; наук. ред. Т. Кара-Васильєва. – Т. 5 : Мистецтво XX століття. – К. : [б. в.], 2007. – С. 539–540.

³ Історія українського мистецтва : у 5-тт. / НАН України, Інститут мистецтвознавства фольклористики та етнології ; голов. ред. Г. Скрипник ; наук. ред. Т. Кара-Васильєва. – Т. 5 : Мистецтво XX століття. – К. : [б. в.], 2007. – С. 27.

У зібранні міститься чимало друкованих плакатів відомих українських художників-графіків: Тимофія і Тамари Лящуків, Євгена та Клавдії Кудряшових, Федора Глушука, Олега Терентьєва, Віталія Шості, Олега Векленка, Юрія Мохора, Володимира Вештака, Віктора Бистрякова, Валерія Вітера, Олексія Штанка, Романа Кириченка. А також молодих на той час художників-графіків: Леоніда Берната, Вячеслава Срка, Віктора Пішого, Ігоря Хари й багатьох ін. Отже, кількісний і якісний аналіз змісту фактичного матеріалу дозволяє виокремити ті ідеологічні, соціальні та художні проблеми, що певним чином знайшли своє втілення в українському друкованому плакаті зазначеного періоду, а також прослідкувати історію «перебудови» та специфіку її прояву в Україні. Аналіз форми та змісту плакатів дозволяє виявити ті новотворення, які внесли тогочасні художники-плакатисти в оновлення художньо-графічних традицій українського плаката. Адже на динаміку розвитку плакатного мистецтва, окрім внутрішніх, суто художніх причин, впливають і зовнішні соціокультурні процеси – зміни в політиці, ідеології тощо.

Термін «перебудова» з 1985 по 1988 рр. вживався виключно в контексті поліпшення управління господарським механізмом, інтенсифікації економіки, прискорення науково-технічного прогресу, активізації «людського фактора», «підвищення організованості й дисципліни». Передусім це було пов'язано з тим, що на XXVII з'їзді КПРС 1986 року з програми КПРС було врешті-решт вилучено завдання «побудови основ комунізму» і проголошено курс на «удосконалення соціалізму» та «інтенсифікацію народного господарства». «Час вимагає від кожного комуніста творчості, новаторства, ініціативи» – сповіщає гасло на плакаті художника В. Г. Яланського (К., 1987 р.), виконаного в класичних традиціях радянського агітаційного мистецтва. Розташування основного лозунга в центральній частині аркуша на яскраво-червоному тлі відразу привертає увагу глядача. Портрет Вождя розміщено у лівому верхньому куті – найбільш активній для сприйняття зоні, де зазвичай розміщуються найважливіші за змістом візуальні образи⁴. Під ним – хрестоматійний ленінський вислів «партия – ум, честь и совесть нашей эпохи». Зазначимо, що семантика образу Леніна в українському друкованому плакаті середини 1980 – початку 1990 років лишалася незмінною: він, як і раніше,

⁴ А. Басков. Идеологическое оружие (поэтика и идеология агитплаката). Прикладное исследование семиотики визуальных образов в агитации и пропаганде [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://newideology.ru/teoriya-i-praktika-pr/zakony-kreativa/ideologicheskoe-oruzhie-vizualnaya-ritorika-plakata>

був знаковою фігурою, ідеологічним каталізатором і мірилом нарівні з постаттю Т. Г. Шевченка. Таке трактування образу вождя революції, приміром, бачимо на плакаті Т. Лящука «Думайте, читайте...» (К.: Політвидав України, 1990), в якому художник використав рядки з поеми Т. Г. Шевченка «І мертвим, і живим...». Художник вдався до фотомонтажу: на плакаті – портрет «вождя революції», відкритий том його творів і «знаряддя праці» – олівець. Таким чином, за допомогою незначних, але важливих деталей автор опосередковано, з документальною лаконічністю привернув увагу до вивчення ленінських першоджерел, адже багатьма перебудова сприймалася як повернення до ленінських норм життя, на чому неодноразово наголошував і сам М. Горбачов.

На початку періоду перебудови тематика плакатних гасел та текстів часто не виходила за межі господарсько-виробничих питань. Їхньою характерною ознакою було вживання окличних речень з використанням у цих синтаксичних конструкціях дієслівних форм наказового способу, як це було й у попередні «доперебудовчі» «брежнєвські» десятиліття, коли йшлося про апеляцію до свідомості «простої радянської людини». Але форма звертання була не абстрагованою (до «людини взагалі»), а цілком конкретною: до робітників певних господарських галузей. Як, наприклад, на плакатах художників Юрія Воеводи і Людмили Даценко, що вийшли друком 1986 року накладами від 9000 до 18 000 примірників: «Працівники паливно-енергетичного комплексу! Боріться за виконання енергетичної програми!»; «Працівники легкої промисловості! Прискорюйте оновлення асортименту продукції!»; «Будівельники і монтажники! Будуйте економічно і добротню, на сучасній технічній основі!»; «Металурги! Розширюйте випуск економічної, високоякісної продукції!»; «Трудівники ланів! Активніше впроваджуйте науково обґрунтовану систему землеробства!». Або ж на плакатах художника Миколи Мотузки: «Інженери і техніки, винахідники і раціоналізатори! Примножуйте свій вклад у прискорення науково-технічного прогресу!». Також вживалися форми, що апелювали до свідомості кожного глядача, як на плакаті художника Яланського В. Г.: «А що ти зробив для прискорення науково-технічного прогресу?». Такий прийом є характерним для плакатів кризових та перехідних періодів, коли час вимагає певної концентрації уваги на подіях, що відбуваються, і згуртованості суспільства. Згадаємо, наприклад, англійський плакат першої Світової війни, де командир британської армії лорд Кітченер звертається до глядача і закликає до мобілізації: «Твоя країна потребує тебе!» («Your country need you!»), або ж відомий хрестоматійний плакат Д. Моора «Ты записался добровольцем?».

Та вже з кінця 1980-х рр. стилістика та образне наповнення плакатних текстів почали змінюватися, адже саме поняття «перебудова» трансформувалося у свідомості людей у реконструкцію існуючої системи, внаслідок чого набуло нових значень, стало полісемантичним – суспільство очікувало і навіть вимагало докорінних зрушень в ідеології і політиці згідно з тими принциповими гаслами, що ініціював М. Горбачов: «гласність», «широка демократія», «плюралізм думок», котрі були сприйняті з ентузіазмом насамперед творчою інтелігенцією. Про це свідчать, наприклад, численні плакати-афіші, що інформують про проведення творчих зустрічей та літературних вечорів з сучасними діячами культури – «Перебудова і позиція письменника» (К., 1989 р.), меморіальних літературних вечорів, присвячених творчості В. Симоненка, Остапа Вишні та ін.

У плакатному мистецтві місце позитивно-оптимістичних тем поступово займають нові: СНІД, дітей-сиріт, боротьби з наркотиками, критики тоталітаризму, що було абсолютно неможливим у попередні десятиліття. Усталені теми стають більш гострими, метафоричними за художнім втіленням, значно розширюється діапазон їхнього втручання у тогочасну дійсність. Після довгих років вимушеного мовчання художники врешті-решт отримали змогу вільно доносити, користуючись художніми засобами, неприкрашену буденну правду життя, відчули свою причетність до того, що відбувається в країні, і разом з тим – свою відповідальність перед суспільством. Особливо гостро це виявилось в жанрі соціального плакату, зокрема тема екології набула нового звучання. Плакат став не просто інформувати, агітувати, а й викривати, що у попередні десятиліття було неможливим. Відтепер художник отримав змогу не вдаючись до вигадливих іносказань езопової мови, висловлювати громадянську позицію, як це зробив харківський художник Олег Векленко. 1991 року він став організатором нового художньо-мистецького угруповання – Асоціації дизайнерів-графіків «4-й блок». Головною темою творчості членів асоціації стала моральна відповідальність митця перед загрозою нових техногенних аварій, забруднення довкілля. У зібранні маємо кілька плакатів екологічної тематики О. Векленка: «Нет!» (К.: Политиздат, 1989); «Друзи і піклуйся» (К.: Політвидав України, 1989); «Збережемо» (К.: Політвидав України, 1990). У цих роботах художник не оперує стандартними гаслами, а передає власні почуття, говорить про те, що пережив сам. Адже О. Векленко був серед ліквідаторів чорнобильської аварії і на власному досвіді переконався, як дорого суспільству в цілому і кожній людині зокрема обходиться замовчування кричущої правди. З екологічної трагедії Чорнобильська катастрофа перетворилася на потужний політичний чинник суспільного

життя, підштовхнула до переосмислення існуючих порядків, відкрила очі на стан речей в економіці й політиці СРСР і в Україні зокрема, пробудила усвідомлення національних інтересів, похитнула авторитет СРСР на міжнародній арені. Про це свідчить, наприклад, плакат Володимира Вештака «Welcome to Kiev!» (К. – 1990 р.). Візуальний образ (художнє зображення) контрастує з вербальним (назвою твору). Запрошення англійською до української столиці, вочевидь, розраховане на гостей-іноземців, сприймається як зловіща іронія або «антифразис», коли висловлювання набуває у контексті художнього зображення протилежного значення. На чорному тлі – великими білими літерами написана назва міста. Літера «І» – Лаврська дзвіниця, за якою сполохи охопленого вогнем реактора і знак радіації. Автор скористався одним з прийомів шрифтового плакату – «перевтіленням» графічної форми у художній образ і таким чином надав оптимістичному інформаційному повідомленню «Welcome to Kiev!» трагічного звучання. Це приклад твору, в якому візуальна мова виявилася значно багатшою, ніж вербальна.

Розробляючи екологічну тематику, художники почали звертатися до філософських роздумів про сутність людини, її місце й ролі в екосистемі планети. Тож Перша Київська бієннале плакату 1989 року отримала назву «Екологія культури». Художники-учасники виставки намагалися привернути увагу до болючих проблем українського суспільства, зокрема до відродження і збереження пам'яток національної культури. Так, художник Віталій Шостя у плакаті «І всякий день перед нами – стид наш» (К.: Політвидав України, 1989) висловив власне ставлення до історичного й культурного надбання України, проілюструвавши рядки з поезії Т. Шевченка оселедцями, загорнутими у стародруки. Цій темі присвячений плакат і Валерія Вітера «Втрачаючи минуле – втрачаємо майбутнє» (К., 1989), експонований на пересувній виставці «Т. Г. Шевченко: спадщина і сучасність» (1989 р.). Тема збереження пам'яток і сьогодні є актуальною і потребує філософського осмислення від сучасних митців у нових концептуальних творах.

Знайшла своє втілення в плакаті і антиалкогольна кампанія, проголошена М. Горбачовим під девізом «тверезість – норма життя». Плакат художника Володимира Гридковця «Указ Президії Верховної Ради УРСР «Про заходи по посиленню боротьби проти пияцтва і алкоголізму, викорененню самогонваріння» (К.: Політвидав України, 1985) містить текст указу.

Нового «дихання» в способах творення художнього образу набули на той час і театральні афіші, що зумовлено появою альтернативних театрів

і молодих режисерів, які відійшли від традиційного репертуару й використовували у своїй творчості п'єси українських та російських авторів-постмодерністів, по-новому підходили до постановок відомих класичних творів. Так, приміром, афіша запорізького літературного театру «Апрель-85» презентує резонансну на той час виставу за п'єсою російського поета і драматурга Віктора Коркії «Черный человек, или я, бедный Сосо Джугашвили», в якій порушувалося питання про природу влади та шляхи її досягнення. Афіша Ніжинського драматичного театру ім. М. Коцюбинського інформує про те, що репертуар поповнився одіозною п'єсою автора-постмодерніста Анатолія Дяченка «Вона плюс вона, або мрія ідіотки». Автори цих театральних плакатів якнайкраще справилися зі своїм завданням – вони не тільки привернули увагу глядача до репертуару, а й дотепно анонсували зміст вистав. Плакати-афіші кінця 1980-х – початку 1990-х років, що складають значну частину зібрання, як різновид рекламного плаката мають свої особливості і потребують детального аналізу з розкриття нових тем і образів.

Плакат часів перебудови сучасні російські і зарубіжні дослідники (С. І. Серов ⁵, Н. І. Бабурина, К. Вашик ⁶) цілком справедливо називають «критичним» і «викривальним». Так, плакат «Демократическая фотография: 150 лет фотографии. Первая областная выставка» (1989 р., наклад 50 прим.) наочно демонструє художнє втілення загального тяжіння в суспільстві до нового розуміння «правди»: замість демонстрації яскравих «урапатріотичних» досягнень і парадних портретів передовиків виробництва на плакаті – чорно-біле фото старого з інвалідною милицею на тлі розбитої дороги. В тексті йдеться про те, що в експозиції представлені роботи аматорів і професіоналів, що не проходили попереднього відбору. Тобто організатори наголошують на повній відсутності цензури, що в умовах тогочасної дійсності було певним досягненням, враховуючи досвід попередніх «підцензурних» десятиліть.

Під час перебудови змінився й арсенал найуживаніших художніх засобів. Якщо у попередні роки одним з найулюбленіших прийомів художників-плакатистів була антитеза, коли автори чітко розмежовували поняття «добра» і «зла» (за допомогою таких протиставлень як ворог – друг; мир – війна; соціалізм – капіталізм; чорне – біле та ін.) – тобто глядач був приречений на чіткий і однозначний вибір (як, наприклад, на плакаті

⁵ Серов С. Плакат 90-х в Третьяковке / [КАК] – 2004. – № 4–5. – С. 166–167.

⁶ Клаус Вашик, Нина Бабурина. Реальность утопии. Искусство русского плаката XX века. – М. : Прогресс-Традиция, 2005. – С. 318.

художника В. П. Ручка «Два мира – две политики» (К. : Политиздат Украины, 1987), то в плакаті 1989–1990 років пряма, безпосередня агітація поступово зникає, він починає тяжіти до філософської неоднозначності світосприйняття. Саме тому все частіше плакатні тексти подаються не у формі закличного гасла, а певною тезою, яка спонукає до роздумів, діалогу з «мислячою особистістю – глядачем». Те саме стосується й художнього зображення: на відміну від візуальних стереотипів попередніх років, що передбачали однозначне тлумачення образу, в зазначений період художники вподобали метафорично-абстраговану мову художніх засобів, що містить в собі загадку, інтригу, створює певну інтелектуальну напругу у сприйнятті твору, коли глядач прагне утримати, розвинути побачене на аркуші. Як, наприклад, в плакаті художника Олексія Штанка «Человек человеку...» (К., 1987), де піднімається замовчувана раніше проблема наркоманії. Відомий і активно експлуатований за радянських часів афоризм з «Морального кодексу будівника комунізму» (Матеріали XXII з'їзду КПРС, 1961 р.) «людина людині друг, товариш і брат» тут подається в трактовці першоджерела (давньорим. письм. Плавта з лат. *Homo homini lupus est*) – «людина людині вовк». На плакаті – чорний силует чоловіка з головою вовка, що нишком крадеться з оберемком макових голівок. Автор, використовуючи прийом версифікації (шаради), подає текст за допомогою асоціацій. Напружений контраст фіолетового й чорного посилює драматизм твору.

Відомо, що одним з головних здобутків «гласності» стала ліквідація «білих плям» в історії через повернення дискримінованих імен, літературно-мистецьких творів, наукових праць; оприлюднення замовчуваних та новій інтерпретації вже відомих фактів, розкриття раніше заборонених тем, подоланні стереотипів, осмисленню сучасності через призму історичного досвіду. Для широкого загалу було відкрито спецховища бібліотек і читачі змогли ознайомитися з раніше забороненими творами. Одним із багатьох реабілітованих авторів став український мистецтвознавець Федор Іванович Шміт, який запропонував теорію діалектичної циклічності мистецтва (за вирішенням шести художньо-пластичних проблем – ритму, форми, композиції, руху, світла, простору), яка суперечила марксистському вченню про суспільно-економічні формації, за що його було репресовано, а потім і знищено. Про те, що ім'я видатного історика мистецтва знову виринуло з небуття, свідчить плакат «Федор Шмит и его творчество. Вечер, посвященный теоретику и историку искусства, академику Федору Ивановичу Шмиту (1877–1941)», виконаний художником Валерієм Шкарупою на замовлення Сумського

Зі змісту інших плакатів зібрання дізнаємося про діяльність центральних українських видавництв, що почали випуск заборонених раніше творів діячів української культури, які «підривали існуючий устрій». Наприклад, видавництво художньої літератури «Дніпро» 1990 р. запланувало до випуску твори засудженого до розстрілу за «участь у контрреволюційній організації» письменника Гната Хоткевича (на плакаті повідомлено про випуск його творів у п'яти томах, подано фотопортрет письменника (К., 1990 р.). Також довідуємося, що того ж року мали вийти друком твори Володимира Винниченка (в дванадцяти томах); письменниці Зінаїди Тулуб (в чотирьох томах); журналіста і письменника Бориса Харчука (в чотирьох томах)⁷. Також плакати містять відомості про те, що видавництво «Наукова думка» підготувало до випуску 1990 р. заборонені раніше твори – тритомник Д. І. Яворницького «Історія запорізьких козаків» й «Історію України-Руси» М. С. Грушевського в одинадцяти томах, дванадцяти книгах. Особливу цінність становлять названі плакати з точки зору іконографічних та бібліографічних досліджень, адже кожен з них містить фотопортрет та перелік запланованих до випуску книг.

Перебудовчі процеси в Україні, хоч і збігалися із загальносоюзними, однак мали й свої особливості, серед яких – тривале збереження при владі старої брежнєвської еліти, а з огляду на це – подекуди трапляється інерційна декларація застарілих на той час лозунгів, про що свідчать плакати зібрання ВОМ художників А. О. Гонтаря «Кожна наша п'ятирічка – крок до комунізму» (К.: Політвидав України, 1986) та С. О. Грушенка «Майбутнє належить комунізму» (К.: Політвидав України, 1986).

Незважаючи на спробу подолати «систему», «зверху», як і раніше, продовжують надходити методичні вказівки щодо оформлення червоних куточків в школах, воєнних частинах, на підприємствах. Як ілюстрацію маємо у зібранні стендовий плакат, розрахований на експонування в інтер'єрах відповідних установ. Це плакати переважно двох типів: побудовані з використанням синтезу тексту і карикатури, як наприклад, серія плакатів журналу «Перець» – «На допомогу групам і постам народного контролю та штабам «Комсомольського прожектора», видані чималими накладом (від 8500 до 156 000 пр.), та ті, що мали документальний характер, з використанням фото, текстів з цифрами, діаграмами, схемами тощо. Як, наприклад, плакат художниці

⁷ Зараз відомо, що з запланованого чотиритомного видання творів Б. Харчука світ побачило лише два.

ISSN 2224-9516 Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2012. Вип. 34
Н. П. Євменової «Закон, созданный народом» (К., 1987 р.). Текст на плакаті містить окремі цитати з матеріалів XXVII з'їзду КПРС, що пояснюють «нову лінію партії». Одне з провідних гасел плакату: «Прискорення розвитку суспільства неможливе без подальшого розвитку соціалістичної демократії, всіх її сторін і проявів».

Цікаво також простежити, користуючись матеріалами зібрання, розвиток мовної політики в Україні часів перебудови. Принагідно зазначимо, що кількість плакатів, виданих українською мовою у попередні десятиліття (з 1950 по 1985 рр.) складає майже 50 % від усього загалу. Під тиском обставин в жовтні 1989 р. Верховна Рада УРСР прийняла закон «Про мови в Українській РСР». Була розроблена державна програма розвитку української мови до 2000 р. Ставлення до рідної мови та засудження русифікації в Україні бачимо у плакаті Людмили Постних «Слово рідне, мово рідна, Хто вас забуває, той у грудях не серденько, але камінь має...» (К.: Політвидав України, 1989).

У зв'язку з тим, що під час перебудови було прийнято рішення в радянську планову економіку ввести елементи ринкової, почали організовуватися кооперативи, більшість підприємств перейшли на бригадний підряд, виникло таке поняття як «сімейний підряд». З появою приватної власності виникають такі непритаманні радянському суспільству явища, як меценатство, добродійність, аукціони. Про це свідчить, наприклад, зміст плакату «Впервые в нашей стране. К 150-летию фотографии. Всесоюзный благотворительный коммерческий конкурс Мисс-фото СССР-89», що був виданий накладом 1000 пр. Або плакат І. І. Яхіна «Осіння виставка-продаж, аукціон», виданий Харківською організацією Спілки художників України спільно з Творчим об'єднанням «Сервіс-мистецтво».

Образна лаконічна знаковість плакатного мистецтва доносила до спільноти також біль і проблеми України на загальнонародському, міжнародному рівні. Було переглянуто ставлення до національної культури і релігії. Почала відроджуватися національна духовна спадщина, про що свідчать плакати-афіші Валерія Вітера «Українські колядки та щедрівки: український чоловічий хор імені Л. Ревуцького» (К. 1990), «Старовинна духовна музика: український чоловічий хор імені Л. Ревуцького» (К. 1989), «Духовна вітчизняна хорова музика» (К., 1990). В них автор скористався цитуванням фрагментів українського монументального розпису XVII ст., зображенням писанки як символа відродження національної культури, а також зобразив сюжет щедрювання молоді на Святвечір з різдвяною зіркою.

Сьогодні нікого не здивуєш елементами української національної або

релігійної символіки, а на той час використання писанки, тризуба, німбу або хреста на плакаті треба було відвойовувати. Гостроту мови плакатного мистецтва демонструє дотермінове закриття виставки, присвяченої шевченківським дням у Каневі 1989 року – настільки сміливими і викривальними були представлені на ній плакати.

Зібрання також містить плакати-проспекти – доволі цінний і рідкісний різновид рекламного плаката, – в яких презентувалися сучасні художні виставки та образотворчі видання. Так, плакат-проспект «Пересувна виставка «Т. Г. Шевченко: спадщина і сучасність» дає досить вичерпне уявлення про характер заходу та його учасників. Зі статті мистецтвознавця Зої Кучерової, розміщеної на аркуші, дізнаємося: «такої виставки ще декілька років назад не могло бути: демократизація нашого життя збудила мистецьку активність плакатистів, примусила переосмислити міру відповідальності художника перед суспільством і перед власною совістю. До плаката звернулись молоді художники, яких регламентованість вчорашнього плаката не вабила». Відтепер, як зазначає авторка, «шевченкові рядки не ілюструються, а закликаються на допомогу для підтвердження істини».

Та сподівання на те, що залучена до плакату молодь відродить престиж цього виду масового графічного мистецтва, виявилися передчасними. Втім, це сталося з об'єктивних причин. Зокрема, в період «перебудови» якісно змінилася ситуація з випуском друкованих плакатів. Якщо у попередні роки друк був повністю монополізований державою, а змістове й образне навантаження плакатів регламентувалося за допомогою державних органів контролю і цензури, то зараз плакати все частіше починають друкуватися на замовлення і коштом численних кооперативів та громадських організацій, в цьому пересвідчують і матеріали зібрання. Плакат відтепер презентує політичні партії, фірми, підприємства, установи, освітні заклади тощо. Це переважно іміджеві плакати (наприклад, афіша для персональної художньої виставки або авторського концерту, реклама іміджу політичних лідерів, що з'явилися в умовах багатопартійності). Подібне тематичне розмаїття на перший погляд створює широке поле для творчості, однак, підлягаючи об'єктивним законам ринку, ставить художника у пряму залежність від конкретних вимог, смаку й культури рекламодавця. Як наслідок, провідні плакатисти у своїй творчості дедалі частіше звертаються до станкової графіки і графічного дизайну, дехто – й до живопису. Отже, друкованих плакатів стає дедалі менше, натомість значно зростає відсоток так званого «виставкового», або «авторського», «нетиражного» плакату. Принагідно зазначимо, що такий різновид

плакатної графіки почав дедалі частіше з'являтися наприкінці 60-х рр. ХХ ст. Про це згадує дослідник мистецтва українського плакату Л. Владич у монографії «Майстри плакату»: «Протягом останніх десятиліть великого поширення набув так званий виставочний плакат, тобто оригінали творів, виконувани спеціально для показу на виставках. (...) Саме по собі існування виставочного плаката не викликало б ніяких заперечень, якби твори цього роду не переважали б в експозиціях виставок (інколи їх втричі більше тих, що побачили світ) і якби кращі з них частіше друкувалися масовим титражем. Пошук, експеримент у галузі плаката, за природою своєю – масового мистецтва, повинен приводити до логічного завершення – тиражування твору. Інакше плакат перестає бути плакатом»⁸. Що, власне, і трапилося з українським друкованим плакатом наприкінці перебудови. Так, наприклад, оригінали плакатів художника Леоніда Берната «Ось де, люди, наша слава...», а також «Этот день мы приближали как могли?» так і не потрапили до поліграфії, незважаючи на те, що були відзначені дипломом журі І Київської бієннале плаката «Екологія культури». Така доля спіткала роботи багатьох художників-плакатистів, що було зумовлено ліквідацією спеціалізованих виданиств, які займалися випуском друкованих плакатів – «Плакат», «Політвидав», «Агітплакат». Останнє, що було надруковано в «Агітплакаті» – серія, присвячена гетьманам України, репресованим діячам культури та мистецтва, традиційним народним святам⁹. Та були і поодинокі випадки, коли «виставковий» плакат перетворювався на «масовий» завдяки громадським організаціям та спонсорській підтримці. Як, наприклад, плакати художників – учасників І Київської бієннале «Екологія культури» (1989 р.) – Георгія Шевцова «На культуру», Андрія Вишневецького та Юрія Панфілова «Геноцид культури – геноцид народу», Володимира Шпанька «Спаси и сохрани!», які були розтиражовані за сприяння різних громадських організацій та новостворених кооперативів, про що свідчить їх наявність в зібранні ВОМ. Більшість робіт художників-плакатистів було випущено незначними, порівняно з попередніми десятиліттями, накладками – 1000, 100, 50 примірників.

За таких обставин нетиражний авторський плакат перетворюється на «самостійний художній інтелектуальний»¹⁰ твір, який можна побачити вже не в «червоних куточках» освітніх та ін. закладів або на міських вулицях, а виключно в експозиції художніх виставок.

⁸ Владич Л. Майстри плаката : Альбом. – К. : Мистецтво, 1989. – С. 53.

⁹ І. Вештак-Остроменська // Галерея. – 2000. – № 3–4. – С. 26–27.

¹⁰ Серов С. Плакат 90-х в Третьяковке // [КАК]. – 2004. – № 4–5. – С. 166.

Отже, період другої половини 1980-х – початок 1990-х рр. ХХ століття, що увійшов в історію під назвою «перебудова», вніс докорінні зміни у розвиток мистецтва українського плаката – в його тематику, стилістичні особливості та функціональність, що було зумовлено низкою певних обставин. А саме: демократизація суспільства призвела до появи гострих, яскравих художніх образів в плакатному мистецтві; фактична відсутність цензури дозволила художникам піднімати болючі, заборонені або замовчувані раніше соціально-культурні проблеми, що позначилося як на способах художнього втілення (посилення метафоричності образної мови), так і на розширенні тематики (висвітлення заборонених тем); через появу елементів приватної власності і ліквідації державних видавництв, що займалися випуском плакатів, зменшився відсоток друкованого плаката і, відповідно, збільшилася – «авторського». Загалом можна стверджувати, що у 90-ті роки ХХ ст. окреслилися тенденції «розчинення» плаката у суміжних видах образотворчого мистецтва – живопису, графіці, дизайні. Саме з того часу український плакат як вид масового друкованого мистецтва став матеріальною частиною історії української графіки, яку нам треба зберегти для наступних поколінь – в цьому і полягає наше завдання при створенні БД Українського плаката 1950–1990 рр.

Список використаних джерел

1. Вашик К., Бабурина Н. Реальность утопии. Искусство русского плаката ХХ века. – М., Прогресс-Традиция, 2005.
2. Вештак-Остроменська І. // Галерея. – 2000. – № 3–4. – С. 26–27.
3. Владич Л. Майстри плаката : альбом. – К. : Мистецтво, 1989.
4. Історія українського мистецтва: у 5 т. / НАН України, Інститут мистецтвознавства фольклористики та етнології; голов. ред. Г. Скрипник; наук. ред Т. Кара-Васильєва. – Т. 5 : Мистецтво ХХ століття. – К. : [б. в.], 2007.
5. Русский плакат. ХХ век. Шедевры / сост. : А. Е. Снопков, П. А. Снопков, А. Ф. Шклярук; авт. текста : С. Н. Артамонова. – М. : Контакт-Культура, 2000.
6. Русский рекламный плакат / сост. : А. Е. Снопков, П. А. Снопков, А. Ф. Шклярук; авт. текста : Н. И. Бабурина. – М. : Контакт-Культура, 2001.
7. Серов С. Плакат 90-х в Третьяковке // [КАК] – 2004. – № 4–5. – С. 166–167.
8. Харкевич И. И. Оружие контрпропаганды / сост. и дизайнер : А. Ф. Шклярук. – М. : Контакт-Культура, 2008.
9. Шклярук А. Ф. Советский политический плакат / Золотая коллекция. – М. : Контакт-Культура, 2004.

УДК 39:929.5(71):004.7

Платон Стоян,
аспірант НБУВ

ЕТНОГРАФІЧНІ ТА ГЕНЕАЛОГІЧНІ АРХІВНІ ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ КАНАДИ

У статті подається стислий огляд етнографічних та генеалогічних архівних електронних ресурсів Канади, розглядаються етапи та проекти формування, структура архівної, музейної та бібліотечної джерельної бази генеалогії, інтерактивні довідники та основні бази даних, методичні документи.

Ключові слова: етнографічні ресурси Канади, генеалогічні ресурси Канади, архіви Канади, архівна база даних, інтерактивні генеалогічні довідники Канади.

Через специфіку своєї історії Канада є однією із багатонаціональних країн світу (як зазначає С. Ю. Данілов, Канада – країна, яка має багато облич, кожна із провінцій якої має свою неповторну культуру) [1]. Отже, різноманітність є найбільш характерною рисою культури Канади, що природно для такої великої країни з відносно малим населенням, яке поділяється на численні групи за територіальною і етнічною ознаками.

Тому, вивчення досвіду формування та репрезентації етнографічних та генеалогічних архівних ресурсів є важливим для української архівної науки, багатонаціональної та мультикультурної держави, яка поки ще не сформувала такі ресурси як в електронному вигляді, так і в окремих опублікованих довідниках. Тема є не дослідженою, хоча деякі довідкові праці висвітлювали канадську архівну україніку, однак спеціальної уваги загальному аспекту, що висвітлений у цій статті, приділяли недостатньо уваги. На головному порталі Державної архівної служби України [11] наявна детальна інформація та повнотекстові наукові ресурси, які мають відношення до досліджень архівної україніки Канади. На вивчення архівної україніки Канади спрямовані роботи Б. Кравченко, І. А. Матяш, М. Г. Палієнко, Я. Розумного. Підсумком цих досліджень стали праця і довідник І. А. Матяш «Архівна україніка в Канаді», видання яке містить відомості про склад і зміст фондів з історії та культури України і українців, що зберігаються в архівних установах Канади [12].

Мета статті – висвітлити етапи та проекти формування, структуру архівної, музейної та бібліотечної джерельної бази генеалогії, інтерактивні довідники та основні бази даних, методичні документи.