

співробітники відділу морально готові до реалізації проектів, пов'язаних з новітніми технологіями, прагнуть і хочуть розширити свої можливості в наданні нових послуг, доступу до інформаційних ресурсів. Все це, у комплексі, спрацює і на підвищення авторитету відділу.

### Список використаних джерел

1. Носкіна Н. М., Білименко Л. А. Актуальні питання збереження й використання газетних фондів / Проблеми збереження, консервації, реставрації та експертизи музейних пам'яток : зб. матеріалів V міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 24–27 травня 2005 р. – К., 2005. – С. 235–236.
2. Перспективи розвитку відділу газетних фондів 1986–1990 рр.: Архів НБУВ, оп. 1, спр. 2367, арк. 4–5.
3. Пояснительная записка к отчету о работе отдела в 1987 году: Архів НБУВ, оп. 1, спр. 2156, арк. 164.
4. Пояснювальна записка до звіту про роботу відділу газетних фондів у 1994 році: Архів НБУВ, оп. 1, спр. 2705, арк. 142.

УДК 025.174(477)''1950-1964''

**Тетяна Галькевич,**

мол. наук. співроб. НБУВ

**Олена Донець,**

мол. наук. співроб. НБУВ

### **ЗБРАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ПЛАКАТА 1950–1964 рр. У ФОНДАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

У статті на основі системно-історичного підходу розглядається український радянський друкований плакат 1950–1964 рр. (за матеріалами зібрання відділу образотворчих мистецтв НБУВ), як мистецьке явище та водночас як один із видів зображальних джерел, що містить складну джерельну інформацію, заковану в певних зорових образах. У статті названі основні проблеми вивчення українського радянського друкованого плаката, а саме: питання його класифікації та систематизації, а також – атрибуції (установлення авторства).

*Ключові слова:* український друкований плакат, зображальне джерело, хрущовська відлига, класифікація плаката.

Український друкований плакат 1950–1960 рр. – багатогранне мистецьке явище, й разом з тим, один із видів бібліографічних зображальних джерел, що містять інформацію, заковану в певних зорових образах. Однією з його визначальних якостей є своєчасна фіксація історичних фактів, а саме: хроніка політичних, ідеологічних та культурно-мистецьких подій та заходів. Мистецтво плаката дає змогу поринути у тогочасну дійсність, таку, якою її відбили плакатні гасла та візуальні образи. Адже «плакат є універсальним пам'ятником своєї епохи. Причому у мистецтві плаката – масовому й оперативно реагуючому на найважливіші події сучасного життя, цей зв'язок з епохою проявляється найсильніше»<sup>1</sup>. Проте, український радянський плакат зазначеного періоду не можна

<sup>1</sup> Грідіна І. М. Зображальні джерела в дослідженні духовного життя населення України в роки Другої Світової війни / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Українська АН // Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки : Наук. вісник : зб. наук. праць – К. : вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2010. – Вип. 34. – С. 135–144.

вважати абсолютно об'єктивним і достовірним джерелом. Він належить до тих засобів пропаганди, за допомогою яких «люди вчаться правильно розуміти і змінювати життя, засвоюють передові ідеї, формують свій характер і переконання так само природно і непомітно, як дитина вчиться говорити»<sup>2</sup>. «Тоталітаризм сформував інше мистецтво, зробивши його керованим та повністю залежним від партійного замовлення політики... – зазначає мистецтвознавець О. Роготченко, – Влада відсікала будь-які нові пошуки пластичної мови, звинувачуючи митців за такі спроби у формалізмі, що позбавляло останніх внутрішнього руху, експерименту»<sup>3</sup>. Викривлення форми вважалося неприпустимим і дозволялося лише в плакаті з огляду на «зако́ни жанру»<sup>4</sup>. Випуск плакатів відбувався в умовах командно-адміністративного управління і був передбачуваним і керованим<sup>5</sup>: видавнича діяльність (зокрема й випуск друкованих плакатів) опосередковано контролювалася через затверджені тематичні плани видавництва, а також – через створені при них редакційні та художні ради, за допомогою яких вже на початковій стадії (додрукова підготовка) здійснювався системний контроль за змістом, ідеологічним наповненням та візуальним рядом «плакатної продукції»<sup>6</sup>. Це наявно демонструє і зібрання українського друкованого плаката НБУВ, в якому представлені аркуші наступних спеціалізованих видавництв: «Мистецтво», «Держсільгоспвидав УРСР», «Радянська школа», «Політвидав України»,

<sup>2</sup> Хрущов М. С. «До нових успіхів літератури і мистецтва» (Скорочений виклад виступів на зустрічі з представниками радянської інтелігенції 17 липня 1960 року, на прийомах на честь письменників і композиторів РРФСР) // Мистецтво. – 1961. – № 4. – С. 4.

<sup>3</sup> Роготченко О. Соціалістичний реалізм і тоталітаризм. – К., 2007. – С. 272.

<sup>4</sup> Сидоренко В. Д. Візуальне мистецтво від авангардних зрушень до новітніх спрямувань: Розвиток візуального мистецтва України ХХ–ХХІ століть / Ін-т проблем сучасн. мист-ва Акад. мист-в України. – К.: ВХ[студіо], 2008. – С. 60.

<sup>5</sup> Марціняк Н. Видавничий репертуар і книготорговельний асортимент України: особливості функціонування в умовах централізованої системи управління (друга половина 40-х – кінець 80-х років минулого століття) // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 72. – С. 1–2.

<sup>6</sup> Марціняк Н. Видавничий репертуар і книготорговельний асортимент України: особливості функціонування в умовах централізованої системи управління (друга половина 40-х – кінець 80-х років минулого століття) // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 72. – С. 1–2.

«Молодь», «Укркнига», «Держтехвидав України», Харківське книжкове видавництво, «Союздрук», «Урожай», «Реклама» та ін. Найбільшу кількість (майже 50 %) складають плакати видавництва «Мистецтво»<sup>7</sup> (Держ. вид-во образотв. мистец. і муз. л-ри УРСР) – 1417 од. і «Держсільгоспвидав УРСР» – 302 од.; Радянська школа – 130 од. Решта плакатів видані різними організаціями (держстановами, театрами, цирками та ін.) та обласними книжково-газетними видавництвами, а також самостійними журнальними видавництвами та їхніми відділами.

Друкований плакат отримав на той час міцну соціальну та економічну підтримку з боку офіційної влади – позаяк рекламував та пропагував різноманітні заходи партійних та державних органів. І, як свідчить довідково-бібліографічне видання Книжкової палати Української РСР «Образотворче мистецтво радянської України 1917–1966: Бібліографія друкованих творів», складав у зазначений період майже половину усіх видів образотворчого мистецтва, надрукованих в УРСР протягом зазначеного періоду. Друкований український плакат стояв «на одному з перших місць по ідеологічному впливу на народні маси»<sup>8</sup>. Тому цитати з промов партійних лідерів – Й. Сталіна, М. Хрущова – були їх типовою ознакою: «Збирання – справа сезонна і воно не любить чекати. Зібрав вчасно – виграв, спізнився з збиранням – програв» (Й. Сталін) (плакат художника К. Крилова, 1950 р.); «Мир буде збережений і зміцнений, якщо народи візьмуть справу збереження миру в свої руки і відстоюватимуть його до кінця...» (Й. Сталін) (плакат художника Г. Бахмутова, 1951 р.); «50 центнерів зерна кукурудзи з гектара – це не фантазія, а реальність!» (М. С. Хрущов) (плакат художників В. Майстренка, Р. Фішера); «Все, чим живе суспільство, завдяки чому воно розвивається, – все це створюється трудом... в труді проявляється і розкривається краса людини, сила суспільства» (М. С. Хрущов) (плакат художника [І.] Бочарова, 1958 р.).

<sup>7</sup> З 1953 року видавництво зареєстровано державним видавництвом «Мистецтво», а з 1956 р. – перейменовано на «Державне видавництво образотворчого мистецтва та музичної літератури УРСР». 1966 року, в результаті відокремлення музичних редакцій видавництва, було створено нове видавництво – «Музична Україна», а раніше заснованому – повернуто назву «Мистецтво», яка є сучасною.

<sup>8</sup> Образотворче мистецтво радянської України 1917–1966: Бібліографія друкованих творів. – Х., 1968. – С. 5.

У другій половині 1950-х років, після смерті Сталіна та доповіді М. Хрущова на XX з'їзді КПРС у лютому 1956 року, що означала початок розвінчання культу особи, відбулися докорінні зміни в змісті та художній стилістиці плаката. Це був своєрідний поворотний момент в історії країни і, як наслідок, – у розвитку мистецтва плаката. Що передусім позначилося на його тематиці та використанні художніх засобів. Якщо до 1954 року аркуші рясніють прізвиськом Сталіна, то вже після 1953 року все частіше зустрічається прізвисько «Леніна», поняття «ленінізму» (подекуди ще й у 1954 році згадується партія Леніна–Сталіна). Так, зібрання містить більше 100 плакатів, де так чи інакше згадується ім'я Леніна та його вчення. Це було зумовлено насамперед курсом М. Хрущова на повне «відновлення ленінських принципів радянського соціалістичного демократизму» і боротьбою з «негативними наслідками культу особи».

Незважаючи на штучно створену провінційність мистецького середовища в Україні, українським художникам-плакатистам вдалося, скориставшись ситуацією, спростувати міф про «національну обмеженість і провінційність, стилістичну і професійну недосконалість»<sup>9</sup> своїми роботами. З'явилися нові імена молодих талановитих художників: Т. Хвостенко, О. Павловської, В. Кармазіна, що влилися в лави досвідчених майстрів, їхня творчість зазначеного періоду широко представлена матеріалами зібрання (11 плакатів Т. Хвостенко, 3 плакати О. Павловської, 60 плакатів В. Кармазіна). І якщо плакати початку 1950-х років більше нагадували жанрову живописну картину (ім притаманна зайва описовість і деталізація, світлотіньове моделювання об'єму), то наприкінці 1950 – на початку 1960-х рр. з'являються поодинокі спроби повернення до формальних ідей та пластичних пошуків мистецтва графіки 20–30 рр. XX ст. Як, наприклад, на плакаті молодого на той час художника Е. Коткова – «Атом – на службу народу!» (1957 р.). Метафора знову стала важливим елементом образної мови плакатної графіки: художник звертається до глядача, спонукаючи його до асоціативного тлумачення полісемантичності плакатного образу. «У плакатах 1960-х років бурхлива романтична мова (характерна для цього виду графіки в попереднє десятиліття) набирає стриманості й вивіреності згідно із загальними віяннями часу. Їм притаманна декоративність і лаконічність висловлення. Виокремлення головного та акцент на ньому, прагнення до чіткості й лапідарності мови,

<sup>9</sup> *Роготченко О.* Соціалістичний реалізм і тоталітаризм. – К., 2007. – С. 278.

органічного поєднання тексту й рисунка, а також до активної взаємодії слова й художнього образу. При цьому художники сміливо поєднували фотографію, рисунок, шрифт»<sup>10</sup>.

Саме в цей період почали ширшати контакти українських художників із діячами світового мистецтва. Неабияку роль у цьому відіграло й проведення VI Всесвітнього фестивалю молоді й студентів у Москві (1957 р.). Значного розвитку в ці роки набув плакат, що пропагував міжнародну політику партії (тема боротьби за мир), нерідким було в ньому використання елементів карикатури. Як, наприклад, у плакаті І. Дзюбана «Земля родюча, та колюча», 1957.

Особливо цінною частиною зібрання є 9 плакатних аркушів, виконаних художниками майстерні «Агітплакат» Харківського обласного відділу Художнього фонду УРСР. Це було спеціалізоване міні-видавництво зі своєю виробничою базою, створене 1963 року при Спілці художників УРСР. До появи «Агітплакату» у Київському художньому інституті 1949 року за безпосередньою участю В. Касіяна функціонувала майстерня політичного плаката. Переважна більшість українських художників-плакатистів – випускники цієї майстерні, учні художника-графіка В. Касіяна, або ж – вихованці його учнів. Появу нового плакатного видавництва спричинила насамперед необхідність зробити його більш оперативним в умовах зростаючої конкуренції з іншими засобами масової інформації (радіо, телебачення, газети). У зв'язку з чим було взято курс на усунення зайвої деталізації в плакаті, а також з акцентувати увагу на його специфічній, суто «плакатній» функції – художньо-образному візуальному інформуванні про події. А назва – «Агітплакат» – підкреслювала наслідування традицій і завдань прямих попередників – «Вікон РОСТА» і «Окон ЮгРОСТА» часів громадянської війни, «Вікон ТАРС» і «Вікон сатири» Спілки художників України, плакатів «Військового агітпоїзда» часів Другої Світової війни.

Специфіка «агітплакатних» аркушів зібрання НБУВ полягає у тому, що за своїми якостями вони наближаються до мистецтва естампу і, разом з тим, мають суто «плакатні» риси: яскраву декоративність локальних кольорів, графічну експресивність, лапідарність зображення. Надруковані вони трафаретним способом в техніці шовкографії, яка, на відміну від поліграфії, є оперативною і мобільною: завдяки нескладному і швидкому

<sup>10</sup> *Історія українського мистецтва* : у 5 т. – К. : [ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України], [2006]. – Т. 5. – С. 539–540.

способу друку: вже через 3–4 дні художник-плакатист міг відгукнутися на подію яскравими аркушами. Щоправда, розмір тиражів цих плакатів невеликий – до 300 примірників (саме це на сьогодні і зумовило виняткову цінність таких аркушів), на той час як поліграфічний плакат виходив накладом від 50 – до 250 тис. примірників. Зібрання містить аркуші художників, що свого часу співпрацювали з «Агітплакатом»: В. Литвиненка, К. Агніта Л. Каплана, З. Толкачова, А. Чернова, О. Ворони, Ф. Глушука, І. Дзюбана, О. Долотіна, Т. Хвостенко, О. Капітана, Т. Лящука, В. Решетова, Н. Кочережка, Є. Царенка.

Поza увагою фахівців з історії мистецтва поки що лишаються серії плакатів-карикатур, що випускалися відділом журналу «Перець», і були виконані творчою групою талановитих художників-сатириків О. Козюренком, Бе-Ша (Шаповалом), В. Гливенком К. Агнітом-Следзевським, С. Самумом та ін., які згуртувалися навколо журналу. Їхні плакати-карикатури дістали схвальну оцінку на сторінках тогочасного журналу «Мистецтво»<sup>11</sup>.

Беззаперечно значущість як важливі джерела візуальної інформації мають також плакати-афіші зазначеного періоду, що містяться у зібранні українського друкованого плаката НБУВ. Вони наочно демонструють репертуар театрів, цирків, інформують про спортивні заходи. Та (як засвідчує «Літопис образотворчих видань», а також – матеріали зібрання) на початку 1950-х років плакатів-афіш виходило набагато менше, ніж плакатів з рекламою та пропагандою політики й ідеології органів влади, що було зумовлено об'єктивними обставинами. Загалом у зібранні зустрічаються плакати-афіші двох типів. До першого відносимо аркуші, де художнє зображення є основним інформаційним джерелом, з короткими даними про подію (автор, назва, жанр і театр або колектив, який репрезентує те чи інше видовище або культурний захід), як на плакаті художника Г. Бахмутова «Республіканська олімпіада художньої самодіяльності» (1951 р.). Та афіша шрифтова, – де основним художнім засобом виступає шрифт, як, наприклад, на плакаті «Открытие цирка» (1951 р.) художника В. Вольдемарова.

У 1950-ті на початку 1960-х років розширюється тематика плаката. Як і раніше – рейтинг очолює політична пропаганда правлячої Комуністичної

<sup>11</sup> Касян В., Турченко Ю. Українське радянське графічне мистецтво (1945–1955) // Мистецтво. – 1956. – № 5. – С. 12–13.

партії в ідеологічній, фінансово-економічній, соціальній та культурній сферах. Тут слід зауважити, що на сьогодні у мистецтвознавчих та бібліографічних джерелах подекуди плутаються поняття «жанр» «вид» і «тематика» стосовно мистецтва друкованого плаката. Так, наприклад, у сучасному енциклопедичному виданні «Історія українського мистецтва» зазначається: «У цей період урізноманітнівся жанр плаката. Окрім політичного та агітаційного, набували ваги кіноплакати, рекламні, екологічні, спортивні тощо»<sup>12</sup>. На нашу думку, не можна ставити в один ряд різноманітні за якісними ознаками (за призначенням і за тематикою) плакати. Ми пропонуємо класифікувати плакати в рамках самого жанру за призначенням, або функціональною належністю таким чином: рекламний<sup>13</sup>, інформаційний, рекламно-інформаційний. Своєю чергою до рекламного відносимо: політико-ідеологічну рекламу та агітацію, рекламу товарів та послуг, рекламу друку. До інформаційного – учбово-методичний; інструктивний. До рекламно-інформаційного – афіші з інформацією про різноманітні культурні заходи, а також реклама різноманітних культурно-видовищних заходів. Отже, ті функції, які виконує плакат, як один з видів масового мистецтва, є його сталими ознаками, на той час як тематика плаката постійно змінюється, залежно від динаміки суспільно-політичних зрушень. На початок 1960-х припала кульмінація «холодної війни» між СРСР та США (так звана «карибська криза» 1962 року). І це певним чином відбилосся і на тематиці плаката (наприклад, плакат художника Щеглова «Руки прочь от Кубы!» (вид-во «Агітплакат», 1962 р.). Та все ж найпопулярнішими, як свідчать матеріали зібрання, були на той час гасла, в яких лунали заклики наздогнати й перегнати США, зокрема в галузі економічної політики: «Наздоженемо США по виробництву м'яса! Працівники колгоспів і радгоспів! Більше вирощуйте птиці – качок, гусей, курей, індиків!»; «Кожен трудівник сільського господарства, кожен колгосп, радгосп, МТС, район повинні внести свій вклад у велику державну справу

<sup>12</sup> Мистецтво ХХ століття / [наук. ред. Т. Кара-Васильєва]. – 2007. – 1047 с. Історія українського мистецтва : у 5 т. / голов. ред. Ганна Скрипник; НАН України, Ін-т мистецтвознав., фольклористики та етнології ім. Рильського. – Т. 5. – К. : [ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України], [2006]. – С. 539–540.

<sup>13</sup> Більш докладно про рекламний плакат див.: Т. А. Галькевич, О. М. Донець. Інформаційний потенціал і стилістичні особливості українського рекламного плаката 1957–1964 рр. (з фондів НБУВ) // Бібліотечний вісник. – 2005. – № 5. – С. 24–29.

перемоги СРСР над США в змаганні по виробництву м'яса, масла і молока!». Окрім тем, пов'язаних з «холодною війною», до основних тем також можна віднести: пропаганду керівної ролі партії і досягнень кращих трудівників країни.

Переважну більшість зібрання складають плакати сільсько-господарської тематики, які виходили накладом від 25 до 250 тис. примірників. Програмним завданням для художників-плакатистів 1950-х стало створення образу «будівника комунізму» та висвітлення його передових методів роботи, як на плакатах художників М. Родіна «Бригада Василя Юрійовича Чернописького вирощує високі врожаї всіх культур» (1950 р.), К. Крилова «Як бригада Петра Миколайовича Ткачика вирощує високі врожаї озимої пшениці» (1951 р.) та В. Югая «Як ми одержали по 33 центнери свинини на кожні 100 гектарів ріллі» (1951 р.). Плакат також пропагував політику партії і у сфері науки, наочно демонструючи трансформацію науки в засіб ідеологічної боротьби, як, наприклад, у плакаті художника В. Кармазіна «Академік Т. Д. Лисенко – видатний учений і новатор у галузі сільського господарства» (1952 р.). «Королева полів» – кукурудза також стала одним з основних персонажів плакатів сільсько-господарської тематики: «Колгоспники і колгоспниці, працівники МТС і радгоспів, спеціалісти сільського господарства! Боріться за високі врожаї кукурудзи! Забезпечте посів кукурудзи квадратно-гніздовим способом на всій площі!» (плакат художника Б. Носенка, 1954 р.); «Борімося за високі сталі врожаї кукурудзи!» (плакат художника В. Адамкевича, 1955 р.).

Суспільно-політичне і соціально-психологічне тло потужного ідеологічного пресингу призводило до того, що художник був змушений уникати вияву національної своєрідності свого мистецтва, залишаючи місце для деяких поверхових рис «національної форми», а також ухилятися від абстрагованих узагальнень художнього образу, щоб не давати підстав для звинувачень в «українському буржуазному націоналізмі» та «формалізмі». Інколи це було не так просто зробити. З українським друкованим плакатом пов'язані імена художників, що тим чи іншим чином намагалися вирватися за межі цього прокрустового ложа партійних директив. Такі небезпечні спроби «оберталися для кожного, хто ніс у собі українське «Я», хвилями гонінь, шквалом репресій, примусів, наказів, погроз або обіцянок, залякувань або лестощів»<sup>14</sup>. Зібрання ВОР містить

<sup>14</sup> Федорук О. Аппіїв шлях українського мистецтва, або Цензура пряма і перевтілена // Універсум. – 1995. – № 5–6. – С. 40–43.

плакати художників, що були репресовані, а потім реабілітовані: Крилова Костянтина Олексійовича (1937 року заарештований за звинуваченням у зведенні наклепів на радвладу; засуджений до 5 років ВТТ і до 3 років поразки в правах; 1939 року звільнений) – 12 плакатів. 54 плакати «синів ворогів народу» – Рема та Рафаеля Багаутдінових. У зібранні також маємо 62 плакати талановитого графіка, монументаліста, живописця, скульптора Ернеста Коткова, якого у газеті «Правда» (орган ЦК КПРС) назвали «абстракціоністом, формалістом та космополітом». Після цього художник фактично став *persona non grata*. Плакати Е. Коткова – маловідома для широкого загалу сторінка життя художника і, разом з тим, – це вагомий доробок у його мистецькій спадщині.

Український друкований плакат 1950-х – поч. 1960-х рр. й до сьогодні ще не став предметом окремого докладного монографічного дослідження, а згадується виключно в контексті загального розвитку цього виду масового мистецтва. Матеріали зібрання, їхній аналіз, допоможуть фахівцям у його глибокому й всебічному вивченні. А також допоможе якнайкраще усвідомити безперервний і системний зв'язок між мистецьким та соціальними явищами у сфері ідеології та культури.