

**Петро Скрипник,**

кандидат історичних наук, молодший науковий співробітник,  
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського  
вул. Володимирська, 62, Київ, 01601, Україна  
e-mail: mini-petarda@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0002-7542-6933>

**ПЛАКАТИ ЯК ДЖЕРЕЛО ДОСЛІДЖЕННЯ  
СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ  
В УКРАЇНІ У 20-Х РОКАХ ХХ СТ.**

Працю присвячено висвітленню ролі плаката як джерела візуальної інформації в дослідженні суспільно-політичних процесів в Україні у 20-х роках ХХ ст. Звертається увага на важливість у суспільствознавчих дослідженнях, зокрема історичних, використання як вербальної текстової форми інформації, так і невербальної візуальної. У ряді випадків плакати виступають повноцінним джерелом висвітлення та дослідження суспільно-політичних процесів, особливо цінним, коли відсутня інформація іншого характеру, зокрема архівні документи. Методологія дослідження базується на використанні методу порівняльного аналізу в інтерпретації соціальних та політичних процесів в Україні в згаданий період. Аналіз досліджуваних плакатів показав, що плакати політичної пропаганди не були основним видом друкованої плакатної продукції. Тому немає підстав стверджувати, що вони відіграли вирішальну роль у пропаганді більшовицьких ідей в Україні. Навпаки, плакати культурної, громадської і виробничої функцій зробили помітний внесок у розвиток самосвідомості українського суспільства.

*Ключові слова:* візуалізація наукових досліджень, плакат, зібрання плакатів, політичні плакати агітаційно-пропагандистського спрямування.

*Актуальність теми дослідження* полягає в перегляді основних постулатів радянської історіографії 20-х років ХХ ст. за допомогою візуальних джерел інформації, зокрема плакатів. Думка про те, що українське суспільство під впливом агітації більшовицьких пропагандистів одноставно взялося до будівництва нового суспільства, не відповідає дійсності. Не заперечуючи впливу пропаганди в житті суспільства, треба більш виважено підходити до тих процесів, які відбувалися в переломні періоди історії України. У цьому питанні важливо звернути увагу й на інші методи впливу на пересічних громадян, зокрема на репресивні заходи радянського керівництва.

*Аналіз досліджень і публікацій.* Питанням впливу засобів масової інформації, зокрема плакатів, на суспільну свідомість приділяється значна увага дослідників. Особливо це стосується періоду 20-х років минулого століття. Акцент робиться на тому, що в умовах невисокого в цілому рівня освіченості населення плакати відіграли надзвичайно важливу роль у справі пропаганди й агітації. За їх допомогою відбувся переворот у свідомості пересічних громадян на користь більшовицької ідеології. Особливо цим відзначаються російські дослідники.

Так, Н. Чаус у своїй праці на прикладі плаката 20-х років минулого століття показала вплив візуальних засобів масової інформації на свідомість широких мас населення. Автор стверджує, що плакат сприяв утвердженню нової політичної ідеології [1, с. 220]. Подібну думку висловлює і Є. Лежень, акцентуючи увагу на тому, що в Росії розвивалися два види плаката – героїчний та сатиричний [2, с. 122]. Про інші види плаката не йдеться.

М. Ніколаєва в культурологічному дослідженні також пов'язує візуальні джерела з плакатами агітаційно-пропагандистського спрямування [3]. Серед українських дослідників варто згадати А. Авраменко, яка, підтримуючи думку російських мистецтвознавців, у завуальованій формі звинувачує митців у масовому переході на бік радянської влади [4, с. 66].

Головний недолік подібних думок сучасних дослідників полягає в повній відірваності від тих процесів, які відбувалися у 20-х роках минулого століття, принаймні в Україні. Аналізуючи й перебільшуючи вплив агітаційно-пропагандистських плакатів на свідомість громадян, згадані автори повністю виключили вплив інших складових. Зокрема, в Україні, як показали останні дослідження, політичні плакати становили абсолютну меншість порівняно з плакатами культурно-освітнього і виробничого призначення. Вплив останніх на свідомість пересічних українців був аж ніяк не меншим від плакатів, які закликали до світової революції, особливо якщо врахувати ту обставину, що переважна більшість українців, особливо в сільській місцевості, не сприйняли комуністичні ідеї. Тому і висновки щодо поширення ідей комунізму шляхом пропаганди й агітації є непереконливими.

*Постановка проблеми* полягає в зміні акцентів у висвітленні суспільно-політичних процесів в Україні у 20-х роках минулого століття. На відміну від переважної більшості дослідників, на основі матеріалів фонду Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського НАН України автор вважає, що пропаганда ідей більшовизму не відіграла тієї вирішальної ролі, яку їй традиційно приписували в період як існування СРСР, так

і в подальші роки. Головним методом просування ідей більшовизму були репресії, адміністративний тиск і боротьба з інакодумцями.

*Мета* статті – висвітлення ролі плаката як джерела візуальної інформації в дослідженні суспільно-політичних процесів в Україні у 20-х роках ХХ ст. У цьому контексті важливого значення набувають його комунікативні можливості. Оскільки плакат є одним з видів образотворчого мистецтва, то йому належить важлива роль впливу на свідомість пересічних громадян. Саме ця обставина активно використовувалася більшовицькими пропагандистами в агітаційній роботі. Проте, як показали останні дослідження, у 20-х роках ХХ ст. в Україні загальнолюдські цінності переважали ідеї світової революції, тому політичні плакати й не відіграли тієї домінуючої ролі, яка їм відводилася.

*Виклад основного матеріалу.* Важливим етапом у житті українського суспільства були 20-ті роки ХХ ст. Це був період зміни суспільних формацій. На зміну старому ладу приходив новий. До того ж цей перехід відбувався не еволюційним, а революційним шляхом. Насильство стало основним методом боротьби із залишками старого суспільного ладу.

Водночас помітне місце відводилося й ідеології. У цій сфері великого значення набувають засоби масової інформації. Поряд з текстовими, тобто вербальними джерелами інформації важливе значення надавалося візуальним, або невербальним. Адже, як показують дослідження в галузі фізіології, близько 85% інформації, яку сприймає людина, є візуальною [5, с. 100].

У цьому зв'язку помітної ролі набуває плакат. У сучасному значенні це – набірно-шрифтове або художньо-ілюстративне листове великоформатне видання, яке в компактному вигляді містить інформацію рекламного, агітаційно-пропагандистського, інструктивно-методичного навчального або іншого характеру [6].

Плакат варто віднести до комбінованих текстів – складного текстового утворення, у якому вербальні й невербальні елементи становлять єдину візуальну, структурну, смислову та функціональну цілісність, спрямовану на комплексний вплив на адресата [7, с. 38]. У цьому плані він має надзвичайну наукову та інформаційну цінність.

Плакат є одним з масових видів образотворчого мистецтва. Тому йому належить ключова роль щодо психологічного впливу на суспільну свідомість. Він посідав важливе місце в переломні моменти життя суспільства, зокрема у 20-ті роки минулого століття.

У публікаціях останніх років основний наголос робиться на ідеологічному чиннику в соціальних процесах в Україні 20-х років минулого

століття. Робиться висновок, що це було основною складовою поширення ідей більшовизму на теренах колишньої Російської імперії та України зокрема. По суті, у них підтверджується теза російського критика та журналіста В. Полонського, що «комуністична революція перемогла не багнетами, а друкарським верстатом» [8, с. 14].

Якщо розглядати політичну ситуацію в країні в роки Української революції 1917–1921 рр. і періоду НЕПу, то більшовиками було зроблено чимало, на чому ґрунтуються висновки сучасних дослідників. Було монополізовано численні засоби масової інформації. Захоплення «друкарського верстата» було проведено у формі конфіскації майна друкарень і заборони на публікацію не лише опозиційних газет, а й аполітичної лубочної продукції. Ця монополізація була однієї природи зі знаковими «захопити пошту, телефон, телеграф». Торкнулася вона і виробництва плакатів. Плакатне мистецтво від самого початку розглядалося новою владою нарівні з пресою, радіо, кіно, завдяки владним можливостям здійснення контролю: масового поширення, охоплення широкої аудиторії.

Проте аналіз плакатів 20-х років показує, що політичні плакати агітаційного та пропагандистського спрямування не були основним видом друкованої продукції цього періоду. Це є головною відмінністю суспільно-політичного розвитку України від інших теренів колишньої Російської імперії.

У цьому питанні істотну допомогу може надати зібрання плакатів НБУВ. НБУВ є однією з небагатьох бібліотек України, що мають спеціалізований відділ образотворчих мистецтв. Тут зберігаються матеріали візуальної історії, зокрема репродукції творів образотворчого мистецтва, альбоми зі світлинами відомих майстрів фотомистецтва, а також тиражовані плакати. Вони є свідками історичних подій, що відбувалися в нашій країні упродовж XX–XXI ст. Це періоди потрясінь революцій та Української революції 1917–1921 рр., періоду НЕПу, Другої світової війни, соціального розвитку країни у 50–90-х роках минулого століття, а також утворення незалежної Української держави в 1991 р.

Упродовж 2019–2020 рр. у відділі образотворчих мистецтв проводиться копітка робота зі створення цифрового архіву зібрання плакатів НБУВ. Технічна і в подальшому дослідницька діяльність привела до деяких цікавих результатів. Це стосується, зокрема, плакатів 20-х років XX ст., створених в Україні.

Було проаналізовано плакати, надруковані в Україні протягом 1918–1930 рр. Беручи до уваги великі обсяги зібрання плакатів у НБУВ, можна говорити про певні тенденції загальнонаціонального масштабу.

Проведений аналіз показав, що важливим джерелом формування плакатного фонду НБУВ була діяльність видавництв у 20-х роках минулого століття. Вони були розповсюджені на всій території України. Це насамперед потужні державні видавничі та поліграфічні об'єднання. Крім них, цими питаннями займалися райкоми, губкоми, політвідділи військових округів, армій, військкоматів тощо.

Досліджуючи зібрання плакатів НБУВ, автор зафіксував 143 назви установ, які займалися оприлюдненням плакатної продукції. Звичайно, їх кількісний внесок був неоднаковий. У переважній більшості публікації мали поодинокий характер. Водночас були і винятки. Так, відомим у 20-х роках минулого століття видавничим об'єднанням «Книгоспілка» було видрукувано 99 плакатів; менш відомим – «Наукова думка», яке належало до Наркомату охорони здоров'я, – 62; іншими – набагато менше, хоча й достатню кількість такої продукції.

Розглядаючи плакатний фонд НБУВ, варто звернути увагу й на авторів плакатів, бо саме завдяки їхнім зусиллям плакати з'явилися на світ. Тут картина не така оптимістична, як із видавництвами. Більшовицька влада, особливо на початках своєї діяльності, дуже жорстко контролювала друковані засоби масової інформації, тому особливо й не допускала оприлюднення творчості вільних художників. Вони співпрацювали з певними видавництвами, а останні не дуже охоче «розкривали» своїх співробітників.

Серед великої кількості плакатів лише на 69 позначено їхніх авторів, а загальна кількість доведених авторів становить 54 особи. Представляли вони певне конкретне видавництво. Лише у випадку з О. Маковкіною зафіксовано два видавництва, з якими вона співпрацювала (Ленінградський Губліт та ДВУ-УАН. Шість плакатів). Усі інші плакати з доведеним авторством були в одному, максимум – двох примірниках.

Крім того, за даними А. Андрейканіча, в Україні у першій третині ХХ ст. у сфері плакатного мистецтва працювало не менше 185 митців [9]. За підрахунками Л. Гутник, протягом 20-х років ХХ ст. у галузі українського кіноплаката працювало понад 250 художників [10, с. 28]. Тому стверджувати, що така значна кількість художників перейшли на бік радянської влади, зокрема у 20-х роках ХХ ст., неправомірно.

Тепер розглянемо власне плакати. Як уже зазначалося, основний наголос у публікаціях останніх років зроблено на виготовленні та розповсюдженні плакатів політично-пропагандистського спрямування 20–30-х років ХХ ст. Проте реальний аналіз плакатів з фонду НБУВ показав дещо іншу картину. Було проаналізовано за назвами 703 плакати

зазначеного періоду. Із цієї кількості лише 249 плакатів, що становить 35,7%, можна віднести до цієї категорії. Решта – плакати культурно-побутового та навчально-виробничого призначення.

Було проведено не вибірковий, а поштучний їх аналіз. Враховуючи ту обставину, що плакатний фонд НБУВ є одним з найбільших в Україні, логічно говорити про певні тенденції або напрями в суспільному житті та наукових дослідженнях.

На відміну від переважної більшості публікацій останнього десятиріччя та з урахуванням нової інформації, яка постала внаслідок дослідної роботи, хотілося б почати аналіз тих категорій плакатів, які становлять переважну більшість у колекції плакатів НБУВ.

Плакати культурно-побутового та навчально-виробничого призначення становлять 454 од., або 64,3% від загальної кількості назв. До цієї категорії належать питання медицини, культури та освіти, діяльності громадських організацій, виробничих відносин, фінансів та соцстрахування. Найбільша кількість плакатів припадає на виробничі відносини в промисловості та сільському господарстві (44 – у промисловості та 124 – в сільському господарстві). За актуальністю чільне місце посідали питання культури та освіти. Загальна кількість відповідних плакатів становить 90 од. У них порушувалися питання підвищення культурного рівня населення, подолання неписьменності, відкриття хат-читалень тощо.

Якщо говорити про конкретні зразки плакатів, то варто звернути увагу на творчість Г. Нарбути – видатного українського графіка, автора перших українських державних знаків. Він був одним із засновників і ректором Української академії мистецтв. Виконав ескізи циклу державних паперів – банкнот, грамот, листівок. Опрацював проекти Державного герба та печатки Української держави [11, с. 79].

У роки радянської влади його ім'я було під забороною. Згадувати його заслуги перед Україною, особливо в роки Української революції (1917–1921) рішуче не рекомендувалося. У фондах НБУВ є один плакат-оголошення, виконаний Г. Нарбутом. Це запрошення (1920 р.) відвідати літературно-художню виставку на відзнаку пам'яті Т. Шевченка в Києві (рис. 1). Плакат роздруковано в Літографії Я. Бенціяловського.

Художник творчо опрацював шрифт із Пересопницького Євангелія, сполученням чорного й коричневого кольорів підкреслив тяглість використання цього твору протягом багатьох поколінь. На основі української історичної культурної спадщини Г. Нарбути вдалося створити національну за формою та змістом українську афішу, яка вплинула на розвиток української графіки й дизайну [12, с. 156]. Це оголошення було визнано

найкращим культурно-просвітницьким плакатом часів Української революції [13, с. 116].



Рис.1. Оголошення, виконане Г. Нарбутом  
*Джерело:* зібрання плакатів із фондів НБУВ

З відзначенням шевченківської річниці в Києві пов'язаний ще один плакат під назвою «Шевченківське свято. Київ. 1920». На ньому зображено кінного козака в русі, який тримає прапор з рядками «Заповіту»: «Поховайте та вставайте, кайдани порвіте і вражою злою кров'ю волю окропіте». Особливістю цього плаката є те, що він виконаний у традиційному стилі українського бароко. Він містить заклик до боротьби за національне визволення та зовсім не асоціюється з більшовицькими лозунгами світової революції. Його автором є Л. Бойчук. Плакат видрукувано в 1920 р. видавництвом «Дніпросоюз» у Києві.

У 20-ті роки минулого століття важливого значення надавалося кампанії з організації передплати на газети та журнали. Якщо брати до уваги наявні плакати з фонду НБУВ, то це були газети «Прикордонна комуна», яка видавалася у м. Проскурів (тепер – м. Хмельницький), «Селянин Харківщини» – орган Харківського окружкому КП(б)У та Окрвиконкому, «Вісті» – орган ВЦВУК та ін. Організовувалася передплата на книги та журнали освітнього й навчального характеру, що підвищувало загальноосвітній рівень громадян України.

Питання медицини, профілактика захворювань, санітарно-гігієнічні заходи відображалися в плакатах видавництв «Наукова думка» та «Медвидав». Очевидно, упродовж 1919–1930 рр. вони були досить розповсюдженими, в НБУВ зберігається 89 назв плакатів цієї тематики.

Україна була аграрною країною і головною галуззю в ній було сільське господарство. Це знайшло своє втілення й у випуску плакатів. Сто двадцять чотири плакати на сільськогосподарську тематику відображають інтерес переважної більшості населення України до процесу сільгоспвиробництва, а не світової революції. Тому на них показано різні стадії виробництва сільськогосподарської продукції в галузі рослинництва, тваринництва, боротьби зі шкідниками тощо.

Найбільш яскравим прикладом плаката на сільськогосподарську тематику можна назвати роботу відомого художника П. Васильєва «Боротьба з головною» (рис. 2) [14].



Рис. 2. Боротьба з головною

Джерело: Васильєв Петр Васильевич.

Большая Советская Энциклопедия. М., 1971. Т. 4. С. 104



Особливістю цього плаката є те, що його виконано не в графічному, а в живописному стилі. Автор застосовує основні прийоми, характерні для видатних плакатистів кінця XIX–початку XX ст. Ж. Шере, А. Тулуз-Лотрека, А. Мухи та ін. Завдяки цим художникам кращі зразки плакатів стали справжнім витвором мистецтва. Щоправда, на відміну від них у цьому плакаті зображено не рекламу якогось розважального закладу чи виду продукції, а процес сільськогосподарського виробництва на господарському дворі, зокрема засоби для боротьби з головною.

Оригінал виконано олійними фарбами, дійові особи показані в класичному реалістичному стилі, характерному для живописних жанрових робіт. Водночас є всі особливості плаката як інформаційного джерела. У ньому гармонійно поєднано візуальну та текстову інформація. Зокрема, у верхній і нижній частинах плаката описуються основні особливості захворювання зернових культур на головню та методи боротьби з нею. Плакат виготовлено в 1930 р. Інститутом наочних приладь Наркомзему УСРР на замовлення Одеського міськкліту (наклад – 10 тис. пр.).

Розглянемо плакати політично-пропагандистського спрямування. Як показують підрахунки, вони не були пріоритетними в планах видавництва. Водночас 249 назв плакатів – кількість, з якою треба рахуватися. У цьому зв'язку постає питання про наклад видань. Можна було б припустити рішучу перевагу тиражування політичних плакатів над усіма іншими. Проте аналіз плакатів фонду НБУВ цього не показує.

Більше того, у ряді випадків у накладках зафіксовано перевагу плакатів культурно-побутового і виробничого призначення над плакатами політичного спрямування. Наклад вкладається в цифри від 500 до 50 тис. пр. Причому найменша кількість – це реклама одеського пива, а найбільша – заклик до ліквідації неписьменності. Переважна ж більшість плакатів друкується накладками від 3 до 10 тис. пр. Найбільш типовим накладом було 5 тис. плакатів.

Якщо виходити із цих позицій, то в Україні протягом 1917–1930 рр. разом було видрукувано приблизно 3 млн 515 тис. пр. плакатів. З них – 2 млн 270 тис. пр. плакатів культурно-побутового і виробничого призначення та 1 млн 245 тис. плакатів політичного спрямування. І хоча політичні плакати були в наочній меншості, але вони, безумовно, впливали на суспільну свідомість пересічних громадян України.

Випуск цієї категорії плакатів був одним з пунктів проголошеної Леніним культурної революції в Росії. Поряд з підняттям загальнокультурного рівня населення передбачалися заходи з пропаганди існуючого

суспільного ладу. Плакати ж у малоосвіченій країні були ідеальною формою втілення такої концепції.

Плакати несли в собі прості та водночас яскраві образи, лозунги були короткими і швидко запам'ятовувалися, розповсюджувалися в державних установах, на вулицях, у громадському транспорті. Певною мірою вони стали заміною друкованих засобів масової інформації, використовувалися численними агітаційними бригадами, які пересувалися країною в агітаційних потягах, на пароплавах тощо.

Одним з яскравих зразків політичного плаката 20-х років можна назвати роботу В. Маренкова «Да здравствует власть Советов! Путь к счастью трудящихся – через Советы, руководимые Коммунистической партией» (рис. 3).



Рис. 3. «Да здравствует власть Советов»  
Джерело: зібрання плакатів із фондів НБУВ

В основі творчості В. Маренкова лежить пряме звернення до глядача та заклик дією. У його плакатах існує два простори: зовнішній, де перебувають глядачі, та простір аркуша, у якому живуть герої твору, виразники його ідей. Є ще й третій. Саме туди, углиб – найчастіше жестом руки, а часом рухом усієї своєї постаті – спрямовує погляд герой. Саме такою і є пропонувана робота В. Маренкова, виконана в класичному

стилі графіки, яка закликає глядача до світлого майбутнього нового суспільства. Роботу надруковано в 1921 р. у Державному видавництві «Київ» (наклад – 3 тис. пр.).

Ще одна робота О. Маренкова «В огні світової соціальної революції пролетаріат порвав пута неволі». На лицьовому боці аркуша в межах зображення в лівому куті авторський підпис і дата. Угорі праворуч над рамкою зображальної частини плаката текст: «Пролетарі всіх країн, єднайтеся». Унизу під рамкою зображальної частини текст плаката: «В огні світової соціальної революції пролетаріат порвав пута неволі. Хай живе Комуністичний Інтернаціонал – факел повстання пролетарів усього світу». Плакат надруковано ДВ «Київ» (наклад – 10 тис. пр.) [15, с. 132].

Особливо треба звернути увагу на правдивість та об'єктивність інформації, поданої в плакатах. Якщо в плакатах, де рекламуються процеси виробництва або певний вид вироблюваної продукції, це є обов'язковою умовою, то завдання політичного агітаційно-пропагандистського плаката зовсім інше. Його головна мета – нав'язати більшовицьку ідеологію, переконати пересічного громадянина в правильності курсу політичного керівництва країни. Тому вимагати об'єктивності від цієї категорії плакатів не варто. Крім того, має місце міфологізація подій і свідоме їх перекручення.

У цьому зв'язку політичні плакати 20-х років ХХ ст. є ідеальним об'єктом дослідження також і критики з боку сучасних суспільствознавців. Так, у роки Української революції, щоб прогнати міське населення й Червону армію, більшовики докладали надзвичайних зусиль, аби селянин добровільно здавав надлишки хліба державі. І тим самим у нього відбирали результати його важкої праці, залишали землеробів і їхні родини, «за щастя яких так боролися», помирати від голоду.

На агітаційних плакатах це подавалося як союз робітничого класу та селянства. І найбільш зацікавлені в цьому «союзі» були буцїмто селяни. Вони закликають селян здавати хліб державі. В одному випадку – це дві дороги, що ведуть до міста. Однією селяни везуть хліб, а іншою – на зворотному шляху прямують вироби промислової продукції. У другому – це залізнична станція, куди селяни повинні звозити хліб. В інших випадках – це прямий заклик здавати хліб органам хлібозаготівель. Плакати виконано в графічному стилі з акцентом на заклики здавати хліб державі. Хто не погоджувався, тих оголошували ворогами радянської влади.

Для закріплення цієї «зацікавленості» на села відправлялися продзагони з метою насильницького вилучення хліба, що призводило

до гарантованого голодування виробників сільськогосподарської продукції. У відповідь в Україні селянство неодноразово виступало зі зброєю в руках проти радянської влади.

У більшовиків було особливе ставлення до так званих куркулів. Під цією назвою малася на увазі зневажлива оцінка заможного селянина. У подальшому – усіх супротивників колективізації [16]. На плакатах вони зображувалися як глитаї та експлуататори сільської бідноти, ставилися в один ряд із білогвардійцями й поміщиками. Їх було оголошено головними винуватцями злиденного життя сільської бідноти і ворогами радянської влади. Звучали провокаційні заклики до розправи над ними та їхніми сім'ями.

Насправді як масове явище куркульство бере свій початок від Декрету про землю Леніна. У результаті земельної реформи всі селяни отримали однакову кількість землі на одну особу. Проте вже у другій половині 1920-х років відбувся поділ власності. Роботящі й хазяйновиті господарі стали заможними селянами – в інтерпретації більшовиків «куркулями», а ледарі та п'яниці – наймитами.

Аби якось звести кінці з кінцями, вони здавали свою землю в оренду, а в подальшому виставляли її на продаж. Після цього ставали найманими сільгоспробітниками у так званих куркулів. Під час колективізації такі наймити ставали головами колгоспів і місцевою владою та робили все, щоб куркулі спочатку були позбавлені власності, а потім виселені до Західного Сибіру та Далекого Сходу. Під час колективізації в Україні було експропрійовано 200 тис. селянських господарств, а кількість постраждалих становила 1,2–1,4 млн осіб [17].

Апогеєм цієї міфологізації стало проведення колективізації в Україні. На плакатах – щасливе життя колгоспників (рис. 4).

Плакат виконано в класичному живописному стилі. Яскравими фарбами розмальовано щасливе життя колгоспників, які живуть за заповітами свого вождя Й. Сталіна. За вікном – череда рогатої худоби, елеватор, будинки. Розцвітає заможне культурне життя колгоспників. Зображено дорогий, як на той час, патефон, щасливі обличчя колгоспників, електричну лампочку Ілліча, піонера з розкритим зошитом, у якому звучить заклик до глядача берегти колгоспне майно, яке є основою добробуту колгоспників. У цьому контексті погляд глядача спрямовано на портрет Й. Сталіна – діагональний рух, яким художник концентрує увагу на основному об'єкті художнього твору.

Тут використано творчий метод соціалістичного реалізму, який став пануючим, починаючи з 30-х років ХХ ст., у галузі літератури

та мистецтва. Плакат випущено в 1929 р. у видавництві «Мистецтво». Його автором є художник Є. Світличний (наклад – 20 тис. пр.).



Рис. 4. Міцніють більшовицькі колгоспи  
*Джерело: зібрання плакатів із фондів НБУВ*

У дійсності ж відбувалася примусова експропріація землі, мала місце надзвичайно низька продуктивність праці, на зароблені трудодні неможливо було прожити. Усе це стало однією з причин голодомору 1932–1933 рр., коли, за приблизними підрахунками, померло від 4 до 6 млн осіб [17].

Важливою формою плакатної агітації у 20-х роках ХХ ст. була політична карикатура. Під цим поняттям розуміють жанр образотворчого мистецтва, де в сатиричній чи гумористичній формі відображаються соціальні, суспільно-політичні, побутові явища, реальні люди або їхні характерні типи [18].

Політична карикатура посіла чільне місце в засобах масової інформації 1920-х років, у тому числі і в плакатах. Для неї була характерна велика кількість деталей і написів різного рівня. Зокрема був епіграф, часто

у вигляді цитати, яка визначала конкретний привід для появи певного плаката. На плакаті під / над малюнком містився текст як заголовок або певна текстова інформація, найчастіше в прозовій чи римованій формі. Остання була найбільш дохідлива та зрозуміла слухачам і полегшувала пропагандистам проведення політичних занять на певну конкретну тему. Пояснювальні написи робилися на окремих деталях малюнка. Водночас найталановитіші карикатури були самодостатніми й зрозумілими навіть без слів.

У карикатурах зображувалися як відомі особи з акцентованими характерними ознаками, так і певні типи – узагальнені образи соціальних, національних, професійних та інших груп, а також символи держав. Визначилися дві різко окреслені лінії роботи над сатиричним образом. Перша – це лінія створення узагальненого образу (образу-маски), що переростав у символ або умовний знак, який зображав певний суспільний феномен. Друга – створення індивідуалізованого образу, вираженого через конкретну особу або соціальне явище.

Усі ці особливості характерні для політичної карикатури 1920-х років, яка була видана в Україні. Загальна кількість її зразків у фондах НБУВ налічує 39 од. Вона відображає питання як внутрішньої, так і зовнішньої політики радянської держави. На першому етапі, у період 1917–1921 рр., найбільш характерною була військова тематика. Зокрема, у сатиричних образах відображалися держави Антанти, білогвардійці та збройні формування УНР. Представлені образи-маски є найбільш типовими для тогочасних уявлень замовників і виконавців про своїх політичних опонентів.

Надалі автори плакатів перейшли до питань внутрішньої політики. Головними сатиричними об'єктами стали непмани, приватні власники та заможні селяни. Причому жорстока класова боротьба другої половини 1920-х років позначилася й на характері відтворюваних образів. Якщо капіталісти, держави Антанти у цілому зображувалися в саркастично-гумористичному вигляді, то непмани, заможні селяни і всі супротивники колективізації – у зневажливо-образливому. Усіма цими образами представники влади показували, що цим персонажам немає місця в новому соціалістичному суспільстві, і таким чином готували громадську думку до невідворотності масових репресій.

Найбільш характерним зразком подібного типу можна назвати відомий плакат «Цар, піп та куркуль», який є українізованим варіантом російського плаката «Царь, поп и кулак» (1919). У ньому візуальну (невербальну) частину збережено майже повністю. Водночас текстову, або вербальну

частину інформації істотно змінено. Насамперед її перекладено на українську мову. Причому цей переклад має довільну форму. Найголовніше, що в текстовій частині чітко сказано, що заможний селянин (куркуль) є ворогом радянської влади. Плакат надруковано в 1919 р. у Відділі розповсюдження та постачання літератури Всеукраїнського видавничого комітету при Ц.В.К.Р. і С.Д.У. у Києві.

Ще один імпортований плакат з Росії під характерною назвою «Кто против продразверстки? Поп, кулак и белогвардеец». Характерною його особливістю є те, що виконано його в класичному високому стилі політичної карикатури з мінімумом текстової інформації. Водночас візуальні образи легко читаються за допомогою масок, характерних для тих або інших персонажів. Так, центральною постаттю плаката є гладкий зажирений куркуль із самозадоволеною посмішкою. Усім своїм виглядом він показує, що задоволений життям і своїм місцем у суспільстві. Усього цього він досяг завдяки експлуатації сільської бідноти.

Підпорядковані образи попа та білогвардійця теж легко впізнаються за певними характерними ознаками: рясою священника і військовим мундиром, дуже подібним до форми військовослужбовця царської армії. У розумінні більшовицьких пропагандистів саме ці персонажі і є головними винуватцями тяжкого становища як робітників, так і селян, а також ворогами радянської влади. Плакат роздруковано в 1920 р. Київським відділенням Одукросту № 1. Автор і наклад плаката невідомі.

Варто звернути увагу й на плакати, які відображають суто українське життя. Один з таких плакатів – «Куркуль, бандит та Червона армія» (рис. 5). За своїм сюжетом він дуже схожий на плакат «Цар, піп та куркуль». На лицьовому боці аркуша над зображенням розміщена назва плаката – «Куркуль, бандит та Червона армія». На основній частині плаката в сатиричному зневажливо-образливому вигляді показано узагальнені образи ворогів радянської влади: українського куркуля як синьожупанника в смушевій шапці із синім шликом, як учасників збройних формувань УНР та учасників селянських повстань проти політики продрозкладки, а в подальшому й колективізації. Над їхніми головами занесено «дамоклів меч революції» – дрюк як неминуча розплата ворогів радянської влади від Червоної армії.

Унизу, під зображенням, – текст, у якому в образливих виразах («розбишаки і павуки») описано життя заможних селян та учасників протестів проти більшовицького терору і пророкується неминуча розправа Червоної армії над ними.



Рис. 5. Куркуль, бандит та Червона армія  
*Джерело: зібрання плакатів із фондів НБУВ*

За змістом і формою цей плакат дуже зручний для пропагандистів, як досвідчених, так і не дуже. З одного боку, його можна використати для самостійного засвоєння матеріалу політики партії в аграрному питанні. По-друге, пропагандист може використати його під час проведення лекції в агітаційній кімнаті чи хаті-читальні. Подібні плакати були широко розповсюджені в першій половині 20-х років ХХ ст. Роздруковано в 1920 р. у Державному видавництві УСРР. Його автор, наклад невідомі.

*Висновки.* Підсумовуючи вищенаведене, можна дійти таких висновків. Період 20-х років ХХ ст. був важливим у житті українського суспільства. Для його об'єктивного висвітлення потрібні як текстові, так і візуальні джерела інформації. Останні ж ще недооцінено достатньою мірою суспільством. Те ж саме можна сказати й про плакати. У ряді випадків, віддаючи їм належне щодо агітації, пропаганди та поширення інфор-



мації, мистецтвознавці ставляться до плакатів як до чогось другорядного, не вартого уваги з точки зору образотворчого мистецтва.

У цьому питанні значну допомогу може надати НБУВ, яка володіє одним з найбільших зібрань плакатів в Україні. Їх дослідження може привести до багатьох неординарних та несподіваних висновків як у галузі мистецтвознавства, так і суспільних наук у цілому й історії України зокрема.

Попри те що останнім часом значна кількість суспільствознавців особливе місце відводять пропаганді й агітації в житті суспільства, їхню роль все ж таки не варто перебільшувати. У будь-якому разі в Україні, та й у Росії теж, у 20-х роках ХХ ст. друкарський верстат замінити багнет не зміг. Як і не відбулося масового переходу митців на бік радянської влади. Працюючи в установах, контрольованих більшовиками, у більшості випадків вони виконували соціальне замовлення суспільства та не займалися агітаційно-пропагандистською роботою.

У переважній більшості український народ комуністичну ідеологію не сприйняв. Це був типовий експорт революції. Тому для утвердження своєї влади більшовики проводили колективізацію на теренах СРСР так, як вони її проводили. З їхньої точки зору, репресивний шлях був єдино можливий для утримання влади, завойованої ними збройним шляхом. В Україні було застосовано особливо цинічний і жорстокий метод – штучний голодомор. Такі уроки історії всім нам треба добре пам'ятати.

### Список бібліографічних посилань

1. Чаус Н. В. Советские плакаты 1917–1920 гг. – основное средство пропаганды социалистической идеологии. *Вестн. Тамбов. гос. ун-та*. 2010. № 6. С. 220–223.
2. Лежень Е. Е. Плакат как средство политической агитации в 1917–1930-е гг. *Вестн. Саратов. гос. соц.-экон. ун-та*. 2013. Вып. 3. С. 122–124.
3. Николаева М. Ф. Советское плакатное искусство как материал для культурологического исследования. *Ярослав. пед. вестн.* 2012. № 1. Т. I. С. 323–326.
4. Авраменко А. В. Радянський плакат 1920–1930-х рр. як засіб пропаганди. *Наук. зап. НаУКМА*. 2010. Т. 101 : *Теорія та історія культури*. С. 66–72.
5. Маланчук-Рибак О. Візуальна культура як дослідницький об'єкт. *Мистецтвознавчий автограф*. 2013. Вип. 6–8. С. 99–106.

6. Плакат. *Большая российская энциклопедия*. М. : *Большая Российская Энциклопедия*, 2014. Т. 26. С. 338.
7. Рачков Є. С. Методи та підходи візуальної історії: аналіз історіографії. *Харків. історіограф. зб.* 2015. Т. 14. С. 27–41.
8. Стеценко А. Розвиток сучасного плаката та його вплив на суспільство : курсовий проект студентки Київ. нац. ун-ту технологій та дизайну. Київ, 2015. 50 с. URL: knowledge.allbest.ru.
9. Андрейканіч А. І. Антологія українського плаката першої третини ХХ ст. Косів : Довбуш, 2012. 120 с.
10. Лобузін К., Гутник Л. Український плакат 1920–1990-х рр. у фондах НБУВ: наукове упорядкування, дослідження та представлення матеріалів зібрання. *Бібл. вісн.* 2010. № 3. С. 28–34.
11. Ковпаненко Н. Г. Нарбут Георгій Іванович. *Видатні діячі науки і культури Києва у краєзнавчому русі України : біограф. довід*. Київ : Ін-т історії НАН України, 2005. Ч. 2. С. 76–83.
12. Будник А. В. Формування національної специфіки українського видовищного плакату кінця ХІХ – першої третини ХХ ст. Проблеми пластичного та ужиткового мистецтва. *Мистецтвознавчі зап.* 2015. Вип. 28. С. 152–160.
13. Бутник-Сиверский Б. С. Советский плакат эпохи гражданской войны. 1918–1921. М. : Всесоюз. книж. палата, 1960. 695 с.
14. Васильев Петр Васильевич. *Большая Советская Энциклопедия*. изд. 3. М. : Большая Советская Энциклопедия, 1971. Т. 4. С. 104.
15. Фоменко Д., Цинковська І., Юхимець Г. Аркушеві образотворчі видання у фондах НБУВ (1904–1923) : бібліогр. покажч. Київ, 2002. 191 с.
16. Гончаренко В. Д. Куркульство. *Юрид. енциклопедія*. Київ : Українська Енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2001. Т. 3. С. 439–440.
17. Марочко В. І. Голодомор 1932–1933 років в УСРР. *Енциклопедія історії України*. Київ : Наук. думка, 2004. Т. 2. С. 146.
18. Стернин Г. Ю. Карикатура. *Большая Советская Энциклопедия*. изд. 3. М. : Большая Советская Энциклопедия, 1973. Т. 11. С. 116.

## References

1. Chaus, N.V. (2010). Sovetskie plakaty 1917–1920 gg. – osnovnoe sredstvo propagandy sotcialisticheskoi ideologii [Soviet posters of 1917–1920 as the main instrument of socialist ideology propaganda]. *Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Tambov State University*, 6, 220–223 [in Russian].

2. Lezhen, E.E. (2013). Plakat kak sredstvo politicheskoy agitatsii in 1917–1930-e gg. [Posters as instruments of political propaganda in 1917–1930-ies]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta – Bulletin of Saratov State Socio-Economic University*, 3, 122–124 [in Russian].
3. Nikolayeva, M.F. (2012). Sovetskoye plakatnoe iskusstvo kak material dlia kulturologicheskogo issledovaniya [Soviet poster art as material for culturological studies]. *Yaroslavskiy pedagogicheskii vestnik – Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 1 (1), 323–326 [in Russian].
4. Avramenko, A.V. (2010). Radianskyi plakat 1920–1930 rokiv yak zasib propagandy [Soviet poster of the 1920–1930-ies as an instrument of propaganda]. *Naukovi zapysky NaUKMA–Scientific notes of the National University «Kyiv-Mohyla Academy», 101: Teoria ta istoriya Kultury*, 66–72 [in Ukrainian].
5. Malanchuk-Rybak, O. (2013). Visualna kultura yak doslidnytsky ob'ekt. [Visual culture as an object of art studies]. *Mystetstvoznavchyi avtograf – Art Autograph*, 6–8, 99–106 [in Ukrainian].
6. Poster [Poster]. *Bolshaya Rossiyskaya Entsiklopedia – Big Russian Encyclopedia*, 26, 338. (2014). Moscow: Bolshaia Rossiyskaia Entsikiopediia [in Russian].
7. Rachkov, Ye.S. (2015). Metody ta pidkhody vizualnoi istorii: Analiz istoriografii. [Methods and approaches of visual history: Analysis of historiography] *Kharkivskiy istoriografichnyi zbirnyk – Kharkiv Historiographical Collection*, 14, 27–41 [in Ukrainian].
8. Stetsenko, A. (2015). Rozvytok suchasnoho plakatu ta yoho vplyv na suspilstvo. [Development of present-day poster and its influence on society]. Kursovyi proiect studentky Kyivskoho Natsionalnoho universytetu tekhnolohiy ta dyzainu. URL: [knowledge.allbest.ru](http://knowledge.allbest.ru) [in Ukrainian].
9. Andreikanich, A.I. (2012). Antolohiya ukrainskoho plakata pershoyi tretyny XX st. [Anthology of Ukrainian poster of the first third of the 20<sup>th</sup> century]. Kosiv: Vydavnychyy dim «Dovbush» [in Ukrainian].
10. Lobusina, K., Hutnyk, L. (2010). Ukrainskyi plakat 1920–1990 rr. u fondakh NBUV: naukove uporiadkuvannya, doslidzhennia ta predstavlennia materialiv zibrannia [Ukrainian poster of the 1920–1990 in VNLU holdings: scholarly systematization, studies and representation of collection materials]. *Bibliotechnyyi visnyk – Library Bulletin*, 3, 28–34 [in Ukrainian].
11. Kovpanenko, N. G. (2005). Narbut Georgii Ivanovych. *Vydatni diyachi nauky i kultury Kyieva u kraieznavchomu rusi Ukrainy: biohrafichny dovidnyk – Outstanding Figures of Science and Culture of Kyiv in the Local*

*Lore Movement of Ukraine: a Biographical Guide*, 2, 76–83. Kyiv: Instytut istorii NAN Ukrainy [in Ukrainian].

12. Budnyk, A. V. (2015). Formuvannia natsionalnoi spetsyfiky ukrainskoho vydovyshchnogo plakatu kintsia XIX – pershoi tretyny XX st. [Formation of the national specific character of Ukrainian performance posters of the late 19<sup>th</sup> – the first third of the 20<sup>th</sup> century]. *Problemy plastychnoho ta uzhytkovoho mystetstva. Mystetstvoznavchi zapysky – Art Notes*, 28, 152–160 [in Ukrainian].

13. Butnik-Siverskiy, B. S. (1960). Sovetskiy plakat epokhi grazhdanskoj voyny. 1918–1921. Moscow: Vsesouznaia knignia palata [in Russian].

14. Vasiliev Petr Vasilievich. *Bolshaia Sovetskaia Encyclopedia – Big Russian Encyclopedia*, 4, 104. (1971). Moscow: Bolshaia Sovetskaia Encyclopediia [in Russian].

15. Fomenko, D., Tsynkovska, I., Yukhimets, G. (2002). Arkushevi obrazotvorchi vydannia u fondakh NBUV (1904–1923): bibliografichni pokazhchyk [Sheet artprints in VNLU holdings (1904–1923): bibliographic index]. Kyiv [in Ukrainian].

16. Goncharenko, V. D. (2001). Kurkulstvo [Kurkuls]. *Jurydychna encyclopedia – Legal Encyclopedia*, 3, 562. Kyiv: Encyclopedia im. M. P. Bazana [in Ukrainian].

17. Marochko, V. I. (2004). Holodomor v Ukraini 1932–1933 rokiv v USRR [Holodomor (Homicide Famine) of 1932–1933 in the USSR]. *Encyclopedia istorii Ukrainy – Encyclopedia of the History of Ukraine*, 2, 146. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].

18. Sternin, G. U. (1973). Karikatura [Caricature]. *Bolshaia Sovetskaia Encyclopedia – Big Russian Encyclopedia*, 11, 116. Moscow: Bolshaia Sovetskaia Encyclopedia [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 06.11.2020.

### **Petro Skrypnyk,**

PhD (History), Junior Researcher,

Institute of Book Studies,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

62 Volodymyrska St., 01 601 Kyiv, Ukraine

e-mail: mini-petarda@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-7542-6933>

### **Printed Posters as a Source for the Study of the Social and Political Processes in Ukraine in the 1920-ies**

The paper addresses the role of printed posters as visual sources for studying social and political processes in the 1920-ies. It allows to consider the idea that the Ukrainian

society, under the influence of the bolsheviks propaganda, enthusiastically started to build a new society, as incorrect one. Without denying the impact of propaganda in the life of society, one should more comprehensively analyze the processes that took place in the crucial periods of Ukrainian history. It is also important here to take into account other methods of influencing common people, in particular, the repressive acts of the soviet authorities.

The statement of the problem involves the shift of the emphasis in elucidating the socio-political processes in Ukraine in the 1920-ies. In contrast to the majority of researchers, the author, relying on the evidence of the V. I. Vernadsky National Library of Ukraine holdings, considers that the propaganda of bolshevism ideas did not play the decisive role traditionally ascribed to it both during the USSR existence and in the later years.

Its research methodology is based on using the comparative analysis method in interpreting the social and political processes in Ukraine in the period mentioned. The scientific novelty of the study is the shift in the accents in the vision of socio-economic processes that happened in Ukraine in the 20-ies of the previous century. Unlike the majority of researchers, the author, relying on the evidence of the V. I. Vernadsky National Library of Ukraine poster holdings, maintains that the propaganda of bolshevism ideas did not play the crucial role that had been traditionally ascribed to it both in the period of the USSR existence and in subsequent years. The principal method of promoting those concepts were persecution, administrative harassment and struggle against dissent persons.

The analysis of the abovementioned posters has shown that political propagandist posters were not the main type of printed poster products. Therefore, there is no reason to claim that they played the crucial role in the propaganda of bolshevism ideas in Ukraine. Quite the contrary, the posters of cultural, public and manufacturing function made a noticeable contribution to developing the self-consciousness of the Ukrainian society. Hence, persecution practices were the main effective instruments for bolsheviks to advance socialist and communist ideas.

A vast majority of the Ukrainian people did not accept the communist ideology, which, in fact, was a typical export of revolution. For that reason, to establish their power, bolsheviks implemented collectivization by severe methods. In their view, the repressions were the only way to withhold the power that they had seized in the armed struggle. Moreover, an especially cynical and cruel method to implement that in Ukraine was Holodomor (Genocide Famine).

*Keywords:* visualization of scientific research, poster, collection of printed posters, political propagandist posters.