

## СЕКЦІЯ 4. МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО

### ПЛАКАТ ЯК НОСІЙ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ЗМІСТУ (СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ)

*Бернат Л. А.*

*Викладач кафедри графічного дизайну*

*Київського державного інституту декоративно-прикладного мистецтва і  
дизайну імені Михайла Бойчука*

In this paper the general stages of poster art in a historical context, as an instrument of influence on mass consciousness and lifestyle in society, highlighted typical themes of social advertising as a carrier and social values. Determined its importance in the socio-cultural space.

**Анотація:** У даній роботі розглянуті загальні етапи розвитку плакатного мистецтва в історичному контексті, як інструмента впливу на масову свідомість та стиль життя у суспільстві, виділена характерна тематика соціальної реклами як носія і транслятора суспільних цінностей. Визначено його значення у соціокультурному просторі

**Ключові слова:** соціальний плакат, суспільство, історія, культура, social poster, society, history, culture.

Актуальність теми: Плакат — засіб візуальної комунікації, як масовий продукт тієї чи іншої реклами та пропаганди, здатен формувати візуальну культуру суспільства, пропагувати певні настанови. І тому, певною мірою, його можна вважати унікальним, соціальним і художнім документом конкретного історичного періоду. Тож вивчення його ролі в радянському мистецтві особливо актуальне в контексті дослідження історії того періоду та деміфологізації певних аспектів, а також професійних надбань плакатного мистецтва. Поетапний аналіз плаката дозволяє

уточнити, як змінювалися соціально-політичні, ціннісні пріоритети рівень загальної культури в результаті соціалістичних перетворень.

Потреба сучасного суспільства в ефективному та переконливому соціальному плакаті велика як ніколи, бо ж на сьогодні окреслюючи соціальні проблеми, підвищуючи рівень культури він виступає як один із чинників розбудови та розвитку громадянського суспільства.

Мета роботи. На основі величезного обсягу оригінальних матеріалів (зібрання плакату НБУВ) дослідити та окреслити теми і проблеми суспільства які піднімалися в плакаті ХХ ст. Виокремити з усього масиву соціальний плакат, подати його характеристику в розвитку.

Критична література, що вийшла в світ за період Радянської влади, була безперечно, підпорядкована певним ідеологічним постулатам. Об'єктивне ж бачення і дослідження процесів, що відбувалися у мистецтві плаката, стало можливим лише за певної віддалі у часі, зі зміною соціо-культурного контексту. Історія плаката та різні аспекти цього культурно-мистецького явища висвітлювались у працях авторів: А. Авраменко, Ю. Белічка, В. Бугрим, Б. Бутника-Сіверського, І. Вештак-Остроменської, В. Грищенка, Л. Гутник, Л. Владича, О. Гладун, В. Гомжина, Д. Горбачова, О. Донець, В. Ляхова, Н. Нечасвої, О. Порфімович, Н. Саппи, Н. Сбітнєва, О. Федченка, Ю. Чалої, В. Шевченка, І. Шалінського, Г. Юхимця та ін.

Плакат — найбільш масова форма образотворчого мистецтва, що виконує певну утилітарну функцію і націлена на вирішення конкретних соціальних завдань. За тоталітарної державної системи з жорстким контролем над масовою художньою продукцією, отримавши досить інтенсивний розвиток, плакат був провідником і пропагандистом державної політики. Виробництво плаката було повністю монополізовано державою, смислове та образне наповнення його регламентувалося за допомогою державних органів цензури. Візуально формуючи соціально-культурний простір нової держави він впродовж усієї радянської історії зберіг своє вирішальне значення.

Вимушений в умовах радянської державної системи виражати офіційну точку зору на дійсність, він всебічного образу епохи дати не міг. Але при цьому, будучи

одним з основних пропагандистів державної політики, він одночасно став і своєрідним її викривачем, зримо засвідчивши її демагогічні принципи.

Особливість плаката полягає ще й у тому, що він одночасно є видом мистецтва і компонентом політики та механізмом впливу.

Український друкований плакат — багатогранне мистецьке явище, що містить інформацію, закодовану в певних зорових образах. Однією з його якостей є сучасна фіксація історичних фактів: хроніка політичних та культурно-мистецьких подій. Мистецтво плаката дає змогу поринути у тогочасну дійсність, таку, якою її відбили плакатні гасла та візуальні образи.

Власне історія, активний розвиток плаката та перетворення його в особливий вид графічного мистецтва в Західній Європі і Російській імперії починається в останній чверті XIX століття.

Після революції 1917 року плакат перетворився в могутній засіб комуністичної пропаганди, правильного способу життя та ідеології. В залежності від історичного часу, соціально-політичних і культурних передумов плакат змінював свої стилеві та ідеологічні особливості. Соціальний плакат був невіддільний від політичного — і носив відбиток партійної ідеології та належав до монополізованої сфери державної пропаганди і агітації. Своєю ідеологічною спрямованістю, промовистою образотворчою палітрою він грав надзвичайно важливу роль в реалізації ідеологічного та соціально-культурного перетворення всіх сторін суспільства, формування радянських стандартів. То ж тематика плаката диктувалася тими настановами, які необхідно було терміново донести до широких мас.

Так, в роки революції та громадянської війни метою агітаційно-пропагандистської роботи стала в основному мобілізація мас на боротьбу з ворогом (З. Толкачев «Рабочая молодежь в ряды Красной армии. Все на защиту мировой революции», 1919; О. Хвостенко-Хвостов «Геть пана з України»; 1920, голодом та розрухою (О. Маренков «Голод угрожує радянським республікам», 1921; «Виконано продподаток» худ. невідомий; «Геть руїну, хай живе праця», 1920 худож. невідомий. Під впливом більшовицької ідеї соціального перетворення світу проходили й інші значимі соціальні та культурні гасла доби («Заводьте хати-читальні», 1920 худож.

невідомий; «Учіться брати мої...» (1918); Г. Нарбут «Літературно-художня виставка пам'яті Т.Г. Шевченка», М. Бойчук «Шевченківське свято» обидві — 1920 та ін..

Починаючи з 1930-х років значимість плаката як ефективного засобу впливу та інструменту пропаганди на широкі маси збільшується, тематика розширюється. Так, з розвитком кіно популярними стали кіноплакати. Плакатисти були активними учасниками пропаганди кіно, тим самим впроваджуючи його в масову культуру.

З перших років радянської влади праця розглядалась як джерело економічної, політичної та військової могутності держави та добробуту народу, як обов'язковий внесок людини в побудову соціалізму («І тут і там і скрізь будуємо соціалізм!, 1930 худ. невідомий»; А. Страхов «Виконаймо вугільну п'ятирічку за три роки», 1931, «Дніпрельстан збудовано», 1932). Соціальні пріоритети радянської влади також були відображені в плакатах на теми: ліквідації неписьменності (В. Савінов «Ліквідація неписьменності є запорука успішного будівництва соціалістичного господарства та побуту!», 30-і роки), соціальної ролі жінки (А. Страхов «8 Марта — день раскрепощения женщин», 1926 г.), пропаганди фізкультури і спорту (А. Акопов «Молодь, опановуй мото-спорт, готуйся до оборони СРСР!», 1940). В передвоєнний час художники, що працюють в жанрі плаката, також зверталися до соціально значущих тем алкоголізму, дармоїдства.

В плакатах періоду Великої вітчизняної війни (В. Касіян «В бой, славяне», 1942; В. Литвиненко «Не втекти ніколи круку...» (1943), К. Агніт-Следзевський «Під славним містом під Києвом» (1943), Є. Світличний «Дамо фронтові і країні більше хліба», 1944) та ін. головним гаслом було — «Все для фронту, все для перемоги».

У радянський період розвитку мистецтва плаката активно використовувалась соціальна тематика як засіб виховання і ідеологічного впливу, а спектр проблем, як уже зазначалося, коригувався і просувався з боку держави та був нерозривно пов'язаний з політикою. Це соціально-орієнтовані теми: виховання дітей, участь жінки у виробничій та громадській діяльності, які агітують населення взяти участь у всеросійських виборах, суботниках, що підтримують імідж державних свят, закликають до лав Радянської армії, вступу до лав комуністичної партії, пропагують здоровий спосіб життя, безкорисливу працю на благо суспільства. Великого поширення набули плакати сільськогосподарської тематики, оскільки сільське

господарство було проголошено пріоритетною галуззю (В. Адамкевич «Збільшимо насіння кукурудзи», 1954; В. Яланський «Їдьмо з нами на цілинні землі», 1955); з появою завдання в короткий термін «наздогнати» й «перегнати» з'являються плакати з відповідними гаслами. Плакат привертав увагу до головних проблем економіки та мобілізував на необхідні суспільству види діяльності (будівництво БАМу, освоєння Західного Сибіру, тощо) (В. Бахін «Працюємо на совість!», 1970; А. Шульган «Слушай, комсомолець, шахти зовуть!», 1976; Ю. Мохор «БАМ — збудуємо!», 1975). Слід зазначити, що тема соціалістичної праці була завжди однією з найактуальніших. В кожному з історичних відтинків були характерні свої гасла (О. Шульган «Всі на свято праці», 1983; В. Васянович «Дбай про кожен гектар», 1984; О. Кохан «Таким як він, ми кажем: «Годі! Нема вам місця на заводі!», 1986).

Одною з провідних соціальних тем, в різні часи, була тема «нової радянської людини», морального образу «будівника комунізму». Художники-плакатисти створювали візуальні зразки радянської — людини: чесного трудівника, готового безкорисливо служити інтересам колективу і держави, встати на його захист зі зброєю в руках. У плакатах художники використовуючи карикатуру звертались до серйозних вад у житті суспільства, таких як лінь, безгосподарність, розкрадання, бюрократизм, тощо (В. Решетов «Вони не дорожать честю хлібороба. За такі «квадрати» треба вуха м'яти!», 1964; «В. Пашенко «Прокурювать робочий час ми не дозволимо у нас», 1967; Ю. Улитько «Не марнуй!», 1968; Є. Кудряшов «Працювать не можна так — неодмінно буде брак!», 1970; С. Герасимчук «Забув, що є обов'язки, робота, а от на блага — роззявляє рота», 1978).

Боротьба з алкоголізмом неодноразово попадала в ряд першочергових і актуальних за часів антиалкогольних кампаній. В плакатах (В. Решетов «Була людина працююча — занастила оковита», 1968; А. Базилевич «Не в пушах повз, не в осоці, — пригрівсь горілич-змії між нами. Ви не смокчіть його «савці», бо й вас поробить плазунами», 1972; «Де горілка пан і брат, там не буде ділу лад!», 1970; Ю. Козюренко та А. Відренко «Так людина стає алкоголіком!», 1973; Е. Сохань «Пьянство приносит непоправимый вред пьющему человеку и обществу. Родители, помните: спиртные напитки вредны для здоровья будущего ребенка», 1982) пияцтво трактувалось як гальмо соціального і економічного прогресу, як зло, що шкодить здоров'ю та

виробничому процесу. Змінилося трактування теми освіти: вже немає агітації за вступ до вишу, пропагується отримання робочих спеціальностей, (А. Бондарь «Обери професію за покликанням!», 1984; Т. Ляшук «Ми молоді господарі землі!», 1981).

В плакатах прославлялися «високі моральні ідеали радянського суспільства», «найкращі здобутки» і «трудоі подвиги», констатувалося збільшення виробництва товарів; перевиконання п'ятирічних планів. Негативні ж сторони радянської системи в плакатах особливо не висвітлювались.

У 1970-80-і роки складаються умови для розвитку антивоєнного, екологічного та культурно-видовищного плаката. Звісно плакати культурно-видовищного тематики не були заідеологізованими і орієнтувалися на зміст рекламованої події. Вони стали показником різностороннього репертуару театрів, виставок та інших культурних заходів, що відбувались в Україні. То ж масив плакатів цієї тематики, за весь період побутування плаката є відзеркаленням культурного розвитку країни.

Демократична перебудова всх сфер суспільного життя і свідомості в епоху «горбачовської перебудови» відкрила можливості переосмислення, та переоцінки критеріїв, якими народ керувався в минулі роки, зробила доступними плакату широке коло раніше закритих тем. Новий тип плаката не скільки закликав і агітував, як досягав те, що відбувається, оцінюючи події з позицій «пересічного громадянина», а не офіційних політичних кіл. Багато робіт носили соціально-політичний характер: викривали негативні моменти в історії держави, сталінські репресії, голодомор, бюрократизм влади, злидні і низький рівень життя людсь в СРСР. Плакат набирає нові художні форми, стає активним засобом вираження нових ідей. Проблеми культури, відродження нації та духовних цінностей, національного самоусвідомлення стають однією з найбільш важливих тем в плакаті (Л. Бернат «От де, люде, наша слава», 1988; О. Білий «Від геноциду культури до геноциду нації», 1989; А. Вишневський «Геноцид культури — геноцид народу», 1989; В. Вештак «Дбаючи про майбутнє», 1986; О. Кохан «Відбудемо Михайлівський собор», 1989; І. Остроменська «починати треба змалечку», 1989; М. Павлусенко «Без рідної мови, немає народу», 1989; І. Прокоф'єв «Я вивчив би українську мову, 1989»; Г. Шевцов «На культуру», «Екологія культури» — обидві, 1988).

Нового звучання і гостроти набуває плакат екологічного спрямування він стає більш емоційним, його мова більш лаконічною, тематика більш широкою: («З одного дерева можна зробити 100 000 сірників, один сірник може спалити 100 000 дерев», 1972; П. Савченко «Хозяйственники! Не загрязняйте водоемы промышленными стоками», 1982; В. Подчекаєва «Злочин!», 1972; О. Терентьева «Це не тільки твоя Земля, НОМО SAPIENS», 1980; Л. Даченко «Стоп», 1980; С. Кудряшов «Человек проходит как хозяин... », 1989; А. Вереша «...О, святая, святая родина моя! Чем помогу тебе, рыдая?», 1989; О. Лекомцев, О. Стайков, Е. Морозовский «Запорожці пишуть листа турецькому султану», 1990. Слід зазначити, що екологічні проблеми почали привертати увагу громадськості вже в 1960-х роках. Здебільшого такі плакати носили досить декларативний характер (переважно турботи про птахів та звірів, збереження лісів від вогню, бракон'єрства: Г. Шевцов «Любіть, шануйте, бережіть природу!» 1968; А. Левковський «Бережіть підземні води від забруднення», 1969; Г. Шевцов «Оберігай красу рідної землі», 1983.

Соціальний плакат охоплює найбільш широку область проблем соціуму радянського і нашого часу. Наочно простежити як проблеми суспільства безпосередньо позначаються на соціальній тематиці в плакаті через особисте сприйняття художника, можна на прикладі творчості відомого художника-плакатиста В. Вітра. Обшир його творчого доробку впродовж чотирьох десятиліть — це свідчення соціокультурних процесів та змін саме другої половини ХХ–ХХІ ст. В його плакатах соціальної тематики відчувається драматичне напруження, особливо помітно це в роботах екологічної («Сохраним природу», «Бережіть природу! Джерело життя, бадьорості, здоров'я», «Не допустим!»), Чорнобильської тематики («26.IV.86»), проблеми наркоманії («AIDS») і алкоголізма («Вибирай»), сирітства («Мама: 80% дітей з дитячих будинків — сироти при живих батьках»), в серії соціальних плакатів на тему українського Голодомору 1932-1933 років («І зійшло сонце...») та теми голоду на планеті («Щоденно в усьому світі вмирає від голоду 40000 дітей»), духовності та самоіндифікації нації («Чиї сини, чиїх батьків?», «Відновимо втрачену духовність»).

За весь час становлення і розвитку мистецтва плаката художниками були створені тисячі робіт (з досить широким арсеналом художньо-зображувальних

засобів), які в цілому складають величезний пласт української образотворчої культури. В кожному з них — почерк, творча манера митця. Необхідно відзначити, що незважаючи на те, що у мистецькому соціумі художник був залежним від державних органів, більшості плакатів притаманна справжня майстерність, що виявила себе в індивідуальній манері створення художнього образу. Серед майстрів, які працювали в галузі плаката, були митці різних поколінь. Це ціла плеяда відомих художників, справжніх творчих особистостей: А. Страхов, О. Маренков, О. Хвостенко-Хвостов, Тимофій і Тамара Ляшуки, Євген та Клавдія Кудряшови, О. Терентьєв, Ю. Мохор, В. Яланський, О. Ворона, О. Семенко, М. Попінов, Є. Саренко, Р. Багаутдінов, Г. Кислякова, Г. Валуґа (Горобієвська), В. Шостя, Ю. Дзюбан, В. Бескакотов, Б. Дмитрюков, А. Кожухов, В. Вітер, В. Вештак, В. Сокол, В. Куликов, та багато інших.

Отже, в результаті проведеного дослідження розглянувши різні історичні періоди мистецтва плаката, його тематичний склад можна сформулювати висновки про соціокультурні ресурси плаката. Не дивлячись на те, що тематика сучасного соціального плаката відрізняється від плакатів радянського, мета в обох випадках полягає в залученні уваги до актуальних проблем суспільства, його ціннісних установок і зміна моделі поведінки громадян відповідно до них. На сьогодні соціальна тематика (взагалі і зокрема в плакаті) є важливим елементом культури ХХІ ст. Її використання є показником розвитку прогресивного суспільства, безкомпромісної позиції щодо соціально значущих цінностей.

#### **Література:**

1. Валерій Вітер. 100 плакатів: Мистецький життєпис. – Київ, 2007. – 95 с.
2. Галькевич Т. Український друкований плакат 1950 – 1964 років з фондів Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського: каталог. Вип 1 / Тетяна Галькевич, Олена Донець; відп. ред. Г.М. Юхимець. – Київ, 2014. – 424 с.: іл.
3. Донець О.М. Український друкований плакат другої половини 1960-х – початку 1980-х років з фондів НБУВ: тематика, художні особливості / О.М. Донець // Рукописна та книжкова спадщина України. – 2015 – Вип. 19. – С. 205 – 228.



4. Грищенко В.В. Особливості дизайну в мистецтві плаката / В.В. Грищенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. – 2011. – №6. – С. 138 – 140.

5. Сидоренко В.Д. Візуальне мистецтво від авангардних зрушень до новітніх спрямувань: Розвиток візуального мистецтва України ХХ – ХХІ століть / В.Д. Сидоренко ; Акад. мистецтв України ; Ін-т проблем сучасного мистецтва. – Київ : ВХ студіо, 2008. – 188 с.

6. Шевченко В.Я. композиція плаката: навч. посіб. / В.Я. Шевченко ; Харк. Держ. акад. дизайну і мистецтв.- 2-ге вид., доп. – Харків : Колорит, 2007. – 133 с.

7. Український політичний плакат / авт.-упоряд. Л.В. Владич. – Київ : Політвидав України, 1981. – 119 с.

## ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СЮЖЕТНОГО МУАРУ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

*Костенко І.О.*

*кандидат технічних наук*

*доцент кафедри графічного дизайну*

*КДІДПМД ім. Бойчука*

*м. Київ, Україна*

Summary. The peculiarities of application of the effect called «subject moiré» to attract attention to composition. The standard methods of application of this effect in design. Conclusions are made about optimal solutions and the most effective application of proposed options for consideration of additional use in typography.

*Keywords:* Design, moire, graphics, composition, printing.

Серед безлічі стилів та елементів використання в дизайні усі можна об'єднати за однією суб'єктивною ознакою — можливостями привернути увагу. Найчастіше це