

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**РЕКЛАМНИЙ ПЛАКАТ 70-80-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ:
ДИЗАЙН, СТРУКТУРА, ТЕМАТИКА**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр”

Виконав: студентка IV курсу 461 групи
Спеціальності 061 Журналістика
Освітньо-професійної (наукової)
програми Журналістика

Пендіковська Анна Олександрівна

Керівник: доктор філологічних наук,
професор, Різун Володимир
Володимирович

Рецензент: кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент, Орлова Наталя
Василівна

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ПЛАКАТ В КОНТЕКСТІ ГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА	7
1.1. Зародження плакатного мистецтва у світі.....	7
1.2. Плакати першої третини ХХ століття.....	10
1.3. Розвиток плакатного мистецтва у період Першої світової війни.....	12
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ РЕКЛАМНИХ ПЛАКАТІВ 70-80-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ	20
2.1. Характеристика плакатів на морально-етичні проблеми.....	20
2.2. Аналіз плакатів сільськогосподарської тематики.....	27
2.3. Тема охорони здоров'я та пропагування здорового способу життя на плакатах.....	32
2.4. Аналіз плакатів з організація праці суспільства у мистецтві плаката.....	37
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44

ВСТУП

Мистецтво плакату завжди мало місце в кожному періоді історії комунікації суспільства. Плакат є частиною культури, носієм інформації, засобом комунікації та показником рівня життя в усіх його проявах. Він сприяє формуванню світосприйняття та поведінки людей, знаходиться на перехресті історичних, політичних та ідеологічних процесів і відображає сучасний стан речей через призму сформованих, знайомих образів.

Плакат є естетичним, актуальним, комунікативним об'єктом мистецтва дизайну. Він розвивається у тісному зв'язку з культурними, соціальними, ринковими чинниками. Кожен часовий зріз розкриває нові можливості плакату та корегує особливості його дизайну.

Історія радянського плаката та різні аспекти цього явища висвітлювались у працях авторів: Ю. Белічка, Б. Бутника-Сіверського, І. Вештак-Остроменської, Л. Владича, О. Гладун, Д. Горбачова, В. Ляхова, Г. Юхимця та ін. Звісно, література, що вийшла в світ за період Радянської влади, була підпорядкована певним ідеологічним постулатам і пріоритетам. Об'єктивне ж бачення і дослідження процесів, що відбувались у мистецтві плаката, стало можливим лише за певної відстані у часі, зі зміною соціокультурного контексту.

Дослідженню плакату як форми візуального і графічного впливу, його семантики і функцій приділяли увагу науковці різних галузей – філософії, мистецтва, філології, мас-медіа (К. Бове, У. Аренс, У. Еко, Р. Барт, Д. Майєрс, О. Феофанов, М. Тарабукін, Є. Ромат, М. Плиський, О. Лагутенко, П. Кудін, Б. Ломов, А. Мітькін та ін.).

Дослідники Н.Бабуріна, Н. Ватоліна, В. Говорков, В. Іванов, Т.Ігошина, В. Корецький, М. Марізе, С. Нізова, М. Писаревський, Н.

Растоліна, Б. Решетніков тощо у своїх працях проаналізували розвиток радянського плакатного мистецтва. Українському плакату присвячено монографію Л. Владіча, в якій висвітлено персоналії українських радянських плакатистів, дослідження українського плаката в контексті української графіки першої третини ХХ ст. належить О. Лагутенко, статті Н. Станкевич присвячені рекламному плакату Галичини.

Різновиди плаката в радянському мистецтві у різних хронологічних межах розглянуті в наукових працях Н. Бабуріної, Т. Ігошиної, А. Спешилової, Ю. Єрохіної, Е. Глінтернік.

Найбільш послідовно протягом більш ніж півстоліття досліджувався лише політичний плакат (В.Полонський «Російський революційний плакат», (1922); Н.Вайсфельд, А.Михайлов «Плакатно-картинна агітація на шляхах перебудови» (1932); С.Б. Бутнік-Сіверський «Радянський плакат Громадянської війни 1918-1921» (1960); Г.Демосфенова, А.Нурок, Н.Шантико «Радянський політичний плакат» (1962); І.Свиридова «Радянський політичний плакат» (1975); Ю.В. Белічко «Українське радянське мистецтво періоду Громадянської війни» (1980); Н.Бабуріна «Російський плакат періоду Першої світової війни» (1990) і т. ін. Сучасні науковці І.Цинковський, В.Шайкан, Г.Юхимець дослідили тематику, техніку виконання радянського політичного плакату періоду Великої Вітчизняної війни. Аналіз радянського плакату періоду «холодної війни» як важливої, невід'ємної складової візуальної комунікації в межах психологічного протистояння здійснила у своїй праці Л.М.Якименко.

Практично першим дослідником саме російської друкованої реклами до 1917 року стала Н. Бабуріна, що опублікувала чималу кількість робіт і показала жанрове різноманіття плаката кінця ХІХ – початку ХХ ст. У книзі «Російський плакат. Друга половина ХІХ – початок ХХ ст.» (1988 р.) вперше відтворені торгово-промислові

плакати, створені після 1917 року в СРСР. Досить ретельно проаналізував радянський рекламний плакат і В. Ляхов. Дослідник розглянув етапи становлення радянського рекламного плаката, його характерні риси.

Т. Ігошина у кандидатській дисертації «Графічний дизайн вітчизняного соціального плаката (історія і сучасні тенденції)» виокремлює чотири основні історичні етапи розвитку вітчизняного соціального плаката до теперішнього часу.

Актуальність дослідження. На сьогоднішній день не було виявлено матеріалів про розвиток плакатного мистецтва у Херсоні, що і обумовило вибір теми дослідження.

Мета роботи - здійснити структурно-тематичний аналіз рекламних плакатів 70-80-х років ХХ століття, які були видані у Херсоні.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі **завдання**:

- дослідити розвиток плакатного мистецтва від зародження до 40-х років ХХ століття;
- виявити основні риси плакатів, виданих в роки Першої світової війни;
- визначити особливості розвитку плакатного мистецтва повоєнних десятиліть;
- зробити структурно-тематичний аналіз плакатів 70-80-х років ХХ століття, які були видані у Херсоні.

Об'єктом дослідження є плакатне мистецтво.

Предметом дослідження є рекламні плакати, які були видані у 70-80-ті роки ХХ століття у м. Херсоні.

Методи та методика дослідження. Методика дослідження включає в себе історико-культурологічний і мистецтвознавчий методи. Така методика дослідження виправдана при погляді на розвиток художньо-комунікативних особливостей плаката як на процес,

обумовлений технологічними та соціально-культурними факторами на певному історичному етапі.

Практична значимість. Наукова та практична значимість дослідження полягає в тому, що результати дослідження заповнюють наявний пробіл у дослідженні рекламного плакатного мистецтва 70-80-х років ХХ століття.

Структура роботи складається зі вступу, основної частини (яка містить два розділи з підрозділами), висновків та списку використаних джерел, що нараховує 42 найменування.

РОЗДІЛ 1

ПЛАКАТ У КОНТЕКСТІ ГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА

1.1. Зародження плакатного мистецтва у світі

Людству плакат відомий з давніх часів. Вперше плакати (а вірніше, їх предтечі, оскільки ці зображення не можна повною мірою співвіднести з сучасним поняттям плаката) з'явилися в Стародавньому Єгипті. Як зауважує дослідниця Н.Станкевич, це було пов'язано з господарюванням тоді рабовласницького ладу. Інколи феодали розміщували інформацію про затримання рабів. Застосовувалися особливі оголошення, які, з деякою натяжкою, можна вважати родоначальниками сучасних плакатів. Далі, з розвитком культури і мистецтва, своєрідні плакати стали застосовувати в Стародавній Греції і Римі для повідомлення населення про майбутні вистави і цікаві торговельні пропозиції [35, с.112].

Як зауважує дослідник А. Андрейканіч, «офіційним днем народження плаката вважається 1482 рік. Саме тоді англійський продавець книг Батдольд, рекламуючи нове книжкове видання «Геометрії Евкліда» вперше використав для залучення покупців рекламний плакат. З цього часу починається історія виникнення плаката. Цей перший плакатний аркуш не зберігся. Плакат, що дійшов до нашого часу, видрукував 1491 року Жерар Лін в Антверпені. Плакат рекламував лицарський роман „Прекрасна Мелузїна”. Це чи не перший плакат з еротичним мотивом, було зображено оголену жіночу постать. Дизайн друкованих рекламних плакатів XVI –початку XVII століття був одноколірним, а їхні розміри не перевищували 22x25 см; іноді траплялися більші 22x50 см. Форми для друку вирізували на дошці або

гравірували на мідній пластині, а тому їх виготовлення було тривале, трудомістке та доволі дорога собівартість» [2, с.35].

Нова технологія літографії, запроваджена 1798 року баварцем Алоїзом Зенерфельдом (1771–1834) дала змогу збільшити розміри плакатів та зменшити затрати праці для їхнього виконання. Однак навіть винахід 1838 року парижанином Годфруа Егельманом хромолітографії (його метод полягав у тому, що багатокольірне зображення ділили на окремі кольорові складові та виготовляли для кожної з них форми), не дав особливих переваг для дизайну. До середини ХІХ століття друк плакатів і далі був одноколірним, а написи робили звичайним набірним шрифтом [2, с.35].

В 1840-і роки плакат як форма агітаційного мистецтва органічно з'єднала елементи літературні й образотворчі. Літографія, а пізніше колір внесли свої стилістичні корективи. У підсумку на плакат звернули увагу такі видатні художники, як П.Гаварни, Г.Дорі, Ж.-И.Гранвиль. Плакати, що сповіщали про вихід у світло журналів (Гранвиль - "Карикатюр") і книг (Дорі - "Гаргантюа й Пантагрюель", Гаварни - романи А.Дюма), найчастіше виставлялися у вітринах книгарень. У Німеччині в 1848 р. на плакаті, названому "*Бойовий плакат*", зображувалася боротьба демократії з реакцією [2, с.35].

У другій половині ХІХ століття спостерігається динамічний розвиток мистецтва плакату, власне музичного. Тематична палітра дуже різноманітна. Це: симфонічна, оперна, балетна, джазова та народна музика. Колективи пісні і танцю, музичні театри, опери, філармонії, фестивалі, дні та вечори сучасної музики, дні камеральної, органної музики, дні джазу, музики з кінофільмів, арії та пісні, хорів, поп-музики, окремих композиторів або виконавців – це невичерпне джерело задумок та мотивацій до друку нових плакатів. З музикою, хоча посередньо, пов'язані плакати до вистав, до ювілеїв, музеїв та місць, пов'язаних з

людьми із світу музики, композиторами та виконавцями. Важко пройти повз плакати до музичних фільмів, не зважаючи на те, що це плакати до кінофільмів, власне фільм, досить часто направляв та наближував нам музику і тих, хто її створив. Найважливішою річчю є те, що всі ці події знаходять свій відбиток не тільки в інформаційних афішах, але й в тому, що буде, тобто в мистецькому плакаті [39, с.18].

У 70-х роках XIX століття в друкарство запроваджують технологію фотохромолітографії, винайдену 1865 року австрійським бароном фон Рансонет: накладанням трьох барв – жовтої, синьої та червоної давало змогу отримувати не тільки кольорові, а й значно реалістичніші зображення. З цього часу й розпочинається справжній графічний дизайн, що згодом поширюється на багато видів друкованої продукції.

Поширення плакатів у Західній Європі набуло такого нечуваного розмаху, що сучасники назвали це “плакатним бумом”. Першим дизайнером-плакатистом став француз Жюль Шере (1836–1932), який 1866 року відкрив у Парижі невелику літографічну майстерню. Економія фарби спонукала майстра до спрощення деталей: фігура була домінантою його дизайну, а текст великим шрифтом – лише кілька влучних слів. Започаткований Ж. Шере лаконізм давав швидке сприйняття образу, а виразність композиції та контрастність кольорів робило зображення чітким і гармонійним. Він першим почав підписувати свої роботи. Плакат став авторським, досяг високого художнього рівня [35, с. 112].

У 70-х роках XIX ст. Ж. Шере в кілька разів збільшив розмір аркушів паперу, водночас збільшились і зображення. Переважно він розташовував великі фігури в енергійному русі, надаючи їм динаміки контрастом та кольорами. Його твори рекламували веселе життя Парижа: народні гуляння, бали, театри, художні виставки та розважальні заклади.

За даними дослідника В.Я. Шевченка, у період 1866-1900 рр. Ж.Шере виготовив понад 1000 плакатів і увійшов в історію не тільки як автор першого художнього зразка, але й як популяризатор нового жанру [39, с.16].

Наприкінці XIX століття у Шере з'являються талановиті послідовники Боннар і Тулуз-Лотрек. Свою майстерність яскраво виявив в літографічних театральних афішах А.Тулуз-Лотрек, продемонструвавши графічно-гострий лаконізм, декоративну показовість кольору, химерно-гнучкий малюнок. Виконані ним плакати засвідчують невичерпну фантазію, графічну сміливість та блискучу майстерність художника [35, с. 113].

1.2. Рекламні плакати першої третини XX століття

На початку XX століття для рекламних плакатів стає явною тенденція до предметного, конкретного, зображення рекламованого об'єкта. Піонерами в цьому стали художники Німеччини: Л. Бернхард, Ю. Клінгер, Л. Хольвайн. З 20-х рр. тенденція поширилася на інші країни. Одним із класиків жанру, який яскраво висловив стилістичні особливості плаката (динаміка композиції, метафоричність образу, умовність кольору, узагальнення форм) є французький художник А. М. Кассандр [35, с. 113].

Окреме місце в ряду рекламних плакатів займають плакати, що рекламують фільми (кіноплакати). Цей різновид з'явилася завдяки розвитку кінематографа. Спочатку кіноплакати створювалися на основі відображення окремих кадрів фільму. Пізніше в плакат додалися образність, прагнення показати головних героїв, та передати жанр фільму.

В окремий вид плаката можна виділити політичний плакат, що з'явився на початку XX століття. Представники авторів плакату цього

часу: французький художник Т. Стейнлен, німецькі художники Ю. Вальткорн і К. Кольвіц [4, с.13].

Тема піклування та благодійності з особливою силою виражена в плакатах 1910-х років. Громадянськості та патріотизмом наповнені плакати С. Виноградова, В. Лебедева та інших художників, виразно закликають до збору пожертвувань на спорудження притулків та до матеріальної турботі про дітей солдатів.

Під час Першої світової війни (1914 - 1918 р. р.) велике поширення отримав агітаційний плакат. Він використовувався для агітації призову в армію, підписку на військові позики, допомоги пораненим і т. д. Стилiстика цього різновиду плаката вплинула на подальший розвиток жанру. Представники, які працювали в цьому жанрі: А. Літ (Англія), Ж. Февр (Франція).

За радянських часів плакати головним чином виконували політичні функції, закликаючи людей до різних дій. Перші радянські плакати 1917-1920-х років стали рупором революції. І, як належало революційному мистецтву, їх тематика, їх спосіб передачі інформації, стилеві колізії і рубаний текст гасла цілком відбивали той час, і були по суті революційними. Основою для цього, звичайно, стали елементарні вимоги плакату - яскравість, доступність, видовищність, впізнаність, у поєднанні із злободенністю [13, с.25]

Творці перших радянських плакатів, відразу впровадили в поняття плакату, як форми пропаганди, велику кількість "ноу-хау". Перші радянські плакати призначалися, головним чином, для селянської, неграмотної Росії, що спричинило граничну точність метафор і гасел.

Для періоду громадянської війни радянський плакат найбільш характеризують і відбивають легендарні вікна Роста, символ громадянської війни, разом з легендарними будьонівками-багатирками, тачанками і романтичними вигуками *"Даєш!"*

У мінімізації художньої частини плакату, був свій підтекст, і практична користь - виконати його, як мовиться "на коліні" міг будь-який маляр. Ще одне "ноу-хау" радянських художників - уперше як елемент композиції виступала не гранично деталізована графіка, а колір.

В Україні, розквіт цього різновиду графічного мистецтва припадає саме на період першої третини ХХ ст.

1.3. Розвиток плакатного мистецтва у період Другої світової війни

Події Другої світової війни знайшли своє відображення в образотворчому мистецтві — живописі, скульптурі, графіці. Чи не найяскравіше відгукнувся на події війни плакат.

Безпосередню участь у створенні плакатів брали художники А. Акопов, К. Агніт, В. Гливенко, Д. Гринєць, Й. Дайц, П. Денисов, М. Дерегус, О. Довгаль, В. Касіян, О. Козюренко, С. Кравченко, В. Литвиненко, Р. Мельничук, С. Нодельман, А. Резниченко, А. Розенберг, М. Сліпченко, П. Супонін, В. Фатальчук, М. Фомичов, Б. Шаповал (Бе-Ша), О. Щеглов, О. Юнак та письменники М. Бажан, Д. Білоус, С. Воскресенко, Т. Масенко, М. Рильський, В. Сосюра, М. Терещенко.

Автори-дослідники І.Цинковська та Г.Юхимець перераховують видавництва та видавничі організації, які займались випуском плакатів: "Мистецтво", Українське державне видавництво, "Газетное издательство КБ АССР", "Военное издательство Народного Комиссариата Обороны", майстерні Художнього фонду УРСР, Укрвидав при ЦК КП(б)У тощо. В 1943 році агітаційну роботу проводили в Москві в Українському державному видавництві при ЦК КП(б)У художники М. Дерегус, Й. Дайц, В. Вовченко, В. Литвиненко, О. Козюренко, І. Кружков, В. Мироненко, О. Пащенко, які разом із

письменниками М. Бажаном, А. Малишком, М. Рильським, В. Сосюрою створили чимало листівок, плакатів, сатиричних малюнків тощо [37, с. 257].

Провідним мотивом у плакатах цього періоду є фронтові події. У плакаті, політичній сатирі працюють майже всі українські художники. Плакати часу війни вражають граничною виразністю реалістичного образу воїна, героя-партизана, матері, яка закликає на захист рідної землі. Також випускались плакати, присвячені таким темам: відбудова на звільнених від фашистських загарбників територіях, праця в промисловості та сільському господарстві, уславлення української жінки, охорона здоров'я, державна позика, плакати на честь Паризької Комуни, Жовтневої революції, свята 1-го травня тощо [38, с.265].

На початку війни в багатьох містах України були створені штаби, які налагодили створення й випуск друкованих плакатів та агітвікон. Плакати-блискавки з'явилися вже на другий день війни. Один з перших — *“Зальем сталью фашистские глотки!”*, авторами якого були художники М. Балясний, І. Кружков, С. Кручаков, вийшов 24 червня 1941 року. За ним з'явився плакат О. Александрова *“Розчавимо фашистську гадину”* та інші. А всього до 6 липня 1941 року вийшло 20 плакатів, виконаних українськими художниками. Більшість з них не збереглися й частково відомі нам з репродукцій на сторінках періодичної преси.

Вже 22 червня 1941 р. художники М. Купріянов, П. Крилов і М. Соколов (Кукринікси) виготовили ескіз плаката *«Безпощадно розгромимо і знищимо ворога»*, який 24 червня з'явився в газеті *«Правда»*. Центральними фігурами тут є образ радянського воїна, виконаний червоною фарбою і сатиричне зображення чорною фарбою Гітлера, що продирається крізь розірваний ним договір про ненапад. Солдат ввіткнув штик у голову Гітлера, що мало означати кінцеву мету

війни. Протягом тижня А. Кокорекін виготовив плакат *«Смерть фашистській гадині!»*. Стиль зображення і сюжет плаката нагадують роботу Кукриніксів, але тут фашизм зображений у вигляді потвори, що своїми рухами нагадує фашистську свастику. Схематичний образ червоного воїна пронизує потворі горло. Тоді ж виник плакат *«Батьківщина-мати кличе!»*, автором котрого був І. Тоїдзе. Це перші плакати Великої Вітчизняної війни. Вони відбивали її справедливий характер з боку СРСР і мету в найбільш загальному вигляді [37, с.266].

Полотна були звернені до широкого загалу – усього радянського народу. радянського політичного плаката як засобу впливу на моральний стан воїнів Червоної Армії. Плакат був дійовим засобом звернення не стільки до розуму, скільки до почуттів радянських бійців. У ньому мало значення багато складових: фон, колір, рухи й одяг персонажів, символіка, історичні аналогії, форма, колір і розмір букв, жанр виконання, гасла, заклики, вірші, відповідність політичній обстановці і т.п. Усі ці елементи були спрямовані на виклик у воїнів різних почуттів: обурення, ненависті до ворога, співчуття до постраждалих, жага помсти, радість перемоги і головне з них – природна потреба боротьби з окупантами.

Як наголошують у своїй статті дослідники І. Цинковська та Г.Юхимець, для 1941 р. був характерним плакат спрямований на розпалювання люті до ворога. Він демонстрував втрати цивільного населення, звіряче поведження окупантів на захопленій території і рішучість Червоної Армії дати відсіч наїзникам. Центральними сюжетними лініями є образ загиблої жінки і осиротілої дитини, розміщені в нижній частині плаката і фігура червоноармійця з автоматом у лівій руці на фоні гармат, що ведуть вогонь по ворогу – у верхній частині. Правою рукою боєць віддає команду. Одяг червоноармійця уособлює рішучість. Осиротілий хлопчик зображений

на тілі убитої матері на чорному тлі, уві млі, що уособлювала тривожний час. Внизу плаката заклик: *«По вбивцях наших жінок і дітей – Вогонь!»*. Цей плакат мав викликати у бійців співчуття до близьких людей, що залишилися в тилу ворога і могли стати його потенційними жертвами. Разом з тим він викликав почуття гідності і стійкості воїна [37, с.267].

Досить часто плакати 1941-го року були присвячені найважливішим завданням, котрі стояли перед державою. Серед них чітко вирізняється воєнно-мобілізаційна тематика. Одним із таких плакатів була робота В. Корецького *«Наші сили незліченні»*.

З початку Першої світової війни активно розвивається і сатиричний плакат. Прекрасними майстрами сатири показали себе художники К. Агніт-Следзевський, В. Гливенко, О. Козюренко, В. Литвиненко. Створені ними сатиричні плакати вирізняються гостротою, публіцистичністю й нищівним сарказмом. Вони не тільки викликали сміх, а й стверджували впевненість українського народу в розгромі фашизму, оскільки викривали нікчемність і приреченість антилюдської доктрини гітлеризму. Плакати В. Литвиненка та Р. Мельничука *“На тобі!.. українського хліба... української сталі... та землі!”*, Ю. Киянченка *“Земля наша родюча, та колюча”* й багато інших красномовно попереджують, що чекає загарбників на українській землі [38, с. 265].

Перебіг подій на фронтах вимагав більш конкретної спеціалізації і адресного спрямування пропагандистських зусиль. Плакат — мистецтво мобільне, він чутливо реагує й швидко відгукується на потреби дня. 1942 року агітаційно-мобілізуєчий пафос українського плаката досягає кульмінаційного звучання. Усе частіше сюжетною основою плакатів стає зображення мужньої боротьби українського народу з фашистськими загарбниками. Динамічні бойові епізоди відтворені в плакатах М. Самокиша *“Где сабля красная взвилась”*, П. Денисова *“Стійко і*

непохитно боронить свою волю, свою землю, своїх дітей!” та інших [41, с.10].

У 1942 р. (час максимальної окупації гітлерівцями радянської території) суворішою стала і тематика радянського політичного плаката. В ньому відбилися усі жахи встановленого окупаційного режиму: вбивства, концтабори, вивезення на каторжні роботи до Німеччини, грабежі, знищення сіл. Центральним сюжетом цього періоду стали образи матері і дитини, поневоленої жінки. Так, на одному з них на темному фоні зображена жінка. Насупивши брови, вона притискає до себе маленького хлопчика, намагаючись прикрити його від спрямованого ворожого багнета. Напис на плакаті благає: *«Воїн Червоної армії, спаси!»*. На іншому плакаті жінка в розпачі, у характерній сорочці-вишиванці. Вона закута в кайдани зі свастикою, що вказує на її гнобителя – гітлерівця. Жінка зображена на тлі язиків полум'я, що поширюється від спаленого села [31, с.31].

Відтворення гітлерівського насилля над мирним населенням, що мало викликати почуття ненависті і відрази у радянського бійця до окупантів знайшли відбиток у плакатах *«Борець Червоної Армії! Ти не дасиш кохану на ганьбу і безчестя гітлерівським солдатам!»*, *«Тату вбий німця!»* та ін.

У грізний час війни з новою силою залунали пристрасні рядки поезії Тараса Шевченка і Лесі Українки. Гнівні слова “Заповіту” Т. Шевченка стали підтекстовкою відомого плаката І. Кружкова та С. Отроценка *“І вражою злою кров'ю волю окропите”* (1942). Словами Лесі Українки підписані плакат І. Кружкова *“Убий, не здамся!”* (1942) та однойменний з ним твір, виконаний С. Нодельманом у 1943 році. Виразність названих плакатів обумовлена життєвістю образних характеристик, глибокою правдою в зображенні народного подвигу. Величезну роль відіграють підтекстовки, які надають ясності й

конкретності ідейно-образному змісту творів: “...Гади! Гади! Чи напилися ви, чи ні людської крові?”, “Мені однаково, чи буду я жити в Україні, чи ні...”, “...Такого ще не творилося у нас на Вкраїні, та й ніколи не створиться!” [38, с. 265].

В основі ідейного змісту багатьох плакатів цього періоду — думка про нерозривний зв'язок фронту і тилу. Саме цій важливій темі присвячені роботи Н. Карповського та І. Черкашина “Урожай наш золотистий” (1941), Мих. Глуценка “Помни! На каждом участке страны ты служишь делу священной войны!” (1941), Н. Карповського “Кожне зерно урожаю — снаряд по ворогу!” (1941), О. Довгаля “Все для фронта” (1941), Р. Мельничука “Кожний колос — багнет гострить, кожний сніп — гармати постріл!” (1944) та багато інших. У композиційній будові таких плакатів художники широко застосовували засіб розгорнутого сюжетного зіставлення, паралельного зображення подій, що відбувалися на фронті і в тилу. Трудівники тилу показані в момент напруженої праці на заводі біля верстата чи в полі, зображені на передньому плані, а другий план сповнений силуетними постатями бійців, які йдуть в атаку, та іншими подібними сценами. Так через сюжет і композиційну будову підкреслювалася ідея нерозривного зв'язку фронту і тилу [38, с.264].

Засіб сюжетного зіставлення активно застосовувався й у плакатах, ідейно-образний зміст яких побудований на введенні в зображальну структуру історичних та фольклорних паралелей. Такі плакати, як “Били, б'єм і будем бити!” (1941) київської бригади художників, “Били й б'ємо!” (1943) П. Саркіяна, воскрешаючи в пам'яті героїчні події минулого, виховували в людях патріотизм, почуття національної гордості.

На зміну тривожним мотивам 1941 та 1942 рр., що відбивали важке становище населення на окупованій території, зlodіяння гітлерівців

прийшли більш оптимістичні теми. У 1943 році, з початком наступу радянських військ по всьому фронту, драматична напруженість в плакаті поступається місцем пафосу, співзвучному переможному етапу Першої світової війни. Особливістю плакатів була пропаганда керівної ролі комуністичної партії, що веде до перемоги. Ця ідея виразно проявлялася через гасла, радянську символіку, зображення образів Леніна, Сталіна тощо. Тема закликів до оборони Батьківщини поступово змінилася на тему наступу і звільнення радянської землі від ворога. Радістю Перемоги, особливого емоційного піднесення сповнені твори В. Касіяна *“Україна вільна. Слава Червоній Армії!”* (1944), В. Мироненка *“Хай живе і вічно процвітає Радянська возз’єднана земля, визволена Червоною Армією!”* (1945), М. Сліпченка *“Переможцям слава!”* (1945), *“У переможний радісний день”* (1945), *“З перемогою”* (1945), В. Литвиненка *“Переможцю слава”* (1945) та багато інших [41, с.32].

Великого розповсюдження набули й агітвікна, що стали своєрідним творчим відродженням традицій мистецтва “вікон РОСТА” часів громадянської війни та збройної іноземної інтервенції. Спираючись на художній та технічний досвід майстрів УкРОСТА та ЮгРОСТА, українські митці розширили сюжетний та емоційно-образний діапазон “вікон”. У роки війни над створенням агітвікон працювало широке коло українських художників, серед них В. Аверін, Г. Бондаренко, Л. Каплан, І. Кружков, В. Мироненко, Р. Мельничук, С. Уманський (Самум), Г. Пустовіт, а також письменники Ю. Корецький, Д. Каневський, Г. Литвак, В. Сосюра, Ю. Смолич. Свої малюнки художники часто підписували текстами з творів М. Асєєва, Д. Бедного, С. Маршака, С. Васильєва, іноді — своїми віршами.

Відчуття близької перемоги, заклик до справедливої помсти втілені в плакатах В. Литвиненка *“Піднімаються в небо пілоти”* (1945) та І. Літинського *“За плач дітей, за дим руїн, за кров братерську — на*

Берлін!” (1945). У цих творах пристрасне, образне слово поетів Максима Рильського та Олекси Новицького значною мірою визначило ідейно-образний зміст і характер їх емоційного звучання. Активна співпраця художників з письменниками в період Великої Вітчизняної війни широко практикувалася й відіграла велику, плідну роль у розвитку українського плаката.

Отже, радянський політичний плакат періоду Першої світової війни був засобом масової інформації та ідеологічного впливу на військових та цивільне населення радянського тилу. Супроводжений підписами відомих письменників і поетів плакат, особливо в карикатурному жанрі, точно і з гумором відбивав події на фронтах, був засобом контрпропаганди. Плакат виконував функції колективного агітатора і пропагандиста, відігравав значну роль в ідеологічній роботі ВКП(б) серед населення. За роки Великої Вітчизняної війни український плакат піднявся на новий ідейно-художній рівень, став дійовою зброєю художників у боротьбі з ненависним ворогом. Успішно вирішуючи складні творчі завдання, поставлені часом, українські плакати збагатили цей вид графічного мистецтва в жанровому й стилістичному відношеннях, значно розширили його тематичний діапазон.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНО-ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ РЕКЛАМНИХ ПЛАКАТІВ 70-80-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

2.1. Характеристика плакатів на морально-етичні проблеми

Однією з провідних тем, яка також досить глибоко відобразилася у мистецтві друкованого плакату середини 1960-х – першої половини 1980-х років, була тема морального образу «будівника комунізму». В них наголошувалося на тому, що трудова дисципліна – основа успішного ведення економіки, а негативні людські якості і шкідливі звички, проявляючись у повсякденному житті, – найперші вороги радянського суспільства. На плакатах з'являлась сувора критика на адресу нероб: *«Вони не дорожать честю хлібороба. За такі «квадрати» треба вуха м'яти!»* (худож. В. Решетов, 1964), *«Прокурюють робочий час ми не дозволимо у нас!»* (худож. В. Пащенко, 1967), *«Фігура спритна отака плямує честь робітника!»* (худож. В. Пащенко, 1968), *«Не марнуй!»* (худож. Ю. Улицько, 1968), *«Працювати не можна так – неодмінно буде брак!»* (худож. Є. Кудряшов, 1970), *«Забув, що є обов'язки, робота, а от на блага – роззявляє рота»* (худож. С. Герасимчук, 1978). У серіях плакатів *«На допомогу стінгазетам»* та *«На допомогу групам і постам народного контролю та штабам Комсомольського прожсектора»* художники А. Арутюнянц, С. Герасимчук, В. Гливенко, В. Горбачов, В. Зелінський, Й. Коган, А. Василенко та ін., використовуючи карикатуру, гумористичний та сатиричний підхід, зверталися до серйозних вад у житті суспільства, таких як лінь, безгосподарність, розкрадання, бюрократизм, пиятика, тощо.

Однією з провідних тем радянського плакату була тема боротьби за мир, актуальність якої зросла на початку 1970-х років. Державою на всіх рівнях проводились антивоєнні заходи, постійно підкреслювалось прагнення до миру. Плакат, як і раніше, стверджував ідею миру як основу зовнішньополітичного курсу радянської держави, пов'язуючи її з першими декретами Радянської влади, підписаними Леніним, з рішеннями партійних з'їздів, з висловлюваннями Л. Брежнєва «Міжнародна політика партії – це, насамперед, боротьба за міцний мир. Л. І. Брежнєв» (худож. О. Ворона, 1977), «*Ми боремося за мир і безпеку на всій землі*» (худож. М. Фомічов, 1976), з боротьбою за роззброєння «*Не дадим взорвать мир!*» (худож. В. Яланський, 1982), проти воєнної агресії «*В'єтнаму переможе!*» (худож. Ю. Мохор, О. Терент'єв, 1969), «*На голови катів впаде народний гнів! План воєнної агресії США у В'єтнамі*» (худож. К. Агніт, 1966). Одночасно створювалися плакати, що закликають берегти мир: «*Бережіть мир!*» (худож. Ф. Глущук, 1965), «*Мир нащадки бережіть!*» (худож. А. Лейн, 1968).

Плакати, присвячені подіям Першої світової війни, у цей час стають логічним продовженням теми боротьби за мир. Вони не просто нагадують про черговий ювілей з Дня Перемоги, як, приміром, «*30 років з дня визволення столиці Радянської України – Києва від німецько-фашистських загарбників 1943–1973*» (худож. В. Васянович, 1973), а закликають у своїх творах пам'ятати про те, до яких страшних наслідків призводить порушення миру: «*Пам'ятаємо*» (худож. Г. Кислякова, 1968), «*9 травня*» (худож. Г. Шевцов, 1979). На деяких плакатах зустрічаються зображення членів підпільної організації, партизанів, героїв війни.

Плакати культурно-видовищної тематики не були настільки заідеологізованими і здебільшого орієнтувалися на зміст рекламованого явища – масового театралізованого свята, концерту, виставки,

презентації музейних колекцій та різних культурних подій, реклами книжкової продукції тощо. Масив плакатів цієї тематики у зібранні ВОРМ став показником різнобічного репертуару театрів, тематичного різнобарв'я виставок та суспільної значимості інших культурних заходів, що відбувалися на той час в Україні. Вони стали віддзеркаленням культурного розвитку країни.

Плакати культурно-видовищної тематики можна розділити на два типи: створені за допомогою фотографії та – станкової графіки. Фотографія збагатила видовищний плакат, сприяла посиленню в ньому документальної достовірності. До плакатів, в основі яких лежить фотографія тієї чи іншої особи або колективу, – афіші, що презентують творчі зустрічі акторів та режисерів театру і кіно: актрис Ади Роговцевої (худож. Л. Слуцький, Ю. Воевода, 1982), Раїси Недашківської (худож. С. Рябцев, П. Нестерук, 1976), кінорежисерів Леоніда Денисенка (худож. Л. Слуцький, 1982), Миколи Машенка (худож. Л. Слуцький, 1982), ансамблю Тріо Мареничі (худож. Ю. Аксьонов, 1980), співачок Софії Ротару (худож. С. Мішин, Б. Каплун, 1977; худож. Ю. Аксьонов, П. Шегерян, 1980), Юлії Пашковської (художник невідомий, 1969 та 1970), танцювальних та музичних колективів.

Афіші виставок приваблюють масового глядача скарбами численних музеїв, містять інформацію про персональні виставки художників. Зазвичай в основі композиції виставкових плакатів лежить відтворення експонованого твору, або ж портрета самого художника. Так, в основі плаката, присвяченого виставці відомого графіка Георгія Малакова (1981) – створений ним лінорит «Відгрімло» із серії «Київ у грізний час». Ця тенденція простежується у плакатах-афішах до виставок скульптури Інни Коломієць (1967), виставці робіт Миколи Глуценка (1971), Тимофія Лящука (1983), Рафаеля Багаутдінова (1985), Юрія Коваленка (1984) та ін.

З 1970-х років в українській графіці складаються передумови для розвитку екологічної тематики в плакаті. Екологічні проблеми почали привертати увагу громадськості вже в 1960-х роках, а в 1970-ті роки охорона навколишнього середовища поступово виділилася в самостійну тему плакатного мистецтва. Дохідливий, емоційний, лаконічний і чіткий за змістом і формою, звернений до великої аудиторії, плакат активно формує погляди глядача, виховує його світогляд.

Основні питання, які в той час висувалися в екологічному плакаті, стосуються проблем захисту тварин та птахів, рослин, лісів, озеленення планети, охорони навколишнього середовища тощо. Плакатам цієї тематики притаманні загальні заклики та образи (переважно турботи про птахів та звірів, збереження лісів від вогню, бракон'єрства: *«Любіть, шануйте, бережіть природу!»* (худож. Г. Шевцов, 1968). *«Бережіть підземні води від забруднення»* (худож. А. Левковський, 1969), *«Оберегай красу рідної землі»* (худож. Г. Шевцов, 1983). Здебільшого такі плакати носили формальний, декларативний характер.

З кінця 1970-х – 1980-х ситуація починає змінюватися. Плакат екологічного спрямування стає більш емоційним, його мова більш лаконічною. Як приклад, плакати художників: Л. Даценко *«Стоп»* (1980), *«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. Терентьєва *«Це не тільки твоя Земля, НОМО SAPIENS»* (1980).

У Херсоні також виходило багато плакатів, тематика яких – охорона та захист навколишнього середовища.

Плакат *«Естафету прийнято»* було надруковано у 1983 році у Херсонському обласному поліграфічному видавництві «Наддніпрянська правда», яке знаходилось за адресою: м. Херсон, вул. Белінського, 3.

Автори плакату - Херсонська обласна організація українського товариства охорони природи, обласний відділ народної освіти та обласна станція юних натуралістів. Художник – А.Ю.Трусій, фотограф – Альберт Альперт. Плакат містить інформацію про досвід роботи юних натуралістів шкіл Херсонської області.

Формат плакату – 60x84, використано крейдяний папір та високий друк. Плакат було підписано до друку 24 травня 1983 року. Тираж 1000 примірників. У плакаті було використано такі графічні засоби: крупний розмір зображення (піонери – хлопчик і дівчинка на червоному фоні, внизу пташка на гілці); цитата «Охорона природи – це наукова і практична діяльність людини по раціональному використанню та захисту природи від забруднення та руйнування»; в оформленні плакату застосовано три кольори шрифтів: синій, червоний та чорний.

Розглянемо композиційну будову даного плакату. Так, назва плакату – заклик «Естафету приймай» надруковано крупним шрифтом червоного кольору. Під назвою наведена коротка довідка наступного змісту: *«В республіканській естафеті «За ленінське ставлення до природи» беруть участь 530 шкіл, 253 учнівських виробничих бригади, 1050 гуртків юннатів, 540 юнацьких секцій, 720 «зелених» і 143 загони «голубих» патрулів, 22 шкільних лісництва, 33 загони по боротьбі з ерозією ґрунтів. Готуючи гідну зустріч 60-річчю піонерської організації ім. В.І.Леніна та 60-річчю утворення СРСР, учасники естафети заклали 60 парків та скверів, 60 пам'ятних алей, посадили 45200 декоративних дерев та кущів, понад 50 тисяч плодкових дерев та кущів. Очищено та взято під охорону 20 водних джерел, розселено 5 мурашників, врятовано 130000000 мальків цінних риб, виготовлено 2500 штучних гніздівель для нерестилищ, 35000 шпаківень та годівниць, зібрано 20000 кг лікарської сировини».*

З лівої сторони розташований малюнок, а з правої – 5 фотографій з підписами. Найбільша площа плакату віддана під тексти – опис досвіду роботи юних натуралістів шкіл Херсонської області (Верхньорогачицького, Голопристанського, Каховського районів). Текст розташований у чотирьох колонках.

Спочатку – іконографічний знак, який привертає увагу й поряд – назва. Наприклад, значок «рибка у водоростях», поряд – назва «Операція «Живе срібло». У цій замітці йде мова про загони юннатів, які проводять рейди по рибоохороні, попередженню порушень правил рибальства. Ще одна замітка про теплиці, які функціонують на базі шкіл. Поряд з заміткою – іконографіка з зображенням вазонів квітів.

У плакаті застосовані гасла: «Піонери, юні любителі природи! Прикрашайте рідну землю, бережіть, примножуйте природні її багатства!». Це гасло розташовано внизу плакату, шрифт збільшений, червоного кольору.

Мета плакату «Естафету прийнято» – долучити учнів до охорони природи, для цього приводяться приклади роботи юннатів та речення – заклики до дій. Що стосується стилю та мовних особливостей, то в цьому плакаті використано науково-популярний стиль, багато дієслів, які закликають до активних дій.

Наступні два плакати присвячені охороні ракоподібних та плазунів. Підготовлені та надруковані на замовлення Херсонської обласної інспекції з охорони природи та Херсонського обласного товариства охорони природи. Автор текстів – вчений-біолог В.М. Іздебський, художник – В.С. Подгайський, редактор – О.Ф. Гриценко. Надруковано у типографії ім. В.І. Леніна видавництва «Наддніпряньська правда», яка знаходилась за адресою: м. Херсон, Миколаївське шосе, 5-й км.

Розглянемо ці плакати більш детально.

Плакат **«Ракообразные: запомните их и сберегите!»** було підписано до друку 26 серпня 1987 року. Формат плакату – 60x84, використано ілюстраційний папір та високий друк. Тираж 300 примірників. У плакаті було використано такі графічні засоби: крупний розмір кольорових зображень ракоподібних; в оформленні плакату застосовано два кольори шрифтів: синій та чорний.

Плакат містить інформацію про види раків та креветок: назва, зображення та опис (зовнішній вигляд, чим живиться, яка чисельність, який на смак), текст викладу матеріалу – науково-популярний стиль. Наприклад: *«Каменный краб – самый крупный из ракообразных Черного моря – до 9 сантиметров. Имеет очень прочный панцирь, сверху темно-лиловый с желтоватым узором. Живет среди камней на глубине до 30 сантиметров, но нередко встречается на песчаных грунтах, где его ловят ныряльщики. Мясо каменного краба очень вкусное. Численность невелика, и массового промысла нет».*

Внизу плакату – гасло-заклик: *«Товарищи! Берегите и охраняйте «санитаров» морей и рек – крабов, креветок и раков!».*

Плакат **«Пресмыкающиеся Херсонщины просят защиты»** було підписано до друку 17 серпня 1987 року. Формат плакату – 60x84, використано ілюстраційний папір та високий друк. Тираж 300 примірників. У плакаті було використано такі графічні засоби: кольорове зображення плазунів; в оформленні плакату застосовано два кольори шрифтів: синій та чорний.

Під назвою плакату розміщена коротка інформація про кількість видів плазунів на території Херсонщини, потім - інформація про кожен вид: назва, зображення та опис (зовнішній вигляд, чим живиться, яка чисельність). Так, представлений опис таких плазунів як болотна або річкова черепаха, ящірка прутка, степова східна гадюка, медянка, жовтобрюх, полози, ящірка різнокольорова, вужі водяний та звичайний.

Наприклад: *«Уж обыкновенный – змея средних размеров. Один из многочисленных видов ужовых нашей фауны. Обитает всегда вблизи увлажненных мест – в плавнях Днепра и его притоках, в степи, где есть влага, на орошаемых полях, магистральных и отводных каналах, в населенных пунктах. Отличительная черта – желтые и красные пятна на височной части головы. Питается земноводными, мелкой сорной рыбой, мышами, крупными насекомыми. Пищу ищет как на суше, так и в воде.»*

Зимой спят, собираясь группами в ямах, под пнями, в стогах сена, хвороста. Размножается в мае-июне откладкой яиц до 20 и более штук, которые самка зарывает в гниющие растения, где достаточная температура для инкубации».

Внизу плаката – гасло-заклик: *«Берегите и охраняйте животный мир родного края!».*

Мета цих двох плакатів - звернути увагу людей на зникаючі види ракоподібних та плазунів.

2.2. Аналіз плакатів сільськогосподарської тематики

Окремо також можна виділити тему праці і в плакатах сільськогосподарського спрямування. Сільське господарство не могло достатньо забезпечити країну ані продуктами харчування, ані сировиною. Тож агітація за розвиток сільського господарства і вирішення продовольчого питання була багатою на образні знахідки і звучні гасла. Це плакати, присвячені різноманітним проблемам села та галузям сільського господарства. Серед них слід виділити такі: *«Висока агротехніка – високий урожай!»* (худож. Р. Багаутдінов, 1965), *«Хай сяє золотава хліборобська слава!»* (худож. І. Дзюбан, 1967), *«Як море пшеничне, рясне, золотаве...»* (худож. Т. А. Ляшук, Т. І. Ляшук, 1967), *«Культуру картоплі – на плечі машин»* (худож. Ю. Добров, 1969),

«Землю напоїмо – урожай подвоїмо!» (худож. Г. Кислякова, 1970) та ін. Активно пропагувався в плакатах передовий досвід трудівників села, образ яких подавався художниками як типово-узагальнений: «Виробництво зерна – ударна ділянка роботи» (худож. Г. Кислякова, 1978), так і портретний, відтворений графічно або ж з використанням фотографії: «В наступі – хліборобська зміна (з досвіду роботи комітету комсомолу колгоспу «Жовтень» Кіцманського району)» (худож. В. Жила, 1970), «Намолочу до 8000 ц зерна» (худож. В. Бескакотов, автор М. Динчев, 1970), «Поддержим почин нововодолажцев. Вырастим на каждом гектаре по 50 ц зерна кукурузы!» (худож. А. Кузьменко, 1972), «Хлібодар. Адреса досвіду: бригада В.О. Личковахи з колгоспу імені «XXI з'їзду КПРС» Семенівського району» (худож. В. Павлюченко; автор І. Моцар, 1977), «Збільшуємо виробництво високоякісної яловичини (з досвіду відгодівлі молодняка великої рогатої худоби на відкритих тмайданчиках в колгоспі імені Чапаєва Кобелянського району Полтавської області)» (худож. В. Мазур; автор тексту С. Онищенко 1977).

Херсонські плакати сільськогосподарської тематики носять різноплановий характер:

- багато з них присвячені вирощуванню окремих сільськогосподарських культур (наприклад, плакат «Белое золото Таврии» присвячений досвіду роботи з отримання високих врожаїв рису, плакат «Люцерна – високопродуктивна культура на зрошуваних землях» містить відомості про люцерну як кормову культуру та особливості її зростання на півдні країни; плакат «Спеціалізація: вирощування картоплі» розповідає про досвід вирощування високих врожаїв картоплі в ланці Героя Соціалістичної праці В.Г.Щербаченка, який працює у колгоспі Голопристанського району;

- плакати, в яких висвітлюється досвід роботи доярок та трактористів у колгоспах та радгоспах (наприклад, плакат *«Резерви великого молока»* розповідає про роботу доярки М.Н.Дорошенко);

- плакати, які надають інформацію про засоби боротьби зі шкідниками сільськогосподарських культур (наприклад, плакати *«Шкідники і хвороби рису за засоби боротьби з ними»*, *«Карантинные и наиболее опасные грибные и бактериальные заболевания сельскохозяйственных растений»*);

- плакати, які розповідають про прогресивні методи механізації та застосування нової техніки (наприклад, плакати *«Механізованому збиранню сіна – високу якість»*, *«Сельскохозяйственную технику – в ангары»*)

Розглянемо більш детально декілька плакатів сільськогосподарської тематики.

Так, плакат *«Зрошуваній люцерні – урожайний рахунок: з досвіду вирощування люцерни»* присвячений вирощуванню люцерни як кормової культури на півдні України. Плакат до друку був підписаний 28 листопада 1973 року. Видавництво – управління у справах видавництв, поліграфії та книжкової торгівлі Херсонського облвиконкому, колективний автор – Український науково-дослідний інститут зрошуваного землеробства. Формат плакату – 60x84, використано ілюстраційний папір та високий друк. Тираж – 900 екземплярів.

У плакаті було використано такі графічні засоби: 5 чорно-білих фотографії; в оформленні плакату застосовано два кольори шрифтів: зелений та чорний. На чорно-білих фотографіях зображені сорти люцерни «херсонська-1» і «херсонська-7», ілюструють процеси поливу люцерни дощувальною установкою ДДА-100М та збирання врожаю люцерни,

У тексті плакату наводяться відомості про люцерну як кормову культуру та досвід вирощування високих врожаїв люцерни на поливних землях в господарствах Херсонської області – на прикладі колгоспу «Радянська Україна» Скадовського району та радгоспу «Молода гвардія» Білозерського району.

Текст – науковий стиль, використані цитата з матеріалів жовтневого Пленуму ЦК КП України 1972 року, а також гасло-заклик: «Повтори досвід!». У нижній частині плакату зроблений висновок: на зрошуваних землях півдня України при умові дотримання комплексу агротехнічних заходів люцерна дає високі сталі врожаї; наводяться конкретні цифри збору врожаїв з 1 центнеру. Мета плакату – розповісти про досвід та умови вирощування люцерни на півдні України – була досягнута.

Плакат **«Великий хліб каховчан»** містить інформацію про досвід роботи Каховського радгоспу-технікуму Херсонської області по одержанню високих стабільних урожаїв зернових. Підписано до друку – 30 червня 1986 року. Замовники – Херсонський обласний агропромисловий комітет, обком профспілки працівників агропромислового комплексу. Видавництво – «Херсоноблполиграфиздат», текст українською мовою. Формат плакату – 60x84, використано ілюстраційний папір та високий друк. Тираж – 400 екземплярів. У плакаті було використано такі графічні засоби: 6 чорно-білих фотографій; в оформленні плакату застосовано багато кольорів – коричневий, жовтий, оранжевий, колір шрифту - чорний. На фотографії зображені комбайнери та механізатори, учні та наставники технікуму.

У тексті розміщена інформація про освоєння і впровадження інтенсивних технологій для вирощування сільськогосподарських культур Каховського радгоспу-технікуму Херсонської області. Текст викладу матеріалу – науково-популярний, наводиться інтерв'ю з директором радгоспу. Цікавим є використання цитати Расула Гамзатова

про хліб: *«Хліб – це життя, він вічний як мати, як Батьківщина. Людина ростить хліб, в хліб ростить людину. Виховує і перевіряє її зрілість і мужність»*. Цитата розміщена на початку текстової частини, виділена іншим шрифтом. Наприкінці тексту – невеличкий висновок про те, що якщо професійні механізатори з розумом та душею будуть відноситися до землі, то їй віддячить вона сторицею.

Плакат **«Арбузы на полях Херсонщины»** має за мету залучення землевласників Херсонщини до вирощування та розширення посівів кавунів.

Підписано до друку – 25 серпня 1976 року. Замовники – Херсонське управління сільського господарства. Видавництво – «Наддніпрянська правда», текст російською мовою. Формат плакату – 60x84, використано ілюстраційний матеріал. Тираж – 500 екземплярів. У плакаті наявні такі графічні засоби: 3 чорно-білих фотографії, таблиця. В оформленні плакату застосовано три кольори шрифту – чорний, червоний та зелений. На фотографіях зображені кавунові плантації та процес обробки ґрунту під кавуни.

Текст має ознаки наукового стилю, містить наступні відомості: ботанічна характеристика та біологічні особливості кавунів, агротехніка, яка використовується при обробці ґрунту, засоби боротьби з хворобами та шкідниками, економічну ефективність вирощування цієї бахчової культури; наведені статистичні дані про вирощування бахчових культур за п'ять років. На початку текстової частини наводиться витяг з програми «Основные направления развития народного хозяйства СССР на 1976-1980 годы»: *«Увеличить производство картофеля. Овощей и бахчевых культур, рас ширить их ассортимент и улучшить их качество»*.

У нижній частині плакату розміщено заклик до землевласників Херсонщини: *«Землевладельцы Херсонщины! Арбузы – прекрасный и незаменимый десерт, важнейший продукт питания. Расширяйте его»*.

посевы. Внедряйте новые высокоурожайные сорта. Повышайте агротехнику, культуру земледелия!»

Отже, плакати сільськогосподарської тематики містять наступні загальні риси в оформленні: наведені витяги з програм по розвитку сільського господарства; використовуються фотографії, які ілюструють процес вирощування або збирання культури; у тексті присутні речення-заклики, спрямовані на наслідування прикладів передовиків виробництва.

2.3. Тема охорони здоров'я та пропагування здорового способу життя на плакатах

Основою образу «будівника комунізму» була всебічно розвинена, фізично загартована і здорова людина, підготована до будь-яких випробувань. Керівництво держави розуміло, що здоров'я народу – запорука стратегічних сил країни, тому замовлення на створення плакатів на спортивну тематику у плакатистів були завжди. Питання масовості фізкультури і спорту піднімались у плакатах художників Ю. Агапова та С. Попова «*Фізичну культуру – в кожну сім'ю!*» (1966), В. Паська «*Спорт и туризм – это здоровье*» (1976), Т. Тарнавського «*Складайте норми Всесоюзного фізкультурного комплексу «Готовий до праці і оборони СРСР»*» (1972). Як пріоритетне політичне завдання розглядалася підготовка радянських спортсменів до міжнародних змагань та боротьба за високі показники. В плакатах також висвітлювалися спортивні події – спартакіади, чемпіонати.

Як на плакатах художників В. Бескакотова «*VI спартакіада УРСР*» (1974), Т. Фомічової «*Олімпійський футбол у Києві*» (1979), А. Щербакова «*Игры XXII олимпиады. Футбол. Киев*» (1980). Значущість спортивних досягнень для країни розкриває плакат художника В. Бахіна «*Спортсмени Української РСР! Примножимо спортивну славу*

Батьківщини!» (1979). У тогочасних плакатах відобразилася також діяльність численних спортивних товариств. Художники відтворили саму природу спортивних досягнень, показали силу і духовне здоров'я, енергію, волю, фізичну досконалість людини.

Наприклад, у плакаті **«Чтоб тело было молодым, чтоб труд как песня пелся»** розкривається досвід роботи з впровадження виробничої фізкультури на Херсонській швейній фабриці «Більшовичка». Цей плакат було надруковано 12 жовтня 1983 року у типографії ім. В.І.Леніна видавництва «Наддніпрянська правда». Папір використаний межований, формат плакату 60x84, тираж – 3705 екземплярів. Замовник плакату – «Херсонский облсовет «Авангард» ДСО «Труд».

Мета плакату - довести значимість виробничої фізичної культури для працюючих та керівництва.

У плакаті було використано такі графічні засоби: іконографічні значки, фотографії, В оформленні плакату застосовано три кольори шрифтів: жовтий, червоний та чорний, розмір шрифту – різний: назви рубрик – великими літерами чорного кольору; перша рубрика має більший розмір шрифту – в ній розміщено матеріали про роль виробничої фізкультури.

Розглянемо композиційну будову даного плакату. Так, назва плакату надрукована крупним шрифтом червоного кольору. Під назвою наведений витяг з постанови КПРС та Ради Міністрів СРСР **«Про подальший підйом масовості фізичної культури та спорту»**. Найбільша площа плакату віддана під текстовий матеріал. Текст розташовано у шести колонках, спочатку – іконографічний знак, який привертає увагу й поряд – назва.

Велику увагу в плакатах було приділено охороні материнства та здоров'я. Так, у плакаті **«Здоровья людей – богатство нации»**

розповідається про досвід роботи народного університету «Охорона материнства та дитинства». Плакат було підписано до друку 10 лютого 1987 року. Формат плакату – 60x84/2, папір межований, високий друк. Тираж 150 екземплярів, місце видання – типографія ім. В.І.Леніна «Наддніпрянська правда».

Що стосується оформлення даного плакату: наведені дві чорно-білі фотографії, на яких зображені доповідач та слухачі. Посередині плакату, у червоній рамці приведений витяг з «Политического доклада Центрального комитета КПСС XVIII съезду Коммунистической партии Советского Союза»: *«Для каждого человека, да и для общества нет большей ценности, чем здоровье. Охрана и укрепление здоровья людей – дело первостепенной важности. Проблемы здоровья мы должны рассматривать с широких социальных позиций».*

Текст у плакаті – науково-популярний, містить як статистичні дані, так і досвід організації та діяльності народних університетів з охорони материнства та дитинства на промислових підприємствах м.Херсона.

Плакат **«Главная забота – здоровья трудящихся»** містить інформацію про досвід роботи установ охорони здоров'я Генічеського району Херсонської області. Плакат було підписано до друку 31 жовтня 1978 року. Формат плакату – 60x84/2, спосіб друку = високий друк. Тираж - 100 екземплярів, місце видання – типографія ім. В.І.Леніна «Наддніпрянська правда».

Текст у плакаті – науково-популярний, містить як статистичні дані, так і досвід роботи установ охорони здоров'я Генічеського району, а також шляхи покращення медичного обслуговування населення.

Оформлення даного плакату: кольоровий малюнок – на фоні медичного хреста зображена дівчина-лікар; розміщено чотири чорно-білі фотографії, на яких зображені будівля Генічеської центральної

районної бібліотеки, підготовка санітарних активістів, процес лікування пацієнтів.

У плакаті «**Забота о детях – забота о будущем**» наводиться досвід роботи первинної організації Товариства Червоного хреста школи №1 м.Херсона. Плакат було підписано до друку 1 листопада 1983 року. Формат плакату – 60x84, для друку використано офсетний папір, спосіб друку - високий та офсетний друк. Тираж - 500 екземплярів, місце видання – типографія ім. В.І.Леніна «Наддніпрянська правда».

Текст у плакаті – науково-популярний, містить цитати педагогів та науковців про турботу про своє здоров'я, багато місця приділено саме розповіді про досвід роботи первинної організації Товариства Червоного хреста ЗОШ №1.

Оформлення даного плакату: кольорові зображення дітей, які займаються спортом або водними процедурами, чорно-білі фотографії, які ілюструють приведений текст;кольори шрифтів – червоний та чорний: червоним виділено саме назву плакату, а чорним – весь текст.

Плакат з назвою «**Цех здоров'я**» містить інформацію про досвід роботи санаторію-профілакторію Херсонського целюлозно-паперового заводу. Плакат було підписано до друку 17 березня 1987 року. Формат плакату – 60x84, для друку використано мелований папір, спосіб друку = високий друк. Тираж - 250 екземплярів, місце видання – типографія ім. В.І.Леніна «Наддніпрянська правда».

Текст у плакаті – науково-популярний, побудований у вигляді розповіді відвідувача даного санаторію-профілакторію. На центральному місці – витяг з програми Основные направления экономического и социального развития СССР на 1986-1990 годы и на период до 2000 года»: *«Продолжить развитие сети санаторно-курортных учреждений, в том числе санаториев для родителей с детьми, санаториев-профилакториев предприятий»*. Змістовними є

назви рубрик – вони звучать як слогани: «Чтоб недуги оказались за порогом», «Солнце, воздух и вода», «Лечения важнейшая основа – внимательность и ласковое слово» .

Оформлення даного плакату: кольорові візерунки, чорно-білі фотографії, які ілюструють процес лікування у даній установі: басейн, кабінет фізичної терапії, їдальня. Кольори шрифтів – рожевий та чорний: рожевим виділено саму назву плакату, а чорним – весь текст.

Тема боротьби з алкоголізмом проходить через всю історію радянського плаката, вона часто потрапляла в розряд першочергових і актуальних за часів антиалкогольних кампаній 1958, 1972, та 1985 років. В плакатах пияцтво трактувалось як гальмо соціального і економічного прогресу, як морально-етичне зло, яке шкодить здоров'ю людини. Одним із таких плакатів є *“Переможемо пияцтво”*. У центрі композиції знаходиться чоловік із суворим виразом обличчя та стиснутим кулаком, таким чином демонструючи серйозність своїх намірів щодо боротьби із пияцтвом. Такий елемент є характеристикою високого, адже і ідея плакату, і емоції випромінюють моральне спрямування плаката, а образ чоловіка уособлює власну вищість перед таким явищем, як алкоголізм, і не залишається сумніву, що він його переможе. Другою рукою чоловік стискає пляшку, яка виступає символом алкоголізму. Ця пляшка постає в образі змії, яка, закрутившись навколо ноги чоловіка, демонструє як саме алкоголізм затягує людей. Саме ця змія є прямим прикладом кітчевого, адже виникає певна пародія на алкоголь, і саме такий образ пробуджує людину до дій. Плакат *“Із робочої маси виженемо п'яниць”* також спрямований на боротьбу проти алкоголізму. На ньому зображений п'яний чоловік, який, співаючи, обнімається із “дівчиною” та пляшкою горілки. Своєрідне зображення дівчини, яка також п'яна, в порваному взутті йде біля чоловіка, ілюструє його шлюб із алкоголем. Саме таке зображення є кітчевим. Чоловік пов'язав своє життя з

алкоголем, він випав із суспільства. Таким чином зображення плакату, демонструє, що може статися із людиною і є своєрідним закликом до протилежного способу життя.

2.4. Організація праці населення у мистецтві плаката

Протягом всього існування радянської держави однією з домінантних у мистецтві плаката була тема праці. З перших років радянської влади вона розглядалась як джерело економічної, політичної та військової могутності держави і добробуту народу. Праця позиціонувалася, як обов'язковий внесок людини в побудову розвинутого суспільства. В кінці 1970-х років радянська економіка перебувала в критичній ситуації. То ж художників, як і раніше, заохочували створювати плакати, що закликали трудівників на виконання намічених партією планів. Плакат брав активну участь у пропаганді народногосподарських планів та мобілізував на необхідні суспільству види діяльності (будівництво БАМу, освоєння Західного Сибіру, тощо): *«Моє покликання – новобудови!»* (худож. А. Кожухов, 1968), *«Працюємо на совість!»* (худож. В. Бахін, 1970), *«Шаг вперед, добровольцы!»* (худож. А. Шульган, 1976), *«Слушай, комсомолец, шахты зовут!»* (худож. А. Шульган» 1976), *«Магістраль братерського співробітництва. (Газопровід Оренбург – західний кордон СРСР)»* (худож. В. Калуцький, 1976), *«БАМ – збудуємо!»* (худож. Ю. Мохор, 1975), *«Всі на трудову вахту!»* (худож. Є. Грущенко, 1976), *«Украина БАМу»*, (худож. невідомий, 1976). Така пропаганда трудового подвигу була сповнена піднесено-оптимістичного звучання, як у плакатних гаслах: *«За себя и за того парня»* (худож. А. Шульган, 1975), *«Сьогодні рекорд – завтра норма!»* (худож. Ю. Мохор, 1973), *«Виконаємо достроково!»* (худож. О. Терентьев, 1972), *«Пятилетка – за два года и два месяца»* (художник невідомий, 1973), так і у способах втілення

художніх образів. Плакат привертав увагу до головних проблем економіки, – продуктивності праці, якості продукції, соціалістичного змагання, економії у використанні ресурсів, трудової дисципліни, тощо: *«Девіз змагання – дати продукції більше, кращої якості, з меншими затратами!»* (худож. Ю. Мохор, 1973), *«За экономию и бережливость!»* (худож. Л. Дикарев, 1976), *«Главное – интенсификация производства»* (худож. П. Чистілін, 1974). *«Бригадным подрядом – по годовым планам-графикам»* (худож. Ф. Левковский, 1975).

Розглянемо плакат, який було надруковано у 1978 році у Херсоні. Вже у назві плакату – **«Бригадный метод работы киномехаников»** – розкривається його тематика. У плакаті висвітлюється досвід роботи Високопільської районної дирекції кіномережі.

Формат плакату – 60x84, використано крейдяний папір та високий друк. Плакат було підписано до друку 21 червня 1978 року. Тираж 300 примірників.

Оформлення даного плакату: кольорові малюнки (прапор, кінокамера та будинок культури), чорно-білі фотографії, які ілюструють наведений текст; кольори шрифтів – червоний та чорний. Червоним виділено назву плакату, цитату державного діяча – Л.І.Брежнева про значимість кінематографу у житті населення; чорним кольором – весь текст. Текст у плакаті – науково-популярний. Внизу плакату – заклик: *«Кинофикаторы области! Изучайте и внедряйте передовой опыт! Активно боритесь за выполнение социалистических обязательств, за высокую культуру кинообслуживания населения, досрочное завершение государственного плана 1978 года и десятой пятилетки!»*.

Наступний плакат **«Организаторы, пропагандисты, агитаторы!»** розповідає про досвід роботи кращих кіномеханіків області. Плакат було надруковано 29 травня 1975 року, замовник – Управління у справах видавництва, поліграфії та книжкової торгівлі Херсонського

облвиконкому. Тираж – 200 примірників, місце видання – типографія ім. В.І.Леніна «Наддніпрянська правда».

Розглянемо оформлення плакату. Кольори шрифтів – червоний та чорний: Червоним шрифтом виділено назву плакату, цитату та головну тезу, а чорним – інший текст. Головна фраза - про роль кінематографа у житті народу: *«Нинішній рік ювілейний. Радянська країна святкує 30-річчя Великої Перемоги над німецько-фашистськими загарбниками. Особливого значення в ці дні набуває радянський кінематограф, покликаний пропагувати серед населення значення великого подвигу радянського народу у великій Вітчизняній війні, досягнення в розвитку народного господарства».*

Матеріали про особистостей – сільських кіномеханіків подані у вигляді розповіді у науково-популярному стилі: використані і матеріали інтерв'ю. Наприкінці плакату наведений текст постанови Державного комітету Ради Міністрів УРСР по кінематографії і Президії Українського республіканського комітету профспілки працівників культури «Про нагородження працівників кінофікації Херсонської області знаком «Ударник дев'ятої п'ятирічки».

Отже, все різноманіття тематичних напрямків соціального плакату 70-80-х років ХХ століття об'єднано в три основні групи: демонстрація небезпек і загроз людського життя, боротьба з пороками, «декларація цінностей і морально-етичних соціальних стандартів, «заклики до творення і активних дій. Традиції радянського плакату - заклики, натхненність, метафоричність, символічна насиченість, високий художній рівень плакатної ілюстрації - активно використовуються сучасними дизайнерами.

ВИСНОВКИ

Рекламний плакат як різновид графічного мистецтва, яке є не тільки як одним із найдієвіших засобів візуальної комунікації, а, власне, мистецьким феноменом, почав бурхливо розвиватись в останній чверті XIX – початку XX ст. в Європі та Америці.

Плакат як виразник державної політики та ідеології відображав офіційну точку зору на історичні та соціальні події. Так, під час Першої світової війни велике поширення отримав агітаційний плакат. Він використовувався для агітації призову в армію, підписку на військові позики, допомоги пораненим і т. д. Стилiстика цього різновиду плаката вплинула на подальший розвиток жанру. За радянських часів плакати головним чином виконували політичні функції, закликаючи людей до різних дій. Перші радянські плакати 1917-1920-х років стали рупором революції. І, як належало революційному мистецтву, їх тематика, їх спосіб передачі інформації, стильові колізії і рубаний текст гасла цілком відбивали той час, і були по суті революційними. Основою для цього, звичайно, стали елементарні вимоги плакату - яскравість, доступність, видовищність, впізнаність, у поєднанні із злободенністю.

Під час Першої світової війни радянський політичний плакат був засобом масової інформації та ідеологічного впливу на військових та цивільне населення радянського тилу. Супроводжений підписами відомих письменників і поетів плакат, особливо в карикатурному жанрі, точно і з гумором відбивав події на фронтах, був засобом контрпропаганди. Соціальні й політичні плакати повоєнних років характеризувалися станковізмом, тобто сюжетністю, реалістичною трактовкою зображень і другорядною композиційною роллю шрифту. З точки зору формальних якостей вони практично не відрізнялись від

плакатів попередньої доби, і тільки тематична спрямованість вказувала на час їх створення: заклики до відновлення зруйнованого війною народного господарства й підвищення продуктивності праці, проблеми комуністичного виховання зростаючого покоління (працелюбність, чесність, відповідальність, повага до старших тощо), а також популяризація аграрного ноу-хау 1950-х років — кукурудзи.

Друкований плакат був обмежений рамками ідеологічної цензури і виконувався на замовлення державних органів. То ж не важко помітити, що в його тематиці відображена державна політика, де одні події представлені понадміру, а інші не відображені зовсім.

Ознакою часу була посилена пропаганда ленінізму, тож взірцем політичної іконографії продовжував бути образ В. І. Леніна. Він трактувався як всеосяжна міфічна фігура поза часом і простором, непохитний атрибут та основа радянського суспільства. Саме тому часто зображався як «мислитель», «учитель», а подекуди – і «просто людина». Щоб підкреслити актуальність ленінських ідей у тогочасному суспільному житті, часто використовували цитати з його робіт та вислови. Продовжувала розроблятися в українському плакаті і тема провідної та авангардної ролі Комуністичної партії. Плакати пропагували рішення чергових з'їздів партії, п'ятирічок та виборів

Одною з провідних тем, яка також досить глибоко відобразилася у мистецтві друкованого плакату середини 1960-х – першої половини 1980-х років, була тема морального образу «будівника комунізму». В них наголошувалося на тому, що трудова дисципліна – основа успішного ведення економіки, а негативні людські якості і шкідливі звички, проявляючись у повсякденному житті, – найперші вороги радянського суспільства, використовуючи карикатуру, гумористичний та сатиричний підхід, зверталися до серйозних вад у житті суспільства,

таких як лінь, безгосподарність, розкрадання, бюрократизм, пиятика, тощо.

З 1970-х років в українській графіці складаються передумови для розвитку екологічної тематики в плакаті. Екологічні проблеми почали привертати увагу громадськості вже в 1960-х роках, а в 1970-ті роки охорона навколишнього середовища поступово виділилася в самостійну тему плакатного мистецтва. Основні питання, які в той час висувалися в екологічному плакаті, стосуються проблем захисту тварин та птахів, рослин, лісів, озеленення планети, охорони навколишнього середовища тощо. Плакатам цієї тематики притаманні загальні заклики та образи. Здебільшого такі плакати носили формальний, декларативний характер. З кінця 1970-х – 1980-х ситуація починає змінюватися. Плакат екологічного спрямування стає більш емоційним, його мова більш лаконічною.

Протягом всього існування радянської держави однією з домінантних у мистецтві плаката була тема праці. З перших років радянської влади вона розглядалась як джерело економічної, політичної та військової могутності держави і добробуту народу. Праця позиціонувалася як обов'язковий внесок людини в побудову розвинутого суспільства. В кінці 1970-х років радянська економіка перебувала в критичній ситуації. Тож художників, як і раніше, заохочували створювати плакати, що закликали трудівників на виконання намічених партією планів. Плакат брав активну участь у пропаганді народногосподарських планів та мобілізував на необхідні суспільству види діяльності.

Окремо також можна виділити тему праці і в плакатах сільськогосподарського спрямування. Сільське господарство не могло достатньо забезпечити країну ані продуктами харчування, ані сировиною. Тож агітація за розвиток сільського господарства і

вирішення продовольчого питання була багатою на образні знахідки і звучні гасла. Це плакати присвячені різноманітним проблемам села та галузям сільського господарства. Активно пропагувався в плакатах передовий досвід трудівників села, образ яких подавався художниками як типово-узагальнений.

Керівництво держави розуміло, що здоров'я народу – запорука стратегічних сил країни, тому замовлення на створення плакатів на спортивну тематику у плакатистів були завжди. Художники відтворили саму природу спортивних досягнень, показали силу і духовне здоров'я, енергію, волю, фізичну досконалість людини.

На матеріалах зібрання можна простежити характерні художньо-стилістичні особливості українського плаката, а також окремі аспекти творчості художників, що працювали в цій галузі образотворчого мистецтва. Загалом пошук нових виразних засобів плаката був в основному визначений загальною тенденцією до лаконізму й умовності.

Плакат продовжує насичуватися елементами узагальненості, символіки, емблематики, орнаментики. У ньому набули широкого розвитку стилістичні особливості, пов'язані із засвоєнням досвіду мистецтва повоєнних і 1920-х років.

Необхідно відзначити, що незважаючи на те, що художник був залежним у мистецькому соціумі від державних органів щодо вибору теми, стилю, способу створення образу, більшості плакатів притаманна майстерність та досконала техніка майстрів-професіоналів, що виявила себе в індивідуальній манері створення художнього образу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева Е. Советское искусство 1930-х - начала 1950-х годов: образы, темы, традиции / Е. Андреева // Искусство. – 1988. – № 10. – С. 64-67.
2. Андрейканіч А.І. Плакат: його види та жанри / А.І.Андрейканіч // Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – 2013. – Вип. 19. Т.1. – С.35-40.
3. Бабуріна Н. І. З родоводу плаката / Ніна Іванівна Бабуріна. – [4-е вид.]. – К.: Реклама, 1993. – 221 с.
4. Бабуріна Н. І. Рекламний плакат 20-х років / Ніна Іванівна Бабуріна. – [5-е вид.]. – К.: Реклама, 1987. – 184 с.
5. Ван М. Эволюция формы плаката как средства графической коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – Вып. № 114 / 2009. – С.295-300.
6. Васильченко Н. Агітплакат в ХІ п'ятиріччі / Н. Васильченко // Образотворче мистецтво. – 1985. – № 3. – С. 4–5.
7. Васильченко Н. Как здоровье, товарищ плакат? / Н. Васильченко, В. Вітер, В. Шостя // Творчество. – 1986. – № 11. – С. 13–15.
8. Васильченко Н. Натхненну творчість – народу / Н. Васильченко // Образотворче мистецтво. – 1986. – №4. – С. 3-5.
9. Владич Л. Майстри плаката: творчі портрети українських радянських художників-плакатистів / Л. Владич. – К. : Мистецтво, 1989. – 186 с.

10. Галькевич Т. Український плакат середини 1960-1980 ХХ ст.: тематика, художньо-стильові особливості (на матеріалах зібрання НБУВ) /Т.Галькевич // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – 2012. – Вип. 34. – С.377-387.
11. Грищенко В.В. Особливості дизайну в мистецтві плакату /В.В.Грищенко // Вісник ХДАДМ. – 2011. – № 6. – С.138-140.
12. Гутник Л. Інформаційний потенціал українського кіноплаката 1960 – 1970-х років (на матеріалах зібрання НБУВ) / Людмила Гутник // Наукові праці НБУВ. – К., 2005. – Вип. 14. – С. 612–628.
13. Демосфенова, Г. Советский политический плакат / Г. Демосфенова, А. Норок, Н. Шантыко; под общ. ред. Ф. Калошина. – М.: Искусство, 1962. – 444 с.
14. Донець О. М. Інформаційний потенціал і стилістичні особливості українського рекламного плаката 1957–1964 рр. (з фондів НБУВ) // Бібліотечний вісник. – 2005. – № 5. – С. 24–29.
15. Золотоверхова І. І. Український радянський кіноплакат 20 – 30-х років /І.І.Золотоверхова. – К., 1983. – 126 с.
16. Игошина Т.С. Графический дизайн отечественного социального плаката (история и современные тенденции): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. искусствоведения: спец. 17.00.06 «Техническая эстетика и дизайн» / Т.С. Игошина. – Москва, 2009. – 20 с.
17. Каждан Е. Художники плаката – производству // Е. Каждан // Советская графика. – М. : Советский художник. – 1986. – Вып. 10. – С. 178-183.
18. Кілессо С. Мовою плаката / Сергій Кілессо // Вітчизна. – 1974. – С. 224-227.
19. Коваль Н.С. Еволюція форми плаката як засобу графічної комунікації /Н.С.Коваль // Вісник КНУТД. – 2014. – №3. – С.255-260.

20. Коляда І. Національні образи в українському плакаті періоду Другої світової війни / І. Коляда; О. Маєвський // Історія в школі. – 2012. – № 5/6. – С. 1-4.

21. Костерева О.А. Образ врага в отечественной политической культуре периода Холодной войны. Опыт анализа визуального источника / Костерева. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/propaganda17.htm>.

22. Литвиненко В. Г. Зброєю плаката / В.Г.Литвиненко // Культура і життя. – 1974. – 17 жовтня. – С.7.

23. Ляхов В. Н. Советский рекламный плакат / В. Н. Ляхов. – М.: Советский художник. – 1972. – 127 с.

24. Маєвський О. Образ зовнішнього ворога крізь призму плакатної продукції СРСР /О.Маєвський // Український історичний журнал. – 2001. – №. 2– С.71-77.

25. Мы требуем мира! Плакаты холодной войны. Золотая коллекция. – М., 2007. – 20 л.

26. Нечаєва Н.В. Дитина в картині світу радянського соціального плакату /Н.В.Нечаєва // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія Соціальні комунікації. – 2012. – № 4. – С.72-77.

27. Николаева М.Ф. Советский плакат (1917-1941): между искусством и медийной технологией /М.Ф.Николаева // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – Вып. № 3 / 2012. – С.129-131.

28. Николаева М.Ф. Советское плакатное искусство как материал для культурологического исследования /М.Ф.Николаева // Ярославский педагогический вестник – 2012 – № 1 – Т. I (Гуманитарные науки). – С.3232-326.

29. Подчекаєв О. В ногу з часом / О. Подчекаєв // Культура і життя. – 1975. – 10 лип. – С. 3.

30. Роготченко О. Соціалістичний реалізм і тоталітаризм / Олексій Роготченко; Ін-т проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України. – К. : ФЕНІКС, 2007. – 608 с.

31. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939–1945 / Энтони Родс; [пер. Ю.К. Бардина]. – М.: Эксмо, 2008. – 312 с.

32. Сбітнєва Н. Ф. Радянський плакат 1950-х років у контексті розвитку світового графічного дизайну / Н. Ф. Сбітнєва // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. – 2012. – № 13. – С. 64-67.

33. Свирида И. Начиная с афиши / И. Свирида // Творчество. – 1981. – № 7. – С. 10–14.

34. Северіна О. М. Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами Міжнародних трієнале “4-й Блок”): автореф. дис... канд. мистецтвознав.: 17.00.07 / О.М. Северіна; Харк. держ. акад. дизайну і мистец. – Х., 2010. – 20 с.

35. Станкевич Н. Рекламний плакат з найдавніших часів до поч. ХХ століття / Наталія Станкевич // Мистецтвознавство’09: Науковий збірник. – Львів: СКІМ, 2009. – С. 111–118.

36. Українська графіка XI – початку ХХ ст.: Альбом / Авт.-упоряд. А.О. В’юник – К.: Мистецтво, 1994. – 328 с.

37. Цинковська І. Український плакат періоду Великої Вітчизняної війни у фондах Національної бібліотеки ім. В.І.Вернадського / І.Цинковська, Г.Юхимець // XI Всеукраїнська наукова конференція «Велика Вітчизняна війна: маловідомі сторінки історії, імена, події»: Збірник доповідей і повідомлень. - К.-Хмельницький, 2004. – Т. 2. – С. 265-274.

38. Шайкан В.О. Радянський політичний плакат як засіб ідеологічної боротьби в роки Великої Вітчизняної війни /В.О.Шайкан //

Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. – Вип. XXXII. – 2012. – С.263-266.

39. Шевченко В. Я. Композиція плаката: навч. посіб. / В. Я. Шевченко ; Харківська держ. академія дизайну і мистецтв. – 2-ге вид., доп. – Х.: Колорит, 2007. – 133 с.

40. Шевченко В. Український плакат: [Історія розвитку] /В.Шевченко // М.А.Д.Е. – 2001. – № 1. – С. 130–139.

41. Юхимець Г.М. Українське радянське мистецтво 1941–1960 років. – К.: Мистецтво, 1983. – 159 с.

42. Якименко Л.М. Радянський плакат періоду «холодної війни» (другої половини 1940 – 1960-х рр.) як засіб візуальної пропаганди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kyumu.edu.ua/wsc/toms/09/134-136.pdf>