

умовою формування державної політики розвинутих країн світу у сфері інформатизації і комп'ютеризації основних сфер життєдіяльності суспільства.

Проблема інформаційної культури є достатньо складною і багатоаспектною. Подальше вивчення проблеми, зокрема адаптації людини в інформаційному середовищі як споживача і виробника інформаційної культури, потребує нових досліджень.

Однак слід зазначити, наскільки б не вдосконалювалися технічні й програмні засоби інформатизації — один із засобів, які забезпечують раціональне використання інформаційних ресурсів, рівень інформаційної культури людини визначали і надалі визначатимуть основоположні (базові) знання та навички у сфері пошуку й семантичної обробки інформації. Саме ці знання і навички, без яких принципово неможлива успішна навчальна й професійна діяльність, мають стати предметом пильної уваги освітніх установ.

Список використаних джерел

1. Гриценко С. В. Информационная культура личности в постиндустриальном обществе: автореф. дисс. ... к. филос. н: 09.00.11. URL: <http://cheloveknauka.com/informatsionnaya-kultura-lichnosti-v-postindustrialnom->
2. Жидкова О. О. Проблемы взаимодействия человека и информационной среды URL: sps.kture.kharkov.ua/articles/Статья6.doc
3. Інформатизація і модернізація соціокультурної сфери суспільства: взаємодія і розвиток / [О. С. Онищенко, В. М. Горюхов, В. І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ: НБУВ, 2011.
4. Трач Ю. В. Нові інформаційні технології та інформаційна культура в глобалізованому світі. Культура України. 2016. Вип. 52. С. 112-117.

Андрій Мацола

*магістрант Полтавського національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка
(науковий керівник – доцент О. Лук'яненко)
(м. Полтава, Україна)*

ПЛАКАТНЕ МИСТЕЦТВО У ФОРМУВАННІ «НОВОЇ ЛЮДИНИ» ЧАСІВ ТОТАЛІТАРИЗМУ

У житті радянського суспільства плакати були одним із засобів ідеологічного впливу на маси. За допомогою плакатів керівництво намагалося нав'язати суспільству «справжній» погляд на світ. За роки свого існування плакати брали участь у всіх подіях країни: Жовтневому перевороті, Громадянській війні, Економічній індустріалізації та колективізації, війні Радянського Союзу з Німеччиною і далі до розвалу Країни Рад у 1991 році.

Мета даного дослідження полягає у виявленні взаємозв'язків між плакатним мистецтвом першої половини ХХ століття та практики комуністичного формування нової людини «радянської типу».

Завдання дослідження забезпечують розв'язання головної теоретичної задачі з урахуванням змісту та залучених методів дослідження: визначити роль плакату у формуванні політичного світогляду громадян СРСР, окреслити основні вимоги до цього візуального типу джерела як до ідеологічного інструменту, провести мистецький аналіз одного з плакатів з метою визначення його впливу на процес формування «радянської людини».

Об'єкт дослідження: соціокультурний вимір радянської дійсності першої половини ХХ століття.

Предмет дослідження – плакати як візуальний ідеологічний засіб творення «homo soveticus».

Історіографія. Питання ролі плакатного мистецтва у процесі впливу на свідомість радянських громадян ставало предметом різни наукових розвідок. Так, історик С. Білокінь вивчав його у руслі виявлення ознак масового терору як засобу державного управління в СРСР 1917-1941 років. О. Лук'яненко та Т. Найденко розглядали плакати крізь площину використання візуальних джерел у відтворенні повсякдення освітян доби тоталітаризму. Е. Родс розглядав його як засіб пропаганди на рівні з карикатурами та кінофільмами Другої світової війни. Мистецький аналіз плакатів концентрується у працях Г. Демосфенової («Советский политический плакат»), Ю. Белічко («Українське радянське мистецтво періоду Громадянської війни») та Н. Бабуріної («Російський плакат періоду Першої світової війни»).

Термін «тоталітаризм» означає національну систему, яка повністю контролює всі сфери суспільного життя. На думку П. Соболя, Сталінське керівництво побудувало політичну систему з унікальними гуманітарними характеристиками. Причинами стали відсутність демократичних традицій, низька політична культура та поступове зростання партій та національних інституцій.

Радянські лідери стикалися з проблемами ситуаціями тотальної неписьменності, і дуже часто в переважній більшості верстви середнього прошарку населення були абсолютними мовними невігласами. Слід зазначити, що влада успішно впоралася з нелегким завданням. Протягом десятиліть мистецтво плакатів перетворилося із засобів вигідного комунікативного рекламного характеру на зброю серйозної ідеології.

Графіка плакатів, що з'явилася в ХІХ столітті, спочатку сформувалася як своєрідна комерційна та театральна реклама (афіша), а потім почала виконувати завдання політичного плану (афіша).

Як зазначено в дослідженнях А. Сіренова, присвячених карикатурам як історичному джерелу, зображення містили набагато більше інформації, ніж письмовий текст. Це призвело до появи художніх плакатів, що поєднували інформацію про певний знак та принципи візуальної реклами. Так, під час Першої світової війни формувалися російські політичні плакати із закликами до патріотизму за допомогою відомих зображень героїв та російських солдатів. Було опубліковано серію плакатів про підтримку постраждалих та біженців, військові позики та мобілізацію.

У роки громадянської війни в Росії так звані «Вікна РОСТУ» були намальовані вручну на трафареті і визначалися новою плакатною естетикою: чіткістю, доступністю, яку може зрозуміти будь-яка аудиторія, спрощеністю графіки, контурів, однотонністю кольорів у межах контурів. В. Маяковський визначив, що цей жанр можна було прирівняти до публікації деяких законодавчих актів.

Радянська нація використовувала всі можливі способи збудження свідомості мас та політичної реклами, особливо у її візуальній формі: картини, скульптури, графіка (і, особливо, плакати), що були не просто літературою, яка маніфестувалася через простоту візуального сприйняття.

Вимоги до плакатів у своїй роботі «Політична реклама» розробив С. Лісовський. Так, плакат повинен бути вражаючим. Формати та колірні схеми повинні бути цікавими. Плакати мали бути ретельно структуровані. Їхній склад – чіткий як геометрична схема, як скелет будинку, що будується. Сюжети мали стати динамічними, вбудованими у світогляд глядачів, мали змушувати рухатися вперед. Цей вид мистецтва мали «читати» негайно, легко, чітко. Тому плакат повинен бути відкритим та зрозумілим.

Ці принципи відповідали плакатам першого року радянської влади. Вони були скрізь, включаючи стіни будинків, вітрини магазинів, заводи та залізничні вокзали. Той, хто здирав плакат, міг вважатися контрреволюціонером.

Із 1918 по 1921 рік, за підрахунками Б. Бутника-Сіверського, більшовики опублікували щонайменше 835 політичних та 1015 військових плакатів. Їхнє виробництво розпочалося в середині 1918 року. Їх видавали Центральний виконавчий комітет, Народна комісія, Револьюційна військова рада, державні видавці. Створені вручну та друковані трафаретом репліки у великій кількості з'явилися в 1919 році в Москві у вигляді «Вікон сатиричного ЗРОСТУ». До кінця Громадянської війни багато «вікон» було надруковано великою кількістю у типографіях у понад 30 містах Росії. Графічні зображення плакатів часто супроводжувались текстом у вигляді гасел, закликів, часто віршів, уривків з періодичних видань та заяв лідерів.

Плакат Радянського Союзу був центральним візуальним засобом впливу для комуністичного суспільства, засобом державного будівництва та

становлення СРСР як могутньої політичної та промислової світової держави. Активне розповсюдження плакатів торкалося свідомості різних верств населення. Він служить інструментом зміни свідомості та поведінки, був важливим показником змін норм і цінностей і може бути використаний для реконструкції процесу розвитку суспільства загалом, не лише мистецтва.



Здійснимо короткий аналіз плакату з яскраво вираженим антирелігійним змістом. У центральній частині композиції зображення жінки в динаміці, в її постаті легко читається сила і рішучість до дій. Вона розриває пута (скоріш за все, релігійні) на своїй шиї. Слугам культу на цьому плакаті добряче дісталось: вони зображені навмисно максимально примітивно, імовірно, з метою приниження, до того ж жінка знаходиться до них спиною, що теж є досить промовистим натяком. Співвідношення кількості має на меті показати слабкість церкви. Сильним контрастом до чорного тла, на якому зображені ченці, є жовтий і червоний

кольори, в напрямку руху жінки. Автор за допомогою них намагається переконати глядача в правильності вибору героїні. Жовтий колір, на мою думку, підсвідомо асоціюється з сонцем, а сонце, в свою чергу, з життям. Кольорова розкладка, що тут була реалізована, явно не на користь представників культу, бо чорний – це не тільки колір зречення від усього земного, це ще й колір трауру. Стосовно червоного – тут все більш-менш зрозуміло – він уособлює майбутні зміни, які, до речі, судячи з усього що там намальовано червоним, вже настали. Червона дійсність, осяяна самим життям, вже поруч, залишилось тільки зробити ще кілька кроків на зустріч червоним яслам, що теж, до речі, дуже символічно.

Отже, можемо констатувати чіткі зв'язки між режимом тоталітаризму, що панував на теренах тогочасного СРСР і плакатним мистецтвом. Результатом цієї, досить тісної співпраці, стала поява сотень робіт різного тематичного спрямування, але, більшість з них, тою чи іншою мірою, несла в собі відбиток пропаганди комуністичної ідеології.

Список використаних джерел

1. Андрейканіч А. І. Антологія українського плаката першої третини ХХ століття. Косів: Видавничий дім «Довбуш», 2012. 120 с.
2. Білокін С. І. Масовий терор як засіб державного управління в СРСР (1917-1941 рр.): Джерелознавче дослідження. Київ, 1999. 448 с.
3. Демосфенова Г., Нурок А., Шантыко Н. Советский политический плакат. Москва: Искусство, 1962. 444 с.
4. Лук'яненко О. В. Повсякдення освітян УРСР у контексті антропологічних студій. *Молодий вчений*. 2020. №10 (86). С.310-313.
5. Найдено Т. О. Порівняльний аналіз образу вчителя на радянському плакаті 1940-х – 1980-х років. *Молодий вчений*. №10 (86). С.86-89.
6. Попова Л., Павлов В. Українське радянське мистецтво 20-30-х років. Київ: Мистецтво, 1966. 73 с.
7. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939–1945. Москва, 2008. 312 с.
8. Український політичний плакат / Авт.-упоряд. Л. В. Владич. Київ: Політвидав України, 1981. 119 с.

Павло Мінгальов

*аспірант Сумського державного педагогічного
університету імені А. С. Макаренка
(м. Суми, Україна)*

ФОРТЕПІАННА МІНІАТЮРА У КОНТЕКСТІ ЖАНРОВО-СТИЛЬОВИХ ПОШУКІВ В. РЕБІКОВА

Однією з особливостей фортепіанної музики початку ХХ століття є подолання традицій романтичного стилю та пошуки можливостей виходу за його межі. Композитори нового покоління експериментували в області музичної мови, форми і звукової образності. Одним з тих найпридатніших жанрів, де апробувались численні музичні нововведення, у цей час став жанр фортепіанної мініатюри. Дослідження еволюції малих форм у фортепіанній музиці дозволяє ґрунтовніше розкрити процес трансформації стилю і жанру мініатюри на зламі часів та поступового переходу від усталеної романтичної традиції (у тому числі національної) до мистецтва нового ХХ століття, що відрізнялось пошуками сучасних йому виразних засобів. Затребуваність цього жанру та його незначна наукова розробка щодо творчості композиторів «другого ряду», зокрема В. Ребікова, зумовлює актуальність обраної теми.

Ім'я В. Ребікова відомо нині лише вузькому колу музикознавців, але на початку ХХ століття він був популярний як автор модерністської дитячої опери «Ялинка» і деяких інших творів. Багато новітніх тенденцій фортепіанної культури одразу знаходили відгук в його творчості, крім того, він часто і сам був їх ініціатором. Це зумовило сприйняття постаті В. Ребікова як композитора-новатора, який у своїй творчості прагнув вийти за межі існуючих засобів