

*Олена Миколаївна Донець,  
молодший науковий співробітник  
відділу образотворчих мистецтв  
Інституту книгознавства  
Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського  
ORCID: 0000-0003-3837-5273  
e-mail: edonec@ukr.net*

## **УКРАЇНСЬКИЙ ДРУКОВАНИЙ ПЛАКАТ 1920-х – ПОЧАТКУ 1930-х РОКІВ ЯК ІНФОРМАЦІЙНЕ ДЖЕРЕЛО З ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ПИТАНЬ (НА МАТЕРІАЛАХ З ФОНДІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО)**

**Метою статті** є репрезентація інформаційного потенціалу українського друкованого плаката 20-х – початку 30-х років ХХ ст. як важливого візуального джерела в дослідженні кола проблем, пов'язаних із «жіночим питанням». **Методологія дослідження** базується на застосуванні методів іконологічного й порівняльного аналізу для розуміння й інтерпретації окремих плакатних зображень, зокрема для розкриття змісту соціальних значень у візуальній символіці. **Наукова новизна** роботи полягає в розширенні уявлення про український друкований плакат 1920-х – початку 1930-х років як інформаційне джерело з вивчення гендерних питань. Доведено, що вже 1932 року з формалізмом було покинчено – авангардне трактування образу жінки в плакаті поступилося реалістичним сюжетним плакатам-картинам, внаслідок чого образ дужої безкомпромісної «жінки-лідерки» перестав домінувати як візуальний тип в іконографічному дискурсі зазначеного періоду. **Висновки.** Аналіз українського друкованого плаката як інформаційного джерела дозволив розглянути основне коло проблем, пов'язаних із вирішенням «жіночого питання», зокрема таких: жінка і професійна та громадська діяльність; жінка і шлюб; жінка і здоровий спосіб життя; простежити зміни в іконографії образу жінки, а також з'ясувати причини, що викликали їх до життя, передусім зміни в радянській ідеологічній системі; розкрити особливості творчого почерку художників – авторів плакатів.

**Ключові слова:** український друкований плакат 1920-х – 1930-х років, гендерні питання, комунікативні функції.

**Актуальність теми дослідження.** Питання щодо ролі і місця жінки в суспільстві є нині надзвичайно актуальними з огляду на те, що сучасна гендерна політика використовує досвід нещодавнього радянського минулого. Викладений у статті матеріал дозволить залучити до наукового обігу українські друковані плакати 20–30-х років ХХ ст. як важливі джерела для дослідження гендерних питань.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Український друкований плакат 1920–1930-х років розглядався в контексті дослідження гендерних питань сучасними фахівцями – істориками, культурологами – здебільшого як ілюстрація до викладення й аналізу основного матеріалу. Так, у виданні «Українські жінки в горнілі

модернізації» авторка розділу «Нова радянська жінка»: гендерна політика радянської влади у 1930-х роках» М. Вороніна звертається до плаката, щоб проілюструвати викладену нею тезу про феміністичну риторичку у промові Й. Сталіна на 1-му Всесоюзному з'їзді колгоспників-ударників 1933 року [1, с. 142–143]. Авторки вступної статті до альбома «Женщины в русском плакате» Н. І. Бабурина та С. Н. Артамонова спробували розкрити особливості втілення образу жінки в російському плакаті ХХ ст. [2]. В. Косів у монографії «Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років» також торкається питання конструювання образу «нової жінки» в плакаті зазначеного періоду [3, с. 198–231], враховуючи різні способи його художнього втілення. Маємо приклад іконологічного аналізу плаката як окремого образотворчого візуально-історичного документа у статті О. Донець «Гендерні аспекти візуалізації жінки в українському радянському плакаті 1940–1980 років (на основі зібрання українського друкованого плаката ХХ ст. відділу образотворчих мистецтв Інституту книгознавства НБУВ)» [4]. Отже, на нашу думку, в сучасних умовах плакат слід розглядати комплексно: як візуальний історичний документ, з одного боку, і як витвір мистецтва графіки, – з іншого. Це дозволить якнайкраще розкрити його інформаційний потенціал, зокрема при вивченні гендерних питань.

**Мета дослідження.** Репрезентація інформаційного потенціалу плаката як важливого візуального джерела в дослідженні основного кола проблем, пов'язаних із «жіночим питанням».

**Виклад основного матеріалу.** У сучасній гендерній політиці використовується радянський історичний досвід (як позитивний, так і негативний), у «прокрустове ложе» котрого потрапило не одне покоління сучасних жінок. Особливої уваги й ретельного аналізу потребує досвід двох перших десятиліть радянської влади, коли хвиля емансипації була досить потужною і в практику почали впроваджуватися заходи з реалізації нової ідеологічної гендерної моделі. У цей період жінка як особистість постала в центрі уваги, принаймні на просторах плакатного аркуша, де її зображено дужою і рішуче налаштованою на нове життя. Зібрання відділу образотворчих мистецтв Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (далі – ВІВ) містить плакати, в яких представлено таку роль жінки в суспільстві, якою її бачила на той час радянська влада. З ряду сталих конструктів жіночого гендеру – жінка-мати, жінка-домогосподарка, жінка-дружина, жінка-громадянка – виокремився останній і став домінуючим. Нова жінка – це активна агітаторка за нове життя. Вона – всюди: на перших шпальтах газет, часописів і у плакатних аркушах, що змальовували звільнення жінки від хатньо-побутового рабства, її агітаційно-пропагандистську роботу в кооперативах та радах комнезамів (комнезами – комітети незаможних селян, за допомогою яких на селі проводилася політика «розкуркулення», вони відіграли негативну роль під час голодомору). Способи художнього втілення соціальної ролі жінки в плакаті дають змогу проаналізувати й виокремити найхарактерніші іконографічні типи, а також виявити ті соціальні передумови, що їх сформували.

Принагідно зазначимо, що так зване «жіноче питання» порушувалося українським жіноцтвом ще задовго до Жовтневого перевороту і досить жваво обговорювалось у пресі починаючи ще з середини XIX ст. [5]. А наприкінці XIX ст. жінки в Російській імперії вже були активними учасницями феміністичного руху. Варто лише згадати імена Н. Кобринської, Олени Пчілки, О. Франко та багатьох інших членкинь жіночих товариств і угруповань. Про це йдеться у працях дослідниць феміністичного руху на теренах України О. Кісь, І. Черчович, К. Кобченко [1]. М. Вороніна у статті «Законодавчі зміни щодо правового становища жінок до Жовтневого перевороту» аргументовано розвіює радянський міф про те, що надання всіх прав жінкам відбулося лише з приходом до влади більшовиків [1, с. 106–110]. Та все ж тогочасна політика радянської влади стосовно жіночого гендеру сприймалася міжнародною комуністичною спільнотою як суперпрогресивна. Так, всесвітньо знана феміністка Симона де Бовуар тривалий час була впевнена в тому, що радянським жінкам дійсно надане небачене до цього місце в суспільстві чоловіків. Розмірковуючи над історією закріпачення жінки у світовому масштабі, вона писала про це у своєму програмному творі «Друга стать» (1949 р.): «Світ, суспільство, в якому б чоловіки й жінки були б рівноправними, неважко собі уявити, адже це саме те суспільство, яке обіцяла створити радянська влада». Дійсно, більшовиками було ухвалено низку важливих законів, що стосувалися «жіночого питання». У грудні 1917 року було прийнято декрети «Про цивільний шлюб, дітей та про ведення книг актів цивільного стану», «Про розірвання шлюбу». Активну участь у цьому брала О. М. Колонтай (проект декрету про цивільний шлюб). Новий кодекс законів про шлюб, сім'ю та опіку було прийнято 1926 року, в результаті фактичним шлюбним відносинам (цивільний шлюб) було надано правового статусу, завдяки чому права жінок були захищені: запис про батьківство в метриці дитини робився зі слів матері, – і вона мала право на аліменти; діти, народжені у шлюбі та поза ним, мали однакові права. 1920 року, раніше, ніж у Європі, було зафіксовано право жінки на аборт. Вагітним і матерям, що мали немовлят, надавалась оплачувана відпустка. Праця жінки-домогосподарки прирівнювалась до праці чоловіка – годувальника родини. Розірвати шлюб можна було за допомогою поштівки, яку міг надіслати до РАЦСу хтось один із подружжя [6, с. 120]. Усі ці новації активно обговорювались на сторінках газет і часописів, а також доносилися до «мас» у творах кінематографа, літератури та в тиражованих плакатних аркушах.

Щоб зрозуміти контекст, в якому створювалися плакати «жіночої тематики», побіжно згадаємо деякі твори літератури і кінематографа цього періоду. Знаковою стала стрічка російських кінематографістів А. Ромма та В. Шкловського «Любовь втроём» (або «Третья Мещанская», 1927 р.), де за часів непу з провінції до Москви приїздить друкар Володимир і тимчасово оселяється в кімнаті свого фронтового друга Миколи на 3-й Міщанській вулиці. Людмила, дружина господаря, захоплюється гостем, – і тепер вони живуть утрюх... Відносини між ними усіма заплутуються. Через деякий час з'ясується, що Людмила при надії

і незрозуміло, хто ж батько. Зрештою жінка після нетривалих вагань вирішує народити і виховувати дитину сама, впевнена в тому, що держава їй допоможе. Вона кидає чоловіків, сідає в потяг і їде назустріч долі.

Тема вільного кохання і розлучення стала популярною і в новій українській літературі: в романі О. Копиленка «Визволення» герой розмірковує, чи варто зберігати шлюбні стосунки без кохання.

Отже, 1920-ті роки можна вважати періодом бурхливого розвою, а 1930-ті – несподіваного припинення унікального соціального експерименту – спроби кардинальної лібералізації державної політики щодо жіноцтва.

Цей час став також винятковим і в історії розвитку українського плаката, в котрому щільно сплелися «красиве і корисне», – художні образи й ідеологія. Він увірвався в повсякденність яскравим зіставленням кольорів, монументальною символічністю авангардних рішень: політика масової агітації проводиться через образотворчі засоби – мистецтво перестає розподілятися на народне й елітарне, створюється загальне культурне поле, в якому плакат долучається до творення нових смислів. Отож не дивно, що в плакатному агітпропі працювала переважна більшість українських художників-авангардистів. У зібранні ВОР маємо плакати, що висвітлюють тему жіночого гендеру, авторства талановитих українських митців – Анатолія Бондаровича, Наума Соколика (Соколіні), Марії Юнак, Івана Падалки, Віктора Саввіна, Григорія Цапка, Миколи Міщенка, Ібрагіма Літинського, Охріма Судомори, Лева Каплана, Олександра Маренкова, Адольфа Страхова та ін. Слід зазначити, що молоді художники-авангардисти досить органічно почувались у вирі розбудови нової пролетарської культури, образотворчого мистецтва зокрема. Так, художники – члени АРМУ (Асоціації революційних митців України), плакати яких маємо в зібранні, активно співпрацювали з видавництвами, що випускали агітаційні плакати. Вони вбачали сутність своєї художньої діяльності у формотворчих пошуках, тому свідомо ставилися до мистецтва плаката як до дієвого, потрібного і такого, де б вони могли цілком органічно виявити свої мистецькі вподобання. Як, приміром, у плакаті Івана Падалки «Жінки йдуть у ради комнезами кооперацію», виданому «Книгоспілкою» і розрахованому на сільську бідноту. Жінок активно залучали



до рад комнезамів, бо саме вони здебільшого ставали ініціаторками голодних бунтів. Цей плакат було виконано І. Падалкою в середині 1920-х років у стилістиці, характерній для школи М. Бойчука, якій притаманні лаконічність українського наївного малярства, майстерна ритмічна організація композиції, застосування кулісної перспективи, лінійно-площинне моделювання об'єму. У плакаті І. Падалка дотримується започаткованого «бойчукістами» «героїчного стилю», ігноруючи «героїчну стилізацію», що пізніше стала основою мистецтва соцреалізму [7, с. 25]. Яскравій декоративності зображення набуло завдяки зіставленню основних кольорів – червоного, жовтого, синього. Оскільки ідея плакатного гасла – це заклик до активної дії, художник спрямовує кремезну постать селянки до гурту «комнезамівок», над яким, власне, написано текст із закликом. Уже через кілька років майстру доведеться віч-на-віч зіштовхнутися з жорстокою правдою. 1933 року І. Падалка побачив на власні очі, як біля харківської дитячої лікарні знімали з вантажівки ледь живих немовлят. Їх звозили до Харкова з навколишніх сіл – голодних батьків, за розпорядженням П. П. Постишева, не рятували [8]. Розгляд теми стосунків митця і влади не є нашим завданням, – та більшість митців-плакатистів так чи інакше заплатили за своє «авангардне» минуле: хтось – життям, хтось – можливістю творити за власним уподобанням. Як це, приміром, сталося з учнями І. Падалки – М. Юнак, О. Павленко, О. Мизиним та іншими, плакати та лубки котрих містяться в зібранні.

Образ соціально заангажованої жінки-активістки був досить часто уживаним у плакаті 1920-х років, його іконографічний тип зазвичай має монументальний характер і представлений масштабно виділеною постаттю головної «героїні» твору, що розташована на першому плані, на тлі «народних мас», новобудов та ін. Та, незважаючи на це, кожен художник – автор плаката – втілював його по-своєму, залежно від власних художніх уподобань і розуміння ідеологічної спрямованості. Так, Наум Соколіні (Соколик) (член одеського Товариства незалежних художників, а з середини 1920-х років – член Товариства московських художників) в інший спосіб вирішує художнє втілення гасла «Жінки йдуть у ради комнезамів кооперацию». В його плакаті присутня емоційна напруженість, якої художник досягнув завдяки зіставленню яскраво-червоного (плями



прапора, хустинок і спідниці масштабно виділеної постаті жінки) і зеленого (художнє тло) кольорів. Драматизм твору підкреслює діагональна композиційна побудова, яку врівноважує розкиданий по художній площині скомпонований в окремі слова-прямокутники текст гасла. Експресивної забарвленості творові надають хвилеподібні лінії полотна прапора, узгоджені з лініями підхопленої вітром спідниці жінки-агітаторки. Текст виступає як активна художня складова: стилі шрифту і художнього зображення органічно узгоджуються – вербальне й візуальне у плакаті сприймаються як одне ціле.



перативного руху або ж не влилися до лав тих, хто бореться за світову революцію і «соціалізм».

Образ жінки на плакаті М. Міщенка має яскраву експресивну забарвленість: художник змалював дужу, налаштовану на рішучі дії жінку-лідерку. Підкреслюючи нову для неї роль, він змальовує її постать в найбільш візуально активній зоні художньої площини – праворуч від центральної осі, ніби понад натовпом, «народними масами», з широко відкритою горлянкою-трубою, що закликає до дій, вказуючи

Подібний іконографічний тип жінки-лідерки бачимо й у плакатах молодих на той час харківських художників М. Міщенка «Робітниче! Допомогай кооперувати хатнє господарство! Цим ти допоможеш прискорити будівництва соціалізму!» (1927 р.) та І. Гороха «Трудящі жінки СРСР щільніше лави боротьби за соціалізм за світову революцію!». Обидва художники також вдаються до масштабного виділення постаті жінки-лідерки, що звертається до товаришок, які ще не пристали до коо-



однією рукою на плакатне гасло, а в іншій тримаючи червоний прапор. Такий художній прийом загалом є характерним для плакатів, що містили гасла-заклики і спонукали до активних дій – вступу до різних товариств або ж спілок. Також він досить часто використовувався раніше, коли хотіли показати всесвітній поступ чоловіка-пролетаря (Б. Кустодієв, О. Маренков та ін.).

Художник І. Горох у своєму плакаті зобразив жінку в центрі композиції, але її образ, на відміну від попереднього, – монументально-статичний: вона міцно стоїть на ногах (в основі її постаті – трикутний абрис – символ жіночого начала і стійкості), тримаючи в руках вертикаль деревка червоного прапора, що розподіляє площину на дві симетричні частини. У правому нижньому куті – на чорному тлі битва червоних із ворогами революції, у верхньому – щільні лави організованих жінок у червоних хустинах із червоними прапорами і транспарантами, готових до боротьби. Ритму плакат набуває завдяки експресивному зіставленню червоного, чорного й оливкового, що становлять основу колористичної гами, а також використанню виразних паралельних діагоналей – полотна прапора, абрисів лав жіночих загонів.

Усі згадані вище художники – І. Падалка, Н. Соколіні, М. Міщенко та І. Горох – репрезентували у своїх плакатах один іконографічний тип жінки-лідерки, але втілили його кожен по-своєму: зі специфікою, властивою їхнім художнім методам та вподобанням. Вони органічно почувалися в атмосфері нової пролетарської художньої естетики. Молоді митці свідомо підтримували більшовицьку владу. Умовність, символізм, метафоричність зображення були невід’ємною частиною їхньої творчості.

Агітаційне спрямування плакатного мистецтва було скероване на те, щоб в найкоротший термін донести основні тези нової влади до жіноцтва. «Активна участь жіноцтва в практичній кооперативній роботі – міцний ґрунт для створення нового побуту», – запевняв плакат невідомого художника видавництва «Книгоспілка» 1928 року. Текст плаката художника Г. Цапка «Ленін – визволитель трудящої жінки з неволі» (1920-ті рр.) засвідчує усвідомлення влади: «не можна втягнути маси в політику без того, щоб не втягнути в політику й жінок, бо жіноча половина роду людського за капіталізму пригноблена вдвічі. Більшовицька радянська революція підірвує коріння пригноблення та нерівності жінок так глибоко, як не віддамувалася робота ні одна партія, ні одна революція на світі.



радянська революція підрізує коріння пригноблення та нерівності жінок так глибоко, як не відважувалася робити ні одна партія, ні одна революція на світі». Це один із плакатів для «ленінського кутка» серії, виданої «Книгоспілкою». Художник, який був членом харківського мистецького угруповання «Авангард», виконав плакат у характерній для нього манері: сконструював композиційний простір з окремих площин, скориставшись елементами фотоколажу. Такий прийом додає плакату документальності та переконливості. Композиційним та ідейним центром твору є фото Леніна, навколо якого автор розмістив фотосюжети з життя «визволених жінок»: їхнє навчання в хатах-читальнях, жіночі зібрання та ін. У верхній частині плаката – фото знакових для того часу постатей жінок-революціонерок – Надії Крупської (теоретика й організаторки радянської школи та системи народної освіти), Рози Люксембург та Клари Цеткін (загальновідомих феміністок, засновниць свята 8 березня), Конкордії Самойлової (діячки жіночого пролетарського руху, членкині ВУЦВК, яка опікувалась яслами, дитячими садами, однієї із засновниць жіночого часопису «Работница»).

Плакати на той час були не тільки учасниками вуличного дійства, як колись, у буремне революційне десятиліття, – відтепер їх усе частіше можна було побачити у громадських місцях: у чайних, їдальнях, бібліотеках, хатах-читальнях, вітринах магазинів, – щоб їх не можна було так само легко, як на вулиці, зірвати. Про це дізнаємося з вихідних даних на плакаті. Під художнім зображенням видавництво іноді подавало рекомендації щодо бажаних місць розповсюдження. Так, українське кооперативне видавництво «Книгоспілка» на плакатах, що випускалися для «ленінських куточків», зазначало: «Державний Науково-Методологічний Комітет Наркомосвіти УСРР по секції Політосвіти рекомендував до вжитку в робітничих клубах та інших політустановах у місті, дозволив до вжитку в сільбудах, хатах-читальнях та інших Політустановах на селі». Агітація та пропаганда заповнили відтепер не тільки простір вулиць і майданів, а й увійшли до камерного суспільно-громадського простору. Все частіше плакати випускалися «невеличкими» форматами – 50х30 см. Великоформатні плакати (100х60 см) друкувалися зазвичай з нагоди масових народних гулянь.

Отже, корективи в ідеологічній політиці потягли за собою відповідні зміни у способі функціонування плакатів, і це, своєю чергою,





вплинуло й на їхню художню стилістику: з'явилися плакати-картини, плакати-лубки, що потребували детального розгляду з близької відстані та були розраховані як на освічену, так і неписьменну аудиторію.

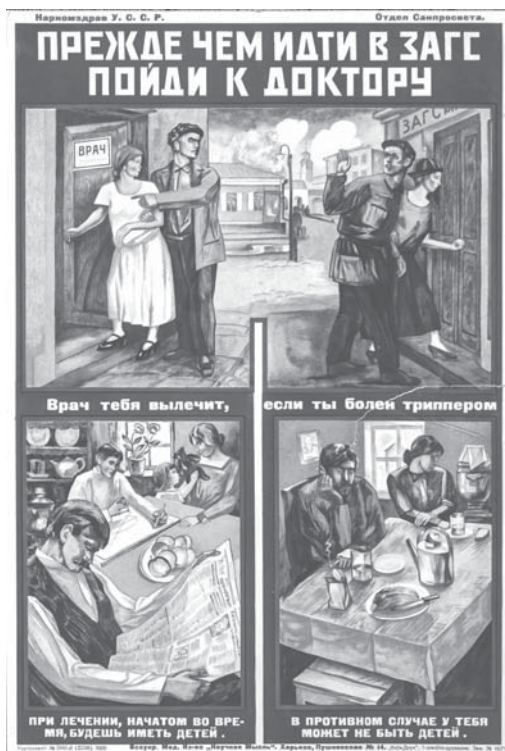
На плакатах бачимо активних жінок, які навчаються, читають, працюють у кооперації. «Дівці, бабі, молодиці книга завжди знадобиться», – запевняє плакат роботи невідомого художника (монограма І. В.). Це свого роду ідилічна історія про нове жіноче щастя: однією рукою жінка бавить немовля, іншою – гортає книгу, сидячи посеред «ланів широкогополіх». На плакаті «Чим діток лаять бити краще книжку їм купити» (1928 р.) жінка роздає дітям книжки, серед яких «Книжка про маленьку мавпу» Наталі Забіли.



Щоб продемонструвати переваги нового побуту, у плакатах просували рекламу фабрик-кухонь, пральних машин, дитячих ясел, нових засобів гігієни. Тогочасний плакат не обійшов своєю увагою і проблеми, пов'язані зі здоров'ям жінки (гігієна міжстатевих відносин, спадкові та венеричні хвороби тощо). Ці питання розглядалися й на сторінках жіночих часописів (приміром, у статті «Де-



фективные и социально-запущенные дети» в «Женском журнале», № 1 за 1926 р., розповідалося про небезпеку спадкових хвороб). Плакати застерігали від безоглядно-сліпого кохання, пропагуючи дослідження «євгеніки» (конструювання нової людини з точки зору фізіології, а не ідеології) – науки



спочатку досить популярної та за сталінських часів знищеної в СРСР. У них ішлося про небезпеку спадкових хвороб, тому молодят, які мали побратися, плакати закликали спочатку відвідати лікаря, а потім уже йти до РАЦСу. Художники змальовували прикрі наслідки бездумної поведінки майбутніх батьків – хворих дітей із вадами розвитку, – як на плакаті «Не вступай слепо в брак!» (1927 р.) видання Одеського будинку саносвіти. «Прежде чем идти в ЗАГС пойди к доктору» (1928 р.) закликає плакат Всеукраїнського видавництва «Научная мысль» у Харкові. Незважаючи на те, що тема плаката далека від «героїчних буднів», авторів, який досконало володів засобами авангардного ліплення форми, вдалося на досить високому художньому рівні справитись із завданням, скориставшись методом художнього протиставлення (пролетар/неп-

ман; нове/старе). Композиція складається з трьох окремих сюжетів (засіб, характерний для житійної ікони або ж лубка; останній на той час пропагувався владою як один із видів «мистецтва для народу» – зрозумілий, яскравий і звичний). Угорі – сюжет, на якому дві молодих пари. Ліворуч – парубок із дівчиною, що дотримуються нового закону. Вони йдуть до лікаря і звертаються до молодят-непманів (він і вона характерно вбрані, у жінки замість червоної хустинки на голові – примхливий капелюшок), які прямують до РАЦСу. У двох нижніх сюжетах автор демонструє різні наслідки попередніх дій обох пар. У сюжеті ліворуч – сім'я за столом: батько читає газету (маркер соціально свідомої радянської сім'ї, який повторювався до другої половини ХХ ст. у плакаті, кінематографі та ін.), син поряд займається кресленням, мати бавить дівчинку. В сюжеті, що праворуч, – за столом чоловік і жінка, мовчазні, засмучені, без дітей. Плакатний текст попереджає: «Прежде чем идти в ЗАГС пойди к доктору. Врач тебя вылечит, если ты болен триппером. При лечении, начатом вовремя, – будешь иметь детей. В противном случае у тебя может не быть детей». Ці плакати пропагують закон, прийнятий 1926 року, в якому від молодят вимагали до реєстрації шлюбу інформувати один одного про свої «історії хвороб», особливо це стосувалося венеричних, психічних хвороб та туберкульозу. Вчені-євгеніки також долучилися до таких питань, як здоров'я жінки, її гігієна. В інструктивних плакатах із санітарії і гігієни розповідалося про те, як правильно доглядати за породіллею та немовлям, як-от у плакаті «Оберегите жінку-матір!» (1926 р.) харківських художників Б. Уварова та С. Міляєва.

Знаковими стали плакати, що торкалися проблеми звільнення жінки від «домашнього рабства». Візуальним маркером такої особливої, «нової» жінки в плакаті стала червона, пов'язана на голові хустинка, на кшталт фрігійського ковпака – символу свободи, відомого ще з часів давньоримського рабства. Коротко стрижена, з вибритою потилицею, жінка в такій «фрігійській» хустині означала звільнену й емансиповану особистість. Вочевидь символіка зображень жінок у червоних хустинках передусім пов'язана з розробкою іконографії нового соціалістичного руху. Джерелом ідей для неї слугували традиції французької революційної образотворчості, зокрема Маріанна – Діва революції, яка стала символом Свободи. Молоді авангардисти – поети і художники – захоплювалися цим алегоричним образом: «Жона відважна, діва гріховна гряде до нас. Нагая – без одежі, без прикрас – чарує, мов та рожа повна» (Павло Тичина, «Мадонно моя», 1920 р.).

Особливо вживаними у плакатах були гасла про подолання жінками хатнього або побутового рабства. Про це й плакат «Пролетарко! Рабою старого годі бути тобі!» (1930 р.) художника Лева Каплана, який у 1920-ті роки був членом АХЧУ (Асоціації художників червоної України). Композиційно плакат поділено на дві частини – два світи: верхній (сіро-чорний) – світ пригнобленої жінки. Вона зігнулася над пранням в оточенні брудного виру з примусів, шкарпеток, пателень, каструль, черпаків, що засмокує в чорну діру жахливого побуту; нижній – «красні» часи кращого життя, що художник позначив символічним червоним, змалювавши «новий соціалістичний побут»: пральні й прасувальні машини, відгодованих дітей у яслах-садках. Тут художник скористався одним із найулюбленіших у радянському образотворчому арсеналі засобів – принципом контрастного протиставлення за змістом, кольором і композиційним рішенням.



Та наприкінці 1920-х – на початку 1930-х років стався поворот до старого – патріархального родинного устрою, але під тим же гаслом турботи про жінок. Це був період перших п'ятирічних планів індустріалізації та колективізації. З початком сталінізму державна політика переважно була спрямована на вирішення виробничих і демографічних завдань, про емансипацію вже не йшлося. Тому

в плакаті переважає *наступний іконографічний тип*: жінка біля колгоспної техніки, верстата і таке інше, часто – в оточенні дітей або ж із дитиною на руках, але її постать вже не виділена ані кольором, ані масштабно. На початку 1930-х років «плакатна жінка» вже не бореться за власне розкріпачення, не волає горлянкою-трубою: вона щаслива, задоволена, радісна й усміхнена. Відколи «жінка радянська» стала «найщасливішою», вона перестала бути *символом* нового життя, віднині вона стала його *атрибутом*. Символічно-алегоричне зображення жінки поступається реалістичному: радісна жінка біля трактора, літака, в полі... Героїня плаката вже не символізує поступ нової «жіночої ери», а просто живе. У плакаті бачимо, як вона успішно опановує професії, що вважалися колись суто чоловічими – лікаря, вчителя, кухаря, монтажника, тракториста та ін.

Тепер у жінок з'явилися два пріоритетних завдання – народження дітей і ударна праця нарівні з чоловіками. Державі терміново потрібні були нові робочі руки, адже будувалися нові підприємства, куди активно залучали жінок, називаючи це перевагою радянської емансипації. Тобто праця на важких підприємствах подавалася в плакаті як завойоване право на гендерну рівність. Випуск плакатів здійснювався відповідно до спеціально прийнятих партійними органами постанов, спрямованих на пропаганду ідей комунізму і залучення жінок до виробничого процесу. Кардинально змінилася й державна політика щодо художньої творчості: включилися відцентрові сили тоталітаризму, не стало місця художньо-стилістичному розмаїттю – культурно-естетична організація суспільного життя мала відбуватися за єдиним планом пропаганди сталінської ідеології, яка спрямувала художню творчість на змалювання утопічності буття.

«Плакатна жінка» поставала грудастою, стегнастою, з дужим торсом. Але при всій очевидності вторинних статевих ознак її важко назвати сексапільною – в суспільному дискурсі тридцятих сексуальність пов'язувалася насамперед з репродуктивністю. У плакатах оспівується жінка-матір, жінка-трудівниця, що її звільнила радянська влада для праці на благо суспільства, під чим розуміли і народження дітей, – внаслідок воєн і голодомору демографічна ситуація стала критичною. З метою «виховання» жінок і зміцнення сім'ї 1936 року було прийнято закон, що ускладнював процедуру розлучення, з 1935 року в СРСР припинявся випуск контрацептивів, заборонялись аборти (окрім так званих «абортів по медичних показниках»). Отже, зі зміцненням тоталітарного режиму *ідеологія визволення* жінки поступається місцем *ідеології визволеної* жінки. Саме це було закріплено у сталінській конституції і категорично заявлено, що «радянська жінка – найщасливіша в світі». Кампанія із залучення жінок до важкої «чоловічої» праці розпочалася разом з індустріалізацією і колективізацією. Жінка віднині стала важливим «трудовим ресурсом». Намагання влади зробити тяжку фізичну працю привабливою (і навіть престижною!) для жінок бачимо і в плакаті художниці кола М. Бойчука М. Юнак «Жінка Радянського Союзу – найщасливіша в світі» (1936 р.). На плакаті – радісні, усміхнені жінки, що згуртувалися під прапором Сталіна–Леніна: колгоспниця – з орденом Леніна, який був вищою дер-

жавною нагородою за особливі заслуги (відомо, що однією з перших жінок-українок, нагороджених цим орденом, стала українка-буряковод Марія Демченко, яка, можливо, була прототипом колгоспниці на плакаті), поряд – молода жінка у військовій формі з нагрудним знаком «Ворошиловський стрелок» та значком парашутистки, вона тримає на плечі хлопчика; біля неї – дівчина з відзнакою «Готов к противовоздушной и противохимической обороне». Художниця приділила увагу зображенню відзнак на грудях своїх героїнь, таким чином акцентувавши на досягненнях жінок: вони вміють стрибати з парашутом, влучно стріляти, ударно працювати. Отже, жінка щаслива – це жінка, яка опанувала «чоловічі» професії, займається військовою підготовкою, працює на виробництві, народжує й виховує дітей. Угорі, над художнім зображенням, текст статті 122 сталінської конституції: «Жінці в СРСР надаються рівні права з чоловіком в усіх галузях господарського, державного, культурного і громадсько-політичного життя».



Характерним для періоду сталінського повороту в гендерному питанні до патріархату є плакат С. Нодельмана 1936 року, де за гасло взято вислів Й. Сталіна: «Вкорінення комбайна в землеробство і вирощування численних кадрів



комбайнерів і комбайнерок є першорядним завданням». Молода жінка стоїть за кермом комбайна, вдивляючись у далечінь. Художник вочевидь скористався фотографією, як це в подальшому часто практикували плакатисти, намагаючись якомога точніше передати і постать жінки і так само точно – деталі сільськогосподарської техніки.

У плакатному світі 1930-х років бачимо чистоту, порядок, доглянутих у яслах дітей. Як-от на плакаті художника О. Судомори «Ясла звільняють колгоспницю-матір для продуктивної роботи в полі» (Харків, 1934 р.). Ясла в плакаті репрезентуються як заклад, що насамперед звільняє матір від догляду за дитиною для більш важливого завдання – продуктивної роботи на благо суспільства. Плакат запевняє, що відтепер жінка, полишивши традиційні для себе ролі хатньої господарки та матері-виховательки, має час для особистого розвитку і праці на суспільній ниві, вона вже не раба, а «повноцінний член суспільства».



У плакаті художника І. Літинського «Фізкультурники і фізкультурниці – гордість нашої країни» (1936 р.) бачимо обличчя вродливої молоді усміхненої жінки на тлі шеренг чоловіків-фізкультурників і прапорів спортивних товариств, серед яких і прапор українського спортивного товариства «Динамо», що об'єднувало правоохоронців. Тож художник – автор плаката – так демонструє, що жінки успішно опановують професію правоохоронця, займаються спортом. Як зазначає дослідниця гендерних питань К. Кобченко, «фізкультура та спорт посіли важливе ідеологічне місце в стратегії радянської емансипації жіноцтва. Колісь сфера виключно чоловічої активності, спорт відкривав жінкам нові шляхи розвитку та реалізації, водночас даючи широке поле для діяльності офіційній пропаганді» [9, с. 105]. Композиція плаката побудована так, ніби художник вихопив кадр з фільму. Відомо, що І. Літинський плідно працював у галузі кінопла-



ката і тему спорту подав з урочистою піднесеністю. Стилїстика плаката вже набула рис сталїнської оптимістичної утопії і тяжіє до характерного художнього гіперболічного антропоморфізму.

**Наукова новизна** роботи полягає в розширенні уявлення про український друкований плакат 1920-х – початку 1930-х років як інформаційне джерело з вивчення гендерних питань. Доведено, що вже 1932 року з формалізмом було покінчено – авангардна трактовка образу жінки в плакаті поступилася реалістичним сюжетним плакатам-картинам, внаслідок чого образ дужої безкомпромісної «жінки-лідерки» згодом перестав домінувати як візуальний тип в іконографічному дискурсі зазначеного періоду.

**Висновки.** Аналіз українського друкованого плаката як інформаційного джерела дозволив, зокрема, розглянути основне коло проблем, пов'язаних із вирішенням «жіночого питання», таких як: жінка і професійна та громадська діяльність; жінка і шлюб; жінка і здоровий спосіб життя; відстежити зміни в іконографії образу жінки, а також з'ясувати причини, що покликали їх до життя, передусім зміни в радянській ідеологічній системі; розкрити особливості творчого почерку художників – авторів плакатів.

#### Список використаних джерел

1. Українські жінки у горнілі модернізації / під заг. ред. О. Кісь. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. 303 с.
2. Женщины в русском плакате. Москва : Контакт-Культура, 2001. 144 с., 121 ил.
3. Косів В. Образи українських жінок // Українська ідентичність у графічному дизайні 194 –1989 років. Київ : Родовід, 2019. 480 с.
4. Донець О. Гендерні аспекти візуалізації жінки в українському радянському плакаті 1940–1980 рр. (на основі зібрання українського друкованого плаката ХХ ст. відділу образотворчих мистецтв Інституту книгознавства НБУВ) // Рукописна та книжкова спадщина України. 2017. Вип. 21. С. 194–201.
5. Погребная В. Л. Проблемы эмансипации женской личности в русской критике и романах Н.Д. Хвощинской (60–80-е годы XIX столетия). Запорожье: ЗГУ, 2003. 242 с.
6. Грушева Т. В., Рябчевська А. Р., Сєденкова А. С. Соціальний статус жінки в радянській Україні у 20–30-ті рр. ХХ ст. // Праці історичного факультету Запорізького національного університету. 2017. Вип. 47. С. 122–126.
7. Седляр В. АХРР ТА АРМУ. Київ, 1926. 25 с.
8. Соколюк Л. Бойчукіст Іван Падалка // Реабілітовані історією. Харківська область. Київ; Харків, 2014. Кн. 2 С. 140–147.
9. Кобченко К. Емансипація по-радянськи : жінки в фізичній культурі та спорті в СССР у 1920–1930 рр. // Українознавчий альманах. 2010. Вип. 4. С. 104–112.

## References

1. *Ukraiïnski zhinky u hornyli modernizatsii* [Ukrainian women in the midst of modernisation]. (2017). O. Kis (Ed.). Kharkiv: Klub simeinoho dozvillia. [In Ukrainian].
2. *Zhenshchiny v russkom plakate* [Women in Russian poster]. (2001). A. Snopkov, P. Snopkov, A. Shklyaruk (Eds.). Moscow: Kontakt-Kultura. [In Russian].
3. Kosiv, V. (2019). Obrazy ukraiïnskykh zhinok [Images of Ukrainian women]. In *Ukraiïnska identychnist u hrafichnomu dyzaini 1945–1989 rokiv* [Ukrainian identity in graphic design from 1945 to 1989]. Kyiv : Rodovid. [In Ukrainian].
4. Donets, O. (2017). Henderni aspekty vizualizatsii zhinky v ukraiïnskomu radiïnskomu plakati 1940–1980 rr. (na osnovi zibrannia ukraiïnskoho drukovanoho plakata XX st. viddilu obrazotvorchykh mystetstv Instytutu knyhoznavstva NBUV) [Gender aspects of woman's visualisation in the Ukrainian Soviet poster of 1940–1980 (based on the collection of the Ukrainian printed posters of the 20<sup>th</sup> century. Fine Arts Department of Institute of Book Studies of V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine)]. In *Rukopysna ta knyzhkova spadshchyna Ukrainy* [Manuscript and Book Heritage of Ukraine]. Is. 21. Pp. 194–201.
5. Pogrebnaia, V. L. (2003). *Problemy emansipatsii zhenskoï lichnosti v ruskoï kritike i romanah N. D. Hvoshchinskoï (60–80-e gody XIX stoletia)* [Problems of emancipation of female personality in Russian criticism and novels by N. D. Khvoshchinskaya (60–80-ies of the 19 c.)]. Zaporizhzhia: ZGU. [In Russian].
6. Hrusheva, T. V., Riabchevska, A. R., Siedienkova A. S. (2017). Sotsialnyi status zhinky v radiïnskii Ukraïni u 20-30-ti rr. XX st. [Social status of women in Soviet Ukraine in the 20–30-s of the 20<sup>th</sup> c.]. In *Pratsi istorychnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu* [Proceedings of the History Faculty of Zaporizhzhya National University]. Is. 47. pp. 122–126. [In Ukrainian].
7. Sedliar, V. (1926). *Asotsiatsiia Khudozhnykiv Revoliutsiinoï Rosii ta Asotsiatsiia Revoliutsiinoho mystetstva Ukrainy* [Association of Artists of Revolutionary Russia and Association of Revolutionary Art of Ukraine]. Kyiv. [In Ukrainian].
8. Sokoliuk, L. (2014). Boichukist Ivan Padalka [Boychukist Ivan Padalka]. In *Reabilitovani istoriieiu. Kharkivska oblast* [Rehabilitated by History. Kharkiv region]. Kyiv, Kharkiv. Book 2, pp. 140–147.
9. Kobchenko K. (2010). Emansypatsiia po-radiïnsky: zhinky v fizychnii kulturi ta sporti v SSSR u 1920–1930 rr. [Emancipation in the Soviet way: Women in physical culture and sports in the USSR in 1920–1930.]. In *Ukraiïnoznavchyï almanakh* [Ukrainian Studies Almanac]. Is. 4, pp. 104–112. [In Ukrainian].



**Olena Mykolaivna Donets,**

*Junior Researcher of Fine Arts Department, Institute of Book Science*

*V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine*

ORCID: 0000-0003-3837-5273

*e-mail: edonec@ukr.net*

**Ukrainian printed poster throughout 1920s and early 1930s as informative source of studying gender issues (based on the materials from the fonds of V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine)**

**The aim of the research** is to represent the informational potential of the Ukrainian printed poster throughout 1920s – early 1930s time frame as an important visual source to research the sphere of issues connected to the «gender issue». **The methodology of the research** is based on using iconological and comparative analysis for understanding and interpretation of each given poster images, including the uncovering of social significance content in the visual symbolism. **The scientific novelty** of the research is found in the broadening of knowledge about the Ukrainian printed poster of the 1920s – 1930s era as the informative source for studying gender issues. It has been proven that formalism was over with by 1932 and the avant-garde interpretation of the female image within the poster medium gave way to realistic plot-driven poster-pictures. Therefore, the image of a strong, uncompromising «woman-leader» stopped domineering as a visual type within the iconographic discourse of the aforementioned period. **Conclusions.** Analysis of Ukrainian printed poster as the informative source allowed to regard the primary circle of issues connected with the solution of the «female issue» such as: woman and her professional public activity; woman and marriage; woman and healthy life style; to determine the change in the iconography of woman’s image as well as to define the reasons, which brought these changes to life, most importantly – the changes in the Soviet ideological system; to uncover the peculiarities of the artistic style of the posters’ authors.

**Key words:** Ukrainian printed poster of 1920s – 1930s, gender issues, communicative functions.

**Елена Николаевна Донец,**

*младший научный сотрудник отдела изобразительных искусств Института*

*книговедения Национальной библиотеки Украины имени В. И. Вернадского*

ORCID: 0000-0003-3837-5273

*e-mail: edonec@ukr.net*

**Украинский печатный плакат 1920-х – начала 1930-х годов как информационный источник по изучению гендерных вопросов (на материалах из фондов Национальной библиотеки Украины имени В. И. Вернадского)**

**Целью статьи** является репрезентация информационного потенциала украинского печатного плаката 20-х – начала 30-х годов XX ст. как важного визуального источника в исследовании круга проблем, связанных с «женским вопросом». **Методология исследования** базируется на применении методов иконологического

и сравнительного анализа для понимания и интерпретации отдельных плакатных изображений, в частности для раскрытия содержания социальных значений в визуальной символике. **Научная новизна** работы состоит в расширении представления об украинском печатном плакате 1920-х – начала 1930-х годов как об информационном источнике по изучению гендерных вопросов. Доказано, что уже в 1932 году с формализмом было покончено – авангардная трактовка образа женщины в плакате уступила место реалистическим сюжетным плакатам-картинам, вследствие чего образ сильной бескомпромиссной «женщины-лидера» перестал доминировать как визуальный тип в иконографическом дискурсе обозначенного периода. **Выводы.** Анализ украинского печатного плаката как информационного источника позволил рассмотреть основной круг проблем, связанных с решением «женского вопроса», в частности таких: женщина и профессиональная и общественная деятельность; женщина и брак; женщина и здоровый образ жизни; проследить изменения в иконографии образа женщины, а также выяснить причины, которые вызвали их к жизни, прежде всего изменения в советской идеологической системе; раскрыть особенности творческого почерка художников – авторов плакатов.

**Ключевые слова:** украинский печатный плакат 1920-х – 1930-х годов, гендерные вопросы, коммуникативные функции.

*Стаття підготовлена 10 травня 2019 року;  
подана до друку 15 травня 2019 року.*