

# НАУКОМЕТРІЯ І ВИДАВНИЧА СПРАВА

СТЕПОВИК  
Дмитро Власович —  
доктор мистецтвознавства,  
професор

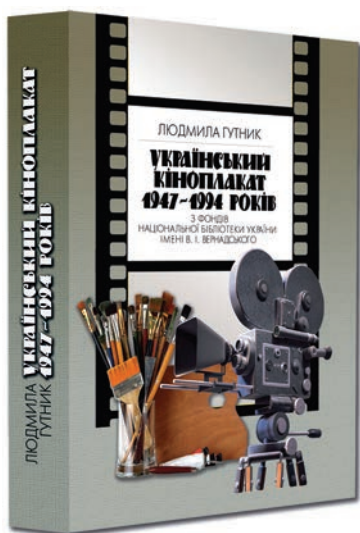
## КІНОПЛАКАТ: МИСТЕЦТВО, РЕКЛАМА ЧИ ДИЗАЙН?

У 2018 р. у видавництві «Академперіодика» було видано монографію наукового співробітника відділу образотворчих мистецтв Інституту книгознавства НБУВ Людмили Гутник «Український кіноплакат 1947–1994 років з фондів Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського: науковий каталог». До наукового обігу було введено значний за обсягом та хронологічними рамками документальний пласт українського друкованого кіноплаката (3442 назви). Книга містить 365 кольорових зображень кіноплакатів, більшість з яких репродукуються уперше, покажчик імен художників з короткими біографічними відомостями, іменний покажчик, зокрема режисерів, сценаристів, операторів, художників фільмів, композиторів, звукооператорів, письменників та осіб, зображених на плакаті, а також покажчик назв фільмів.

У людей, які жили при «советах», зі словом «плакат» пов'язані скоріше негативні, ніж позитивні спомини. Люди тоді надивилися так званих політплакатів — звичайних агіток усього того, що зовсім не викликало позитивних емоцій. Псевдовибори з 99% голосів «за»; різні «свята», вигадані владою всупереч справді народним чи християнським святкам; портрети членів кремлівського і республіканських політбюро — усе це всюди супроводжувалося зливою плакатів. Телебачення, а тим більше електронні засоби інформації, які тепер візуалізують медіапростір, а тоді робили лише перші кроки, аж ніяк не були конкурентами плакатів. У середовищі, пов'язаному з образотворчим мистецтвом, коли хотіли покритикувати чиюсь невдало намальовану картину, навіть казали: «Та це якийсь плакатний стиль».

Проте в цьому безперервному потоці плакатів-політагіток існував один дуже позитивний виняток: плакат, що лаконічно, але дуже виразно представляв кінофільм. Він не містив заклику «Відвідай це кіно!», втім сама виразність наведеного образу чи якоїсь символічної деталі, одного лише кадру приваблювала до себе потенційних глядачів.

Митці плаката реалізовували замовлення Головного управління кінофікації та кінопрокату на базі комбінату «Укрремфільм», а кіноплакати, які друкувалися великими накла-





Художник  
І. Суржер.  
1961 р.



Художник  
Т. Лящук.  
1963 р.

дами, розсилалися не лише у великі столичні кінотеатри, а й по всій Україні, в тому числі й по селах.

Художники кіноплаката, на відміну від творців політичного плаката, мали значно більшу свободу в реалізації свого задуму, оскільки при замовленні вони найчастіше отримували

лише основні «вихідні» дані щодо фільму та побажання й поради режисера. Митці самі вирішували, кого, що і як має бути зображено на плакаті. Остаточне рішення приймала художня рада, яка передусім звертала увагу на художню якість плаката, хоча й траплялися випадки, коли по-справжньому оригінальні та високохудожні роботи відхиляли з ідеологічних причин.

Пригадую, що плакатисти здебільшого зображували одного героя фільму, іноді кількох, але не більше трьох, оскільки виразність сприйняття потребувала великих форм. Я мешкаю в Києві з 1955 р. (коли став студентом Київського державного університету ім. Т.Г. Шевченка) і, як усі молоді люди, любив відвідувати кіно. Мене, як і більшість студентської молоді, проте, гадаю, також і людей старшого віку, приваблювали гарні та мужні обличчя (героїчна тема була тоді провідною, за нею йшла любовна), і саме їх митці найчастіше зображували на плакатах.

Малювати плакати було не лише престижно, а й матеріально вигідно. До цієї справи запрошували талановитих кваліфікованих митців — членів Спілки художників України, вихованців Київського державного художнього інституту (нині — Національна академія образотворчого мистецтва й архітектури) та інших мистецьких навчальних закладів.

Людмила Гутник — автор каталогу — в його науковій частині наводить не лише імена та прізвища цих митців, а й біографічні дані із зазначенням номерів позицій описів плакатів, які вони створювали. Взагалі, науковий апарат у монографії складено за вищими академічними стандартами: прізвища художників, назви фільмів з усіма даними про їхніх творців, номери позицій опису плакатів у каталожній частині книги, де містяться ці прізвища й назви. Людмила Гутник — молода авторка, але вже заявила про себе як досвідчений історик мистецтва, бібліограф. Безперечно, вона мала добрих консультантів, насамперед завідувача відділу образотворчих мистецтв Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського, кандидата мистецтвознавства Гліба Юхимця,

а також бібліографів, рецензентів та відомого науковця-кінознавця, кінокритика, члена-кореспондента Національної академії мистецтв України Сергія Тримбача, який написав короткий вступ до каталогу «Кіноплакат у дзеркалі часу».

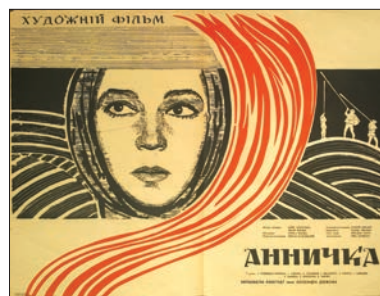
Три тисячі чотириста сорок два описи кіноплакатів — і кожний опис включає назву фільму, автора сценарію, режисера-постановника, оператора-постановника, художника-постановника, продюсера, композитора, назву кіностудії, країни та міста розташування кіностудії, а також техніку виконання і розмір плаката, ім'я і прізвище художника/художників та інші додаткові дані. З цього можна судити про обсяг виконаної роботи. Тим більше, що йдеться не тільки про так звані «всесоюзні» фільми, створені кіностудіями на теренах Росії та українськими студіями в Києві та Одесі, а й про фільми іноземного виробництва. І все це зроблено за щойно описаною схемою — уніфіковано, підготовлено для доволі комфортного дослідження кіноплакатів на монографічному чи дисертаційному рівнях.

Важливою складовою частиною каталога є якісні кольорові ілюстрації, розміщені на вкладці з крейдованого паперу. Це дуже цінна візуальна інформація — майже 400 фотографій плакатів. Усю Perezійомку відібраних плакатів робив відповідальний редактор видання Гліб Юхимець. Текстова інформація про плакати дістала дуже гарний візуальний супровід. Він дає підставу вважати, що український плакат другої половини ХХ століття може витримати позитивне порівняння з кіноплакатом першої-ліпшої європейської країни.

Вітчизняний кіноплакат був унікальним цілісним явищем, у якому відображувалися різноманітні стилі, жанри, види мистецтва, оскільки до його створення долучалися не лише графіки-плакатисти, а й художники кіно, театру, книжкові ілюстратори, живописці та ін. Простежуючи художньо-стилістичні особливості цього різновиду рекламної графіки, можна спостерігати, як змінювалися, розвивалися та вдосконалювалися прийоми, засоби творення лаконічного плакатного художнього обра-



Художник  
Л. Капітан.  
1964 р.



Художник  
І. Кружков.  
1969 р.



Художник  
Е. Антохін.  
1970 р.



Художник  
Т. Ляшук.  
1971 р.



Художник  
Р. Кириченко.  
1981 р.

зу. Основні принципи композиційної побудови — зображення героя чи героїв кінофільму великим планом, графічна інтерпретація ключових кадрів кінотвору, які були притаманні більшості плакатів 1950-х — першої половини 1980-х років, почали поступатися композиціям, у яких домінувала візуальна метафора та символіка. У галузі кіноплаката з кінця 1940-х до початку 1990-х років працювали понад двісті художників. Серед них були митці, які не просто випробували себе в цій царині, а присвятили їй багато років, а то й десятиліть своєї

творчої діяльності, сформувавши свою власну манеру і оригінальний неповторний стиль: Ісаак Суржер, Тимофій і Тамара Лящуки, Ілля Кружков, Володимир Подчекаєв, Іван Дзюбан, Вадим Калущький, Роман Кириченко, Валентин Богуславський, Сергій Лялін, Валентина Мельникова, Олександр Семенко, Юрій Агапов, Едвард Антохін, Вячеслав Васянович, Олександр Гайдай, Ігор Горбенко, Лідія Даценко, Юрій Воевода, Анатолій Іконников, Тетяна Хвостенко, Леонід Слуцький, Василь Трегубенко, Володимир Решетов, Леонід Капітан, Володимир Шпанько, Віталій Шостя, Валерій Вітер, Олександр Шульган, Ігор Прокопенко, Сергій Міссан, Олексій Штанко, Владислав Єрцо та багато інших.

Описи та ілюстрації плакатів у книзі Людмили Гутник мають ще кілька дуже цікавих і цінних ознак.

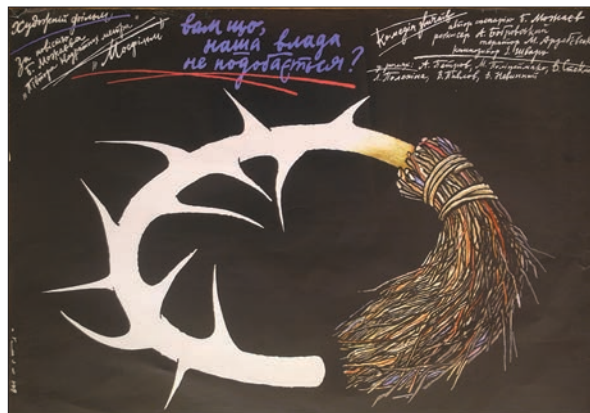
По-перше, україномовність плакатів — 98% з них мають текстовий супровід українською мовою, навіть якщо фільм демонструвався російською. Це будь-кого може здивувати з огляду на ситуацію в мовному просторі, особливо наприкінці «совєтської» влади, яка на останньому видиху лише посилювала брутальну русифікацію неросійських народів імперії. Проте український кіноплакат голосно стверджував українську мову в одній з найпоширеніших тоді форм рекламної справи. Пояснити цей факт можна, зокрема, сміливістю людей, пов'язаних з кіновиробництвом. Продукуючи україномовні кіноплакати, вони ризикували отримати в кращому разі партійні догани за недотримання визначеної в Москві для всіх союзних республік мовної квоти на друковану продукцію — 75% російською і 25% мовами інших республік. А то й могло загрожувати звільнення з роботи, і тоді вже довелось б мати справу з КДБ, з його відділами з боротьби з націоналістичними ухилами. На жаль, укладачка каталогу не дає свого пояснення, чому партійні та каральні органи тодішньої влади дивилися крізь пальці на україномовність кіноплакатів. Можливо тому, що ці плакати призначалися не лише для мешканців великих міст, які вже були значною мірою русифіковані, а й для

глядачів у сільській місцевості, де спілкувалися переважно українською мовою. Втім, яка б причина не ховалася за цим фактом, україномовність кіноплакатів допомагала зберігати мову, а глядача рятувала від тотального зросійщення.

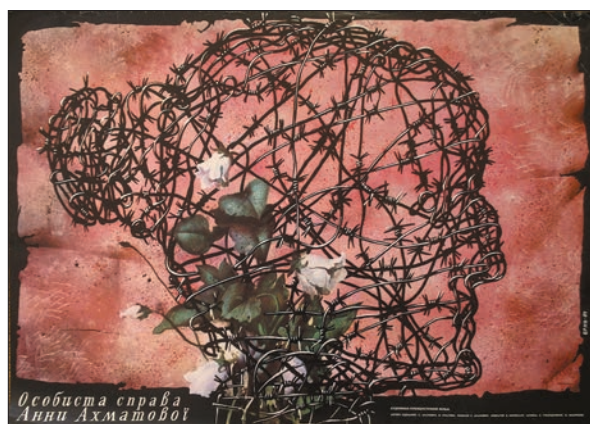
По-друге, позитивом кіноплакатів, представлених в описах та на ілюстраціях каталогу, є висока якість їх мистецького виконання, а в деяких випадках навіть вишукана майстерність рисунку, композиції, кольоророзподілу, загальної стилістики. Сама природа плаката вимагає площинності, тобто відсутності дальніх планів, як це ми маємо в пейзажах, картинах на побутові, історичні та інші теми. Двовимірне розташування фігур і предметів дає можливість сприймати зображення за дуже короткий час, іноді миттєво. Наявність великих площин на плакаті зумовлена тим, що на їх полі потрібно було великими літерами написати назву фільму та навести основні дані про нього — зазначити авторів, найпопулярніших виконавців головних ролей, а також іншу інформацію, корисну для кіноглядачів міст і сіл країни.

Однак площинність давала також можливість непомітно повертати в українське образотворче мистецтво таке цікаве явище початку ХХ століття, як бойчукізм, тобто манеру класика українського мистецтва Михайла Бойчука, яка згодом переросла у стиль наслідування давнього українського ікономалярства і навіть у цілу мистецьку течію.

Сталінський режим знищив самого митця, а аденти московських більшовиків «кальоним железом» випікали бойчукізм з мистецтва, силоміць вкоріняючи в ньому соцреалізм. І ось поступово, не декларуючи, що в стилістиці повоєнного кіноплаката поволі відроджуються стиль і манера Михайла Бойчука та його учнів, художники-плакатисти доводили, що мистец-



Художник В. Шостя. 1989 р.



Художник В. Єрко. 1989 р.

тво Бойчука живе і воно сприймається глядачами позитивно.

Отже, укладений Людмилою Гутник каталог кіноплакатів із зібрання Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського став визначним явищем у сучасному академічному книжництві і прекрасним матеріалом для подальшого поглибленого дослідження цього неординарного жанру образотворчого мистецтва.