



659/930:372.893

ID ORCID 0000-0003-2164-9135

DOI 10.33625/visnik2020.03.099

## ПЛАКАТ «ДОВГИХ 1980-Х» ЯК ВІЗУАЛЬНЕ ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО: «ХУДОЖНІ» ТА «НЕХУДОЖНІ» ФОРМИ ДОКУМЕНТАЛІЗМУ

*Тарасов В. В. Плакат «довгих 1980-х» як візуальне історичне джерело: «художні» та «нехудожні» форми документалізму. Стаття присвячена аналізу плаката кінця 1980-х – початку 1990-х рр. (т. зв. періоду «довгих 1980-х») як візуального історичного джерела. Автором зазначено, що серед моделей візуальної репрезентації історії цього часу переважає ілюстративна, яка в історико-культурному фокусі є паралельно існуючою оповіддю, що не має власних нарративних завдань і виступає натомість у ролі візуального «аніматора» тексту. Її характерними рисами є низька репрезентативність і «закритість» власне візуальних змістів. Ілюстрування декларує вторинність візуального по відношенню до текстового. Цей спосіб загалом є надзвичайно поширеним у рамках традиційного історіописання другої половини ХХ ст., де встановлені на основі документального «сліду» факти інтерпретуються як самодостатні (такі, що не потребують художнього імперативу). Подібна практика приводить до зниження документального статусу візуальних історичних джерел у межах історичного аналізу. Автором запропоновані нові моделі аналізу візуального історичного джерела, що орієнтовані на історіографічну парадигму дослідження плаката як носія інтерпретації подій. Джерельна сутність візуального документалізму виражається у межах декількох рівнів: 1) фактологічного (засвідчує існування певного сегмента дійсності); 2) контекстуального (описує або допомагає описати дійсність через факти, події та яви-*

*ща, які «втягнуті» до його уявного простору); 3) інтерпретаційного (надає змістовності подіям або явищам, виражає ставлення та оцінку; через засоби художнього узагальнення вдається до інтерпретації та намагається пропонувати рішення).*

**Ключові слова:** плакат, візуальні студії, візуальне історичне джерело, перебудова в Україні, документалізм мистецького твору.

*Tarasov V. "Documentalism" of the "Long 1980s" Poster as a Visual Historical Source: "Artistic" and "Non-Artistic" Forms. The article studies posters of the late 1980s – early 1990s (the so-called period of the "long 1980s") as a visual historical source. In analyzing the problem, the author points out that the illustrative model dominates among the visual representation models of the history at that time. In the historical and cultural focus, it is a parallel story that has no narrative tasks of its own and acts as a visual "animator" of the text. Its characteristic features are low representativeness and "closeness" of visual ideas. As a consequence, the text replaces the meaning and significance of the poster's illustrative material. The poster becomes a starting point for creating parallel text that does not consider its artistic basis and principles. Pseudo-text provokes the artificiality of the visual in relation to the text. During this period, the attitude towards the poster as a "silent" source is established. Historians are practically not interested in the artistic nature of the poster, since it does not become an object of analysis. This method is generally common in the traditional historiography of the second half of the twentieth century. The facts established on the basis of a documentary "trace" are interpreted as self-sufficient (that is they do not require an artistic imperative). Such practice downgrades the documentary status of visual historical sources within the framework of historical analysis.*

*The author is considering some new models for the analysis of the visual historical source that are oriented towards the historiographical paradigm of poster research. The present study analyzes the poster as a source of interpretation of events. Thus, the meaning of a visual document has several levels: 1) the level of fact (it indicates the existence of a certain segment of reality); 2) the level of context (it describes reality through facts, events and phenomena); 3) the level of interpretation (it gives an assessment to the events and expresses a certain attitude towards them).*

**Keywords:** poster, visual studios, visual historical source, perestroika in Ukraine, documentary in a work of art.

**Постановка проблеми.** Поняття документалізму присутнє в сучасній історіографії у двох взаємно протилежних інтерпретаціях.

У межах першої констатується властивість будь-якого носія інформації виступати в ролі власне історичного джерела – за умови, звісно, достовірного та об'єктивного (sic!) відтворення фактів дійсності. Останнє не припускає можливості розглядати в такій ролі твори мистецтва та,

у більш широкому сенсі, художні явища через неможливість за допомогою історичної «оптики» верифікувати довільність та суб'єктивізм художнього узагальнення.

Друга інтерпретація відсилає явище документалізму до фактично будь-якої інформативної дії, котра потенційно може виступати в ролі носія фактів, подій або явищ. У цьому разі ключове значення має методологія «дешифрування» джерела, його наративізації та формального аналізу.

Неважко помітити, що демаркацією між цими двома точками зору постає художнє узагальнення, яке виступає у першому випадку носієм історичної репрезентативності, а в другому – ознакою її відсутності. Наскільки подібні твердження можуть співіснувати у просторі історичного аналізу – питання риторичне, позаяк достеменним фактом є те, що вони співіснують та, вочевидь, навзаєм збагачують одне одного. У цьому річці наведемо думку Гері Янкера, який вважає, що за сучасних обставин ефективність політичного плакату як технології має дистанціювати його від мистецького «інтуїтивного» творення, котре не дає прогнозованого результату та знижує ефективність аналітичного сприйняття [13, р. 222].

З нашої точки зору, існування різних історіографічних «релігій», котрі формулюють різні типово-видові «катехізиси» та джерельні «кредо», ніяк не зменшує ваги того факту, що візуальні історичні джерела потребують подальшого розкриття свого статусу. Їхнє використання як джерельного «сурогату» є також достеменно встановленим фактом.

Таким чином, серед запитань, які мають пріоритет першочерговості розв'язання, визначимо два, формулюючи їх у риторичному пафосі: 1) що являє собою плакат «довгих 1980-х» у джерельному сенсі? 2) як його досліджувати та інтерпретувати у сенсі візуального джерела? Пошук відповідей на зазначені запитання становить основну мету публікації.

До середини 1970-х рр. у радянському соціально-політичному плакаті сформувалася особлива художня мова, яка візуалізувала ідеологеми, спрямовані на констатацію «правдивості» відповідної інтерпретації минулого. У цьому сенсі в часи перебудови саме плакат став основним полем експерименту, де власне художнє і власне ідеологічне поєдналися у рамках спільної візуальної мови. Саме з цієї причини плакат перебудови має таку дивну етапність: він одночасно вивільняється і від нав'язаних та малоправдивих образів, і від штучно звуженої художньої мови, в якій засоби виразності повинні були підкріплювати наперед задану ідею, а не виступати в ролі інструменту пошуку.

Таким чином, плакат «довгих 1980-х» є свого роду іконічним середовищем наративної (описово-фактологічної) концепції перебудови, котра в межах сучасної історичної конвенції ефектно існує і в науково-дослідній царині, і в побутово-повсякденному сприйнятті історичних подій. Проте розглядати феномен плаката виключно як ілюстрацію соціально-політичних явищ свого часу – підкреслимо: доволі складних та неоднозначних! – означає суттєво спрощувати загальну картину строкатого і мінливого часу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, методологічна основа.** На наше переконання, з плакатом «довгих 1980-х» відбуваються три паралельні типи трансформації, які стосуються: 1) генезису художньої мови; 2) еволюції образної структури та 3) трансформування соціокультурного контексту, що передусім визначає сприйняття плаката. Усі три зазначені типи змін є цілком самодостатніми явищами, котрі можуть розглядатись у межах окремих наукових проблем. Зокрема вважаємо за необхідне запропонувати посилення на найбільш ґрунтовні дослідження, що репрезентують кожен із визначених напрямів аналізу [4; 5; 6; 8; 10; 11; 12; 13]. Проте в контексті дослідження авторського соціально-політичного плакату важливо орієнтуватися на всі три типи змін, що у своїй сукупності є моделлю перебудовної трансформації та важливим ґрунтом для осмислення її візуально-образного бачення.

Методологія вивчення візуального образу «довгих 1980-х» розроблена та апробована нами у межах науково-дослідного проекту «Переміщені особи наприкінці 1940-х – на початку 1950-х років: методи аналізу зображувальних та художніх джерел» [4, с. 9–26]. Його центральною категорією є поняття «візуальна публіцистика», яке найбільш ґрунтовно виражає сутність художньої та соціальної природи «ілюстративного» наративу.

Окремо наголосимо на тому, що відсилання мистецтва плакату до території візуальної публіцистики не є новим. Як природну рису цього виду графіки такі властивості підкреслюють дослідники практично з часу активного залучення плаката до кола історичних джерел. За певний типовий приклад згадаємо міркування Я. Морозової, що розглядає плакат як т. зв. образотворчу публіцистику. На погляд Я. Морозової, «плакат залишався заангажованим мистецтвом», позаяк зазвичай відносився до «сфери політичної діяльності», котра змушувала постійно звертатися до «публіцистичного посилу суспільству». Тому дослідниця наголошує, що плакат як явище мистецтва перебуває одночасно «і в історико-художньому процесі, і в соціальній актуальності» [2, с. 244].

На нашу думку, констатації цієї очевидної риси недостатньо. З точки зору аналізу плаката як візуального історичного джерела зазначені особливості не додають чогось якісно нового до вже традиційних міркувань щодо «ангажованості» плаката, його природної близькості до політичного дискурсу, поверховості бачення історичної проблеми тощо. Зрештою, за влучним висловом Енні Дюпрат, візуальним образам, які потрапляють на вістря історичного чи то пак політичного буття, притаманно перебувати в межах того контексту, який дозволяє їх повноцінно зрозуміти [7, р. 449].

**Зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Наведені в межах публікації міркування пов'язані з двома важливими для сучасної гуманітарної науки напрямками: 1) джерелознавчих студій, які спрямовані на виявлення та дослідження нових корпусів джерел і розроблення методології їхнього аналізу; 2) міждисциплінарних досліджень у рамках *visual studies*, де особливої гостроти набуває питання документального статусу візуальних явищ, від їхнього «класичного» зображувального контексту до новітніх дигітальних викликів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Класичний поділ на джерело (інформація неінтерпретована) та літературу (інтерпретація та авторський аналіз) не спрацьовує у разі візуального аналізу. Специфіка художнього творення припускає можливість комунікації образно-стильовими формами, які, за визначенням, націлені на широкий спектр трактувань, неоднозначність оцінок та різні рівні осмислення історичного.

У зазначеному джерелознавчому контексті плакат є, скоріше, «візуальною історіографією» – певним типом історіописання, зорієнтованим на інтерпретацію вже існуючих історичних рамок. Отже, властивості плаката як візуальної публіцистики виражаються передусім не в аспекті швидкості опрацювання актуальної інформації та загострення найбільш дражливих для суспільства проблем, а в характері її осмислення та засобах інтерпретації.

На наш погляд, це означає некоректність застосування для аналізу плаката методів власне історичного аналізу, що в більшості використовуються для опрацювання першоджерел – інформаційних систем, що не містять (або містять замало) інтерпретаційного простору. І навпаки, доцільність залучення до інструментарію *методів аналізу історіографії*, які адресовані для «вилучення» трактувань, точок зору, суб'єктивних позицій тощо. По суті, саме суб'єктивізм (особлива авторська візія) є найбільш цінною рисою плаката як історичного джерела.

Отже, феномен радянського плаката 1985–1991 рр. пов'язаний зі складною суспільно-політичною «механікою», яка не завжди обумовлювалася питаннями художньої творчості, пошуку естетики або відповідної образної структури твору.

Насамперед є потреба у визначенні двох взаємопов'язаних – проте різних за характером історичної репрезентації – типів радянського плакату впродовж «довгих 1980-х»: масового тиражованого та авторського.

Масовий друкований соціально-політичний плакат репрезентував офіційний політичний дискурс, а тому – виражав, радше, рафіновані художні погляди, які не стільки віддзеркалювали точку зору митця, скільки узагальнювали «парадну» історичну конвенцію. Простір художнього сприйняття плакатів цього типу є, по суті, простором канонічного гіпертексту, який візуалізується максимально зрозумілою (ідеологічно пласкою) художньою мовою в системі однозначного, наперед заданого трактування. У переважній більшості випадків регламентовані «правила» репрезентації не припускали можливості вільного художнього творення. Багаторівнева цензура та потужні ідеологічні фільтри вилучали зі змістовної природи плаката всі ідеологічно зайві або сумнівні аспекти, причому це стосувалось і художньо-образного бачення, і системи засобів виразності, і, власне, характеру наративізації минулого.

Ключова риса цього типу плакатів – тиражування та відповідна система поширення. Іншими словами, плакат цього типу зорієнтований на особливу систему комунікації. Її агітаційно-пропагандистське оформлення здійснювалося в межах налагоджених каналів розповсюдження, які також були елементом системи активного функціонально-ідеологічного контролю.

Феномен авторського мистецького плаката являє собою інший полюс візуальної історії «довгих 1980-х». У межах художнього суб'єктивізму народжувалося чимало нетривіальних ідей та образно-стильових рішень, які іноді не тільки виходили за межі запропонованого владою графічного канону, а й пропонували нову візуальну мову. Простір експерименту та мистецьких пошуків спирався на діалог із двома найбільш доступними та водночас найбільш «фрондерськими» художніми просторами: прибалтійським та польським. Обидві школи мали власну генерацію митців, властиві художні традиції і також не були позбавлені ідеологічного диктату в історії свого становлення. Проте станом на початок 1980-х рр., безперечно, випереджали радянський «материковий» плакат за індексом гостроти, соціальної актуальності та широти художнього експериментування.

У проблематиці репрезентації історичної пам'яті та історії авторський плакат має низку особливих властивостей, що роблять його більш складним для використання як візуального історичного джерела.

Насамперед, як найбільш типову ремарку, відмітимо складність формалізації характеру впливу авторської художньої культури на громадську думку. Специфіка поширення плакатів цього типу, закритість спільноти митців, існування корпоративних практик обміну творчими ідеями та готовими продуктами, зрештою, одиничність або вкрай малі накладі авторських робіт – усе це актуалізує проблему репрезентативності таких джерел.

Наприклад, О. Калашникова, харківська художниця плакату та графік, яка активно працювала наприкінці 1980-х – на початку 1990-х рр., стверджує, що, незважаючи на вплив авторського плакату на соціум, який помітно «струснув уми радянських громадян» у середині 1980-х, даний тип творчості лишився загалом територією особистих стосунків та вузького кола «творчих людей». Проте, попри те, що «він не був тиражним» і часто «існував в одиничному екземплярі», такий плакат «завжди викликав великий ажіотаж та із завданням розкріпачення розуму впорався блискуче» [1, с. 128].

По-друге, корпоративна етика мистецького середовища не завжди є зрозумілою істориківі, що не готовий до сприйняття візуального джерела як синтетичного продукту. Головним чином це виявляє себе у питаннях датування та, у більш широкому аспекті, атрибуції авторських творів. Приміром, що має виступати пріоритетом для визначення хронології твору: факт написання, першого оприлюднення чи першого тиражування? Чи може плакат залучатися до джерельної вибірки у разі відсутності його тиражування / оприлюднення? Зрештою, що вважати самим фактом оприлюднення: формат виставки, факт спілкування та демонстрації у колі друзів чи наявність «паперового сліду» в паралельних наративах (мемуаристика, епістолярії, медійні матеріали тощо)?

Як приклад наведемо роботу Олега Векленка (м. Харків), яка датується самим автором 1989 р., проте її зустріч із глядачем відбулася набагато пізніше, як, власне, і визнання відповідності художніх міркувань митця по відношенню до існуючих навколо суспільних запитів (Іл. 1).

Однією з яскравих ознак авторської природи плакату 1985–1991 рр. стала ідентичність метафоричної мови, що віддзеркалювала умовності перебудовного часу, намагання митців у найбільш рафінованій та актуальній формі вислови-

ти гострі соціальні питання. В окремих випадках це покликало до життя феномен тематичної та художньо-стилістичної спорідненості, який ми вважаємо одним з найцікавіших проявів у документально-історичній природі плаката «довгих вісімдесятих».

Масовий тиражний плакат проходив через систему «фільтрів», які рафінували його ідеологічний зміст та помітно впливали на засоби художньої репрезентації (наприклад, у питаннях використання кольору, зрозумілості та недвозначності формальної мови тощо). Водночас таке довге та «щільне» редагування мимоволі приводило до корегування граматичних помилок, виправлення стильових і лексичних вад та визначало тематичну своєрідність того порівняно невеликого кола плакатів, які зрештою допускалися до тиражування. За спогадами багатьох майстрів вітчизняного плакату, котрі в цей період часу активно працювали у царині авторського мистецтва, саме ідеологічні та редакторські «фільтри» викликали найбільше роздратування і стримували бажання рухатися до масової аудиторії через офіційні канали комунікації [3, с. 85–88].

На противагу цьому авторський плакат існував у просторі особистих художніх ідей і реалізовувався у вузькому середовищі певної творчої спільноти. Саме цією особливістю можна, на нашу думку, пояснити таке широке розмаїття псевдоплагіату – цілої системи споріднених художньо-графічних символів в образній структурі плаката, що іноді помилково сприймається масовим читачем як банальна відсутність нових художніх тез.

Наприклад, чималу увагу художників плакату з усього СРСР привернув розгін демонстрантів у Тбілісі 9 квітня 1989 р. Ця трагічна подія стала одним із важливих соціальних «вузлів» в історії перебудови, своєрідним прецедентом у цілій серії доказів нещирості політичної риторики влади. Медійним символом трагедії стала саперна лопатка – елемент спорядження радянського бійця внутрішніх військ, за повідомленнями преси, начебто застосований військовими для розгону демонстрантів. Наголосимо на тому, що в сучасній історіографії існують різні інтерпретації цього факту, проте на вістрі розгортання самої події правдивість історії в більшості не викликала сумніву. Реальні факти загибелі близько двох десятків людей преса активно «списала» саме на «зрадливого» спосіб застосування лопатки як засобу рукопашного бою, надавши трагедії матеріального та цілком конкретного змісту.

Порівнюючи плакати О. Векленка (м. Харків) та невідомого автора (м. Ленінград), ми бачимо не тільки схожість метафоричності та

загальної художньої ідеї («удар лопаткою по перебудові»), а й близькі за характером композиційні рішення (Іл. 2, 3). Останнє, скоріше, пов'язане з типовістю виражальних засобів плакатної мови, що диктувала певні «правила» візуальної координації всіх елементів художнього нарративу. Побіжним підтвердженням цього є використання такої типової для митця-професіонала художньої схеми в інших темах (Іл. 4, 5).

Надзвичайно промовистим прикладом є серія плакатів кінця 1980-х рр., що об'єднані спільною темою незрозумілості політичного майбутнього СРСР. Практично водночас (різниця в часі складає приблизно рік) декілька авторів, які не були пов'язані між собою ні інституційно, ні особисто та мали хіба що уявну корпоративно-професійну спільність, формують графічну тезу щодо майбутнього країни у вигляді дорожнього знака «Пріздз не має: тупик». В усіх плакатах червона «цеглина» імітує радянський державний прапор та, вочевидь, є знаком відповідного ставлення авторів до сучасного їм політичного моменту.

Попри те, що плакати виконані в різних графічних техніках і містять чимало художніх нюансів, вони можуть здаватися ідентичними щодо центральної ідеї та іконографії. На наш погляд, візуальний настрій цих робіт різний. Робота В. Вітера (Київ), що має назву «Welcome», виконана в манері реалістичної іронії. Дорожній знак представлено матеріально та «речовинно», він є об'єктом такого собі плакатного реді-мейду. Напис-запрошення є саркастичним супроводом алюзії відсутності вибору, адже ідеї руху та змін перестають бути актуальними, якщо попереду тупик (Іл. 6).

Натомість у творах О. Ваганова (Москва) та С. Кадибердиева (Москва) (Іл. 7, 8) художня умовність зображення підкреслена і формальними, і композиційними засобами. Так, робота О. Ваганова має назву «Бути чи не бути?» (Іл. 7) та, окрім центрального меседжу відсутності перспективи руху (той самий прапор-цеглина на тлі дорожнього знака), містить шрифтові елементи. Ці короткі репліки-питання, разом із темою зображення та слоганом, лишають простір для міркувань щодо можливостей іншого вибору.

Таким чином, одна й та сама художня метафора, вочевидь, виражає різні полюси суто авторського ставлення до проблеми: заперечення майбутнього у першому випадку та можливість його набуття в разі дотримання певних умов – у другому. Хоча візуально обидва твори можуть бути типологізовані в межах метафоричної символіки всім відомого дорожнього знака.

Чому подібне стало можливим? Соціокультурне середовище 1980-х не припускало можли-

вості швидкого обміну візуальною інформацією. Художник, котрий перебував у центрі історичної події, реагував на відповідні медійні подразники, що визначалися телебаченням, друкованою пресою та громадською думкою у формі переважно усної репрезентації. Художня метафора виникала як реакція на подієвий контекст, котрий, ясна річ, формувався нерепрезентативно. По суті, подія віддзеркалювалась у плакатному матеріалі як певне візуальне та вкрай суб'єктивне осмислення дійсності. Це осмислення було емоційною та живою реакцією на важкі суспільні події і не передбачало документального аналізу.

Проміжні висновки, які ми вважаємо за можливе запропонувати на цьому етапі дослідження, є, по суті, продовженням риторики запитань, з яких ми починали.

«Територія» соціально-політичного плакату 1985–1991 рр. – це соціум із його складними та постійно мінливими запитаннями. Саме в цьому контексті виникають найбільш типові та властиві риси його джерельної сутності.

По-перше, плакат дозволяє виявити «ландшафт» перебудовних трансформацій. У цьому сенсі він репрезентує найбільш заплутані «вузли» нової історичної конвенції, яка лишень починає своє формування. Типовість та одиничність, унікальність та масовість, першочерговість та другорядність – саме такий дуалізм є можливим в аналізі художньої метафори візуальної публіцистики. У цьому сенсі плакат проходить усі основні етапи перебудови як політичної події: від фази «більше соціалізму» (1984–1985) до його повного заперечення (1990–1991). Виявлення «рельєфу» перебудови відбувається через образно-стильову типологію, що в окремих випадках не лише репрезентує авторське (суб'єктивне) бачення, а й виражає типове масове ставлення до подій. Наприклад, публікація авторського плаката в журналі, відгуки на нього стають певними маркерами репрезентативності. Яскравим прикладом цього є також ідентичність художніх метафор та іконографії плакату, коли мистецька мова знаходить нові (різні) семіотичні полюси та експлуатує найбільш актуальні композиційно-стильові «цитати». Отже, у межах авторського плакату виникає власна мікроісторична типологія, яка за своїми сутнісними рисами є, скоріше, мистецтвознавчою (морфологія, композиція, стильові рішення), аніж історіографічною.

По-друге, плакат дозволяє «виміряти» (описати формальною мовою) дистанцію між історичним явищем та соціумом. Наприклад, наскільки «близько» загал сприймав гласність як політику змін? Що пропонувала влада народові через поширення мільйонними накладами зовнішньої агі-

тації, що митці давали у відповідь через самвидав, виставкову діяльність і самоорганізацію?

Тут укотре варто згадати про властивості плаката як візуальної публіцистики та природу художнього узагальнення як інструменту аналізу дійсності. По суті, художні явища в цей короткий і надзвичайно насичений подіями та емоціями час стають своєрідною метафоричною «соціологією». На наш погляд, у цьому контексті плакат виражається передусім через три найбільш типові художні програми: метафори, алюзії та мімікрії. Усі три випадки засвідчують класичну ситуацію взаємного обміну між візуальним та текстовим, коли «трансформація» певних ідеальних типів (ідеологем, образів) повинна бути «закріплена через кодифікацію» [5, р. 454].

Важливо усвідомлювати, що тиражність і канали поширення офіційного плаката, який зазвичай визнається історичним цехом за репрезентативне масове джерело, є лише частиною стратегії аналізу всього комплексу плакатних джерел. Адже в разі зіткнення з плакатом-мільйонником ми можемо бути певні лише в тому, що надруковані за бюджетний кошт матеріали є доказом способу мислення влади (т. зв. офіціоз). Проте наклад та офіційні способи розповсюдження плаката не розкривають його інтерпретації масовим глядачем та не засвідчують його пропагандистську ефективність. У тодішній УРСР, поза тим, присутня тенденція певної «іронії над типовим»: цікавий стереотип художньої поведінки, коли митець висміює масову естетику, кепкуючи з іконографії не стільки радянської влади, скільки радянського політичного плакату, що є носієм офіційного історичного нарративу. Подібне знуцання з тиражної «беззмістовності» ми визначаємо в багатьох авторських роботах і тиражних плакатах 1990–1991 рр. (Іл. 9 а, б).

Зрештою, як третю рису відмітимо унікальну властивість плакату виступати інструментом формалізації ідеологічного значення візуальної метафори. У візуальній антропології це явище описується через поняття семіозису – ретрансляції зображувального в символічне (по суті, перетворення знака на символ) [9, р. 53].

Наприклад, упродовж 1989–1990 рр. у плакаті УРСР помітно змістився центр критики: від політики перебудови (що все ще репрезентувала недоторканість держави СРСР, бо припускала можливість її трансформації) до заперечення самого факту існування країни або перспективи збереження її єдності. Візуальний доказ – декларація доторканності радянської символіки, її використання як візуального маркера критики.

Для порівняння: зарубіжний антирадянський плакат 1950-х однозначно трактує симво-

ліку СРСР як еквівалент соціальної або політичної небезпеки. Тому прикладом антирадянського візуального значення стає семіозис нищівності ключових радянських символів (Іл. 10). Натомість радянський плакат 1980-х через критику цієї ж символіки (переважно це серп і молот та червоний прапор) представляє міркування над майбутнім СРСР. Між цими двома полюсами очевидною є відмінність у баченні майбутнього та бажанні його генерувати, здійснювати зусилля для його набуття. На першому етапі – це символіка вивільнення «хорошого» радянського від «поганого». Наприклад, плакат 1987 р., де червоний прапор виривається з рамки із бахромою; його майоріння контрастує з важкістю та статичністю прямокутника цієї рамки, яка, вочевидь, символізує старе та віджиле радянське минуле (Іл. 11). Або у випадку, коли радянський державний прапор поміщено в «капсулу» дорожнього знака, проте він не представлений у деформованому або спотвореному вигляді, що, скоріше, дозволяє міркувати про ймовірність різних видів майбутнього, у тому числі й «позитивного» радянського. Зрештою, певною точкою неповернення для СРСР стає період, коли символічний простір плакатної мови стає антирадянським за характером семіозису. Радянське відкидається за фактом свого існування, а не за характером ідеологічного насичення.

**Висновки і перспективи подальших наукових розвідок.** Серед моделей візуальної репрезентації історії кінця 1980-х – початку 1990-х рр. переважає ілюстративна, яка, по суті, є паралельно існуючою оповіддю, що не має власних нарративних завдань та виступає натомість у ролі візуального аніматора тексту. Її характерними рисами є низька репрезентативність та «закритість» власне візуальних змістів. Ілюстрування декларує вторинність візуального по відношенню до текстового. Цей спосіб загалом є надзвичайно поширеним у рамках традиційного історіописання другої половини ХХ ст., де встановлені на основі документального «сліду» факти інтерпретуються як самодостатні (такі, що не потребують художнього імперативу).

На наш погляд, найбільш потенційно небезпечні наслідки такого підходу містяться у методологічній складовій дослідження, адже в ілюстративному способі побудови візуального ряду відсутня стратегія відбору матеріалу, прозора та відкрита так само, як і апарат посилення для текстових та документальних джерел. У багатьох випадках ілюстрація взагалі виноситься за межі апарату посилення та не формалізується як інформативне свідчення (нібито на підставі очевидності).



Іл. 1. О. Векленко (м. Харків). Ми наш, ми новий світ збудуємо! 1989



Іл. 2. О. Векленко (м. Харків). Перебудова. Ні – насильству! 1989



Іл. 4. К. Гераймович (м. Москва). Вчора Тбілісі, Баку. Сьогодні Вільнюс... 1990



Іл. 3. Невідомий автор (м. Ленінград). Перебудова. Тбілісі, 9 квітня 1989 року. 1989



Іл. 5. В. Вдовін (м. Москва). Гласність – не для зведення особистих рахунків. 1989



WELCOME

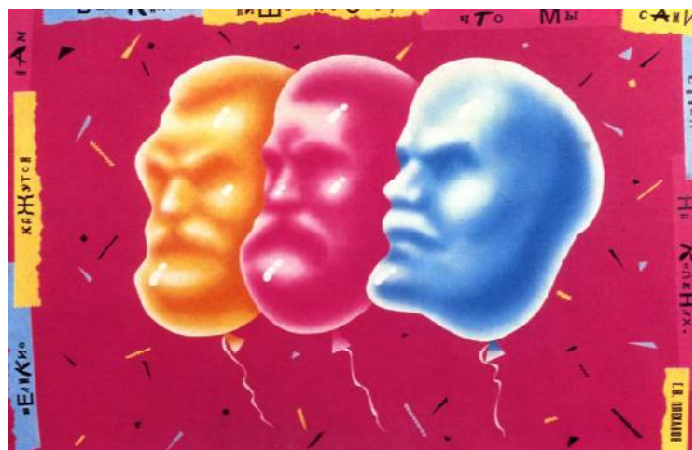
Лл. 6. В. Вітер (м. Київ).  
Welcome. 1990



Лл. 7. О. Ваганов (м. Москва).  
Бути чи не бути? 1989



Лл. 8. С. Кадибердиев  
(м. Москва). Тупик. 1990



Лл. 9. а) П. Бендель (м. Москва). Хай живе марксизм-ленінізм! Кінець 1970-х;  
б) В. Дорохов. Великі здаються нам такими лише тому, що ми самі стоїмо навколійки. 1991



Лл. 10. Paix et Liberte  
(м. Париж). Danger.  
1950-ті



Лл. 11. В. Жуков (м. Ленінград).  
1956: XX з'їзд КПРС. 1988



Як окрема модель існує т. зв. візуальна інтерпретація. На наш погляд, подібний спосіб узагальнення є симулякром, оскільки здійснюється не як результат аналізу, а як уявне «місце пам'яті». Найчастіше саме цей тип візуального моделювання називають візуалізацією.

У структурі його застосування запрограмована небезпечна для історичного дослідження похибка, коли з трьох обов'язкових етапів опрацювання візуального матеріалу – сприйняття / аналіз / інтерпретація – оминається другий етап, тобто власне аналітика. Зрештою, в результаті дослідження постає сформованим на основі інтерпретації візуального як синхронного візуальному: дослідник інтерпретує не результати заздалегідь проведеного аналізу, а особисті враження та гіпотетичні судження з приводу побаченого.

Важливо наголосити на тому, що візуалізація може мати й більш коректний спосіб застосування, проте в такому разі ілюстративна складова має спиратися на аналітичні дії, причому не тільки з точки зору встановлення факту чи фіксації явища, а й в аспекті аналізу художньої мови твору, його композиційної побудови та формально-стилістичних рішень.

Нарешті, наративізація розглядається нами як третій тип візуальної репрезентації. У певному сенсі його (тип) можна представити як текстологічне спрощення візуального документа – або перетворення візуальної оповіді на текстову.

Наприклад, типовою є ситуація, коли дослідник аналізує не саме джерело (приміром, плакат) як візуальне ціле, а переказує його зміст контекстуальною мовою, використовуючи візуальний «слід» для пошуку документального «сліду». Таке формування «само-документа» є насправді мімікрією, оскільки предметом аналізу виступає не інформативна природа візуального джерела, а його текстова нарація. У загальних рисах цей процес нагадує звичайний переказ побаченого, а у випадках аналітичної ситуації – процедуру перекладу графічної лексики на зрозумілу для історика документальну мову. Коли візуальне перетворено на нараційне – джерело починає «говорити».

Між іншим, фото з підписом або блоком тексту є зазвичай саме третім типом візуального моделювання – адже текстова розшифровка виступає як авторський переказ неочевидно зрозумілого фотофакту (тобто способом формування «само-документа»).

На наш погляд, запропоновані вище міркування дозволяють розглянути природу візуального історичного джерела під іншим кутом зору. Ключова відмінність із текстовим наративом полягає у відсутності слів, речень та, як наслідок,

безпосередньої текстової комунікації. Візуальна нарація використовує іншу систему опису та ретрансляції змісту. Навіть у плакаті, котрий традиційно використовує тексти як слогани, вони мають статус не тексту, а зображення, оскільки підпорядковуються композиційним закономірностям, є елементами колористичного та фактурного рішення та виражають формально-стильові значення. Іншими словами, текст у плакаті – це мімікрія зображувального під словесне.

Усе це дозволяє нам обґрунтовано припустити, що візуальне історичне джерело – це, умовно кажучи, контейнер, який складається щонайменше з трьох «відділень-прошарків»: 1) фактологічного (засвідчує існування «чогось» – певного сегмента дійсності); 2) контекстуального (описує або допомагає описати дійсність через факти, події та явища, які «втягнуті» до його уявного простору); 3) інтерпретаційного (надає змістовності подіям або явищам, виражає ставлення та оцінку; через засоби художнього узагальнення вдається до інтерпретації та намагається пропонувати рішення).

#### Література:

1. Калашникова Е. А. Особенности современного рекламного и авторского плаката. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Харків : ХДАДМ, 2013. № 3. С. 126–129.
2. Морозова Я. В. Специфика плакатного языка 1960–70-х годов на примере творчества Олега Савостюка. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2009. № 5(31). С. 243–246.
3. Тарасов В. В., Шевченко В. Я. Авторський плакат кінця 1980-х – початку 1990-х років у площині історичного джерела: проблема аналізу та інтерпретації. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Харків : ХДАДМ, 2017. № 2. С. 83–90.
4. Тарасов В. Візуальна публіцистика як історичне джерело. Альманах «ДіПініада», 1946–1947 / відп. ред. проф. Ольга Коляструк. Харків : ХДАДМ, 2017. 140 с. (Наукова серія кафедри СГД ХДАДМ).
5. Berkowitz J. S. A Look into Glasnost's Impact on the Soviet Art World. *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review*. 1991. Vol. 11, no. 2. P. 453–477.
6. Chonghoon Lee. Visual Stalinism from the Perspective of Heroisation: Posters, Paintings and Illustrations in the 1930s. *Totalitarian Movements and Political Religions*. 2007. Vol. 8, no. 3/4. P. 503–521. URL : <http://dx.doi.org/10.1080/14690760701571148> (дата звернення : 02.07.2020).
7. Duprat A. The Iconography of Twentieth-Century Totalitarian Regimes. *Contemporary European History*. 1999. Vol. 8, issue 3. P. 439–449.
8. Haskins E. V., Zappen J. P. Totalitarian Visual “Monologue”: Reading Soviet Posters with Bakhtin. *Rhetoric Society Quarterly*. 2010. Vol. 40, issue 4. P. 326–359. URL : <https://doi.org/10.1080/02773945.2010.499860> (дата звернення : 12.03.2020).
9. Ehses H. H. J. Representing Macbeth: A Case Study in Visual Rhetoric. *Design Issues*. 1984. Vol. 1, no. 1. P. 53–63. URL : <https://doi.org/10.2307/1511543> (дата звернення : 22.11.2020).

10. Felton R. G., Allen R. F. Using Visual Materials as Historical Sources. *The Social Studies*. 1990. Vol. 81, issue 2. P. 84–87. DOI: 10.1080/00377996.1990.9957501
  11. Allen R. F. Posters as Historical Documents: A Resource for the Teaching of Twentieth-Century History. *The Social Studies*. 1994. Vol. 85, issue 2. P. 52–61. DOI: 10.1080/00377996.1994.9956276
  12. Hart T. B. Visual Methods of Social Research. *Visual Anthropology*. 2008. Vol. 22, issue 1. P. 80–81. DOI: 10.1080/08949460802341993
  13. Yanker G. The political poster: A worldwide phenomenon. *World Affairs*. 1970. Vol. 133, no. 3. P. 215–223.
- References:**
1. Kalashnikova, E. A. (2013). Osobennosti sovremennoho reklamnoho y avtorskoho plakata [Peculiarities of the modern author and advertisement poster]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 3, 126–129. [In Ukrainian].
  2. Morozova, Ia. V. (2009). Spetsifika plakatnogo iazyka 1960–70-kh godov na primere tvorchestva Olega Savostiuka [Specifics of the poster language 1960-70s on the example of the works of Oleg Savostyuk]. *Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*, 5(31), 243–246. [In Russian].
  3. Tarasov, V. & Shevchenko, V. (2017). Avtorskyi plakat kintsia 1980-kh – pochatku 1990-kh rokiv u ploshchyni istorychnoho dzherela: problema analizu ta interpretatsii [Author's Poster late 1980s – early 1990s in the plane of historical source: the problem analysis and interpretation]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 2, 83–90. [In Ukrainian].
  4. Tarasov, V. (2017). *Vizualna publitsystyka yak istorychne dzherelo. Almanakh "DiPiniada", 1946–1947* [Visual journalism as a historical source. Almanac "DiPiniada", 1946–1947]. Kharkiv: KhDADM. [In Ukrainian].
  5. Berkowitz, J. S. (1991). A Look into Glasnost's Impact on the Soviet Art World. *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review*, 11(2), 453–477.
  6. Chonghoon Lee. (2007). Visual Stalinism from the Perspective of Heroisation: Posters, Paintings and Illustrations in the 1930s. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 8(3–4), 503–521. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/14690760701571148>
  7. Duprat, A. (1999). The Iconography of Twentieth-Century Totalitarian Regimes. *Contemporary European History*, 8(3), 439–449.
  8. Haskins, E. V., & Zappen, J. P. (2010). Totalitarian Visual "Monologue": Reading Soviet Posters with Bakhtin. *Rhetoric Society Quarterly*, 40(4), 326–359. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/02773945.2010.499860>
  9. Ehses, H. H. J. (1984). Representing Macbeth: A Case Study in Visual Rhetoric. *Design Issues*, 1(1), 53–63. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/1511543>
  10. Felton, R. G. & Allen, R. F. (1990). Using Visual Materials as Historical Sources. *The Social Studies*, 81(2), 84–87. doi: 10.1080/00377996.1990.9957501
  11. Allen, R. F. (1994). Posters as Historical Documents: A Resource for the Teaching of Twentieth-Century History. *The Social Studies*, 85(2), 52–61. doi: 10.1080/00377996.1994.9956276
  12. Hart, T. B. (2008). Visual Methods of Social Research. *Visual Anthropology*, 22(1), 80–81. doi:10.1080/08949460802341993
  13. Yanker, G. (1970). The political poster: A worldwide phenomenon. *World Affairs*, 133(3), 215–223.