

УДК 7.05:769.91(476)

С. В. Сизенкова

## **Популяризация белорусского плаката в современном социокультурном пространстве**

*Рассматриваются современное состояние белорусского плакатного искусства, основные тенденции развития, а также факторы, влияющие на распространение в социокультурном пространстве, и способы его популяризации. Актуализируется роль плаката как средства коммуникации, носителя информации, вида изобразительного искусства в контексте развития общества и культуры. Раскрывается значение научно-технического прогресса и информационных технологий в создании и распространении плакатов. Белорусская школа плаката представлена широким кругом художников-плакатистов, чьи произведения отмечены на международных конкурсах и биеннале. Подчеркивается популярность и востребованность данного направления среди студентов, получающих образование по специальностям «графический дизайн», «коммуникативный дизайн» и другим смежным областям.*

**Ключевые слова:** белорусская школа плаката, плакатное искусство, социокультурное пространство, плакатный дизайн, коммерческие аспекты плаката.

S. Sizenkova

## **Popularization of the belarusian poster in contemporary socio-cultural space**

*The author considers the current state of the Belarusian poster art, the main development trends, as well as the factors influencing the distribution in the socio-cultural space, and ways to popularize it. The article actualizes the role of the poster as a means of communication, a carrier of information, a type of fine art in the context of the development of society and culture, reveals the importance of scientific and technological progress and information technology in the creation and dissemination of posters. The Belarusian poster school is represented by a wide range of poster artists, whose works have been recognized at international competitions and biennials. The article emphasizes the popularity and relevance of this direction among students receiving education in the specialties "graphic design", "communicative design" and other related areas.*

**Key words:** Belarusian Poster School, Poster Art, Socio-Cultural Space.

В современном мире, отмеченном непрерывным развитием информационных технологий, системными изменениями коммуникативного пространства, не теряет своей актуальности плакат. Он является не только носителем информации и средством коммуникации, видом искусства и частью культуры в целом, но и отражает жизнь конкретного общества во всей его полноте, формирует социальные ценности.

Плакат – это своевременный отзыв на социальный заказ, ответ автора на происходящие в современном мире события. Следует отметить воздействие этого вида искусства на эмоциональное состояние людей. Плакатные произведения различных жанров оказывают влияние на мотивы человеческой деятельности, чувства, поступки, формирование социальных норм и ценностей, будь то рекламный плакат, склоняющий потребителя сделать выбор в пользу того или иного товара/услуги, социальный плакат, привлекающий внимание к актуальным проблемам общества, и т. д.

Сегодня искусство плаката развивается под влиянием глобализации и прогресса информационных технологий, что требует дополнительных исследований и оценки направлений развития белорусской школы плаката в контексте динамики культурологического знания.

*Цель исследования* – выявить основные тенденции популяризации белорусского плаката в современном социокультурном пространстве.

Следует отметить, что белорусский плакат не исследовался в ракурсе культурологического подхода, этот феномен рассматривается в основном с точки зрения искусствоведения. Так, М. Г. Борозна [2], Н. Н. Саратовская [10] изучали плакат в контексте общественно-политического развития или конкретного исторического периода – эпохи тоталитаризма, хрущевской «оттепели». Однако в подобных исследованиях спектр внимания смещается на анализ развития и изменения визуальной формы и выразительных средств плаката.

Н. Н. Саратовская уделяет внимание вопросам жанрово-тематической специфики плаката [11; 12]. Предложенная ею классификация жанров плаката представлена следующим образом: рекламный плакат (социальная сфера, реклама товарных знаков), культурно-зрелищный плакат (духовно-художественная сфера, рекламирование явлений культуры), социальный плакат (социальная сфера, исполнение агитационной, разъясняющей, призывной и др. функций). Н. Н. Саратовская актуализирует проблему определения места плаката в системе изобразительных искусств и выявления его идейно-художественной структуры.

Некоторые исследования посвящены определенному виду плаката. В научной литературе изучению истории и содержательной направленности политического и социального плаката XX в. посвящены работы А. Г. Голубович [6], Н. И. Гончарова [4], Л. Д. Наливайко и Е. Ф. Шунейко [9].

Е. И. Атрахович [1], исследующая особенности становления национальной художественной школы плаката, уделяет внимание генезису и основным тенденциям его развития с 1920-х гг. по 2000-е гг.

Одним из наиболее масштабных искусствоведческих исследований, посвященных развитию белорусского советского плаката XX в., является работа А. Г. Голубович [5]. В истории отечественного плаката как

художественного феномена национальной культуры нашли отражение отличительные черты эпохи, выделены этапы его развития от зарождения в 1890–1920-е гг. до формирования самобытной белорусской школы в 1982–1991 гг. А. Г. Голубович также проанализировала постсоветские тенденции в белорусском плакате 1991–2000 гг. В результате ее исследования выявлены эволюция, стилистика, тематика плаката Беларуси, его самобытность как уникального явления и объекта материально-художественного слоя культуры, взаимосвязь с мировым искусством XX в.

Я. Ю. Ленсу [7] исследует плакат с точки зрения рекламной коммуникации. Он изучает развитие белорусской рекламы, в частности белорусский рекламный плакат в 1980–1990-е гг., основные направления художников-плакатистов, отражающих актуальные социальные проблемы, в том числе коммерческого характера. Ю. В. Сымонович [15] структурирует основные теоретические сведения о дизайне социального плаката, рассматривает вопросы классификации плакатного дизайна как вида изобразительного искусства, раскрывает современные тенденции в развитии плаката как средства социальной рекламы на основе трудов белорусских и зарубежных авторов. Т. В. Солодовникова [14], проведя детальный анализ содержания белорусских плакатов в контексте рекламной коммуникации в период с 1914 г. по 1990 г., рассматривает факторы, способствующие их широкому распространению как средства информационного воздействия на целевую аудиторию, а также устанавливает, что изучение плакатного искусства позволяет выявить основные аспекты социально-экономического и политического развития страны на конкретном историческом этапе.

Проанализировав приведенные выше исследования, можно отметить, что белорусский плакат изучался преимущественно с применением ретроспективного метода – были выявлены основные тенденции развития в конкретные исторические периоды, однако не закрепились этапы его становления. Например, Е. И. Атрахович [1] определяет зарождение белорусского плаката в 1920-х гг., А. Г. Голубович [5; 6] – 1890-х. По мнению Н. И. Гончарова [4], элементы зарождения белорусского плаката обнаруживаются в XVI в., прототипом его являются гравюры Ф. Скорины и П. Мстиславца. Таким образом, данный вопрос требует дополнительного изучения и уточнения.

Е. И. Атрахович, А. Г. Голубович, Н. Н. Саратовская исследуют также особенности развития современного белорусского плаката [1; 6; 12].

С каждым годом белорусский плакат приобретает новые черты в условиях стремительного развития информационного общества и цифровых технологий. Современные дизайнеры совершенствуют художественные приемы и выразительные средства плакатного искусства,

открывают его новые возможности в виртуальном пространстве, что определяет актуальность дополнительных исследований данной темы.

На распространение плакатного искусства влияет научно-технический прогресс. С появлением дешевых принтеров получила распространение цифровая печать. Современный плакат видоизменился и вышел за рамки создания из традиционного материала – бумаги. Для выполнения плакатного макета используются линогравюра (гравюра на линолеуме), ксилография (на дереве) и другие техники гравирования [8, с. 321].

Развитие информационных технологий и средств компьютерной графики изменило и ускорило процесс создания плакатов. Возникли новые его типы – цифровой, интернет-плакат, существующие только в виртуальной копии и распространяющиеся в сети Интернет и социальных сетях [16, с. 121].

Все эти тенденции актуальны для белорусского плакатного искусства. Современная белорусская школа плаката является уникальным явлением мирового искусства, что подтверждается признанием и присуждением премий работам отечественных художников-плакатистов на престижных международных конкурсах и биеннале (П. Кашевский «Деурбанизация» – 1-е место на V Международном фестивале плакатов PlakatFest, г. Хожув, Польша, 2020; Ю. Тореев «Женщина моря» – гран-при IX Триеннале сценического плаката в Софии, 2019; Е. Дорожко «Н.Ф.Б.» – специальная премия им. Александра Родченко «За поиск и эксперимент как развитие традиций русского конструктивизма» на Московской международной биеннале графического дизайна «Золотая пчела», 2018), включением белорусских плакатов в музейные коллекции городов Брно, Лахти, Тояма, Лондон, Нью-Йорк, Париж, Варшава и др.

Сегодня в жанре плаката работают такие известные мастера, как Ю. Головина, П. Кашевский, Р. Найден, А. Новожилов, С. Саркисов, Д. Сурский, Ю. Тореев, В. Цеслер. Они создают плакаты различных тематик: театральные («Тата», 2016, Ю. Тореев), выставочные («Выстава графічнага дызайну ІДЭЯ», 2016, С. Саркисов), социальные («Сацыяльная дыстанцыя», 2020, П. Кашевский), авторские конкурсные («Rigoletto», 2022, Ю. Тореев, «PosterFest», Будапешт).

Важным фактором, влияющим на развитие и популяризацию белорусского плаката, является наличие профессионального образования в данной сфере в учреждениях высшего образования страны. Сегодня в Беларуси работают факультет дизайна и декоративно-прикладного искусства в БГАИ (специальность «дизайн графический»), факультет дизайна в ВГТУ (специальность «дизайн коммуникативный»), смежные специальности в сфере дизайна преподаются в ИСЗ им. А. М. Широкова, БГУ, Полоцком государственном университете, ВГУ им. П. М. Машерова, БрГТУ, БГТУ, БНТУ, а также в колледжах искусств.

Современный плакат выходит за рамки исполнения основной рекламно-агитационно-просветительской функции и развивается в качестве высокохудожественного явления изобразительного искусства. Плакаты регулярно экспонируются на выставках-фестивалях («Осенний салон», «Арт-Минск»), также специализированных, включающих персональные выставки художников-плакатистов (например П. Кашевского «POSTER.S», 2022, галерея Белорусского союза дизайнеров, Минск), выставки по итогам конкурсов плакатов (например к 100-летию С. Лема, 2021, Дворец искусств, Минск), тематические выставки коллекций плакатов (например посвященная 100-летию со дня выхода первого белорусского плаката, 2013, Дворец искусств) и т. д.

Основной отличительной чертой плакатного искусства является привязанность к актуальным темам, событиям и явлениям. Коллекции плакатов, созданные в предыдущие десятилетия, также имеют большую ценность, так как представляют объекты культурного наследия, являются результатами материальной и духовной деятельности предыдущих поколений. Отражая тенденции времени, настроения общества, веяния моды, социально-культурные практики, нравы, обычаи, они сохраняют художественно-эстетические, стилевые, образно-семантические традиции белорусского советского и постсоветского плакатного искусства.

Сохранением и популяризацией белорусского плакатного искусства занимаются Национальный исторический музей Республики Беларусь, Национальная библиотека Республики Беларусь, Белорусский союз дизайнеров и другие организации и учреждения сферы культуры и искусств.

В рамках исследуемой темы отметим популярный интернет-ресурс «Беларускі плакат» [3] – проект Белорусского союза дизайнеров, осуществленный при поддержке проекта Европейского союза «The CHOICE – Cultural Heritage: Opportunity for Improving Civic Engagement».

Ресурс создан на основе цифрового архива Белорусского союза дизайнеров, на котором можно ознакомиться с коллекцией плакатов, их авторами, тематическими коллекциями, а также искусствоведческими и культурологическими статьями по теме. Плакаты на сайте можно находить по названию, автору, дате создания, теме и визуальному содержанию. Благодаря этому архиву возникают широкие возможности для мультимедийного представления произведений, создания виртуальных выставок и т. д. [13, с. 246].

Таким образом, белорусский плакат на современном этапе не теряет своей актуальности. Выйдя на серьезный международный уровень, он стал развитой сферой профессиональной дизайнерской деятельности, прочно занял свое место в отечественной художественной культуре. Современный белорусский плакат претерпевает определенные изменения, его утилитарная информационно-рекламная функция осу-

ществляется в основном в Интернете, но в то же время он представлен и в общественной среде в виде печатной рекламы, культурно-социальных плакатов, билбордов. Основными тенденциями, отражающими становление и популяризацию белорусского плаката, можно назвать развитие информационных технологий, средств компьютерной графики; глобализацию, укрепление международных культурных связей, открытый межкультурный диалог, возможность участия в международных конкурсах и биеннале; наличие кафедр графического дизайна в учреждениях высшего образования страны и статистика по выпускаемым специалистам; проведение выставок плаката; реализация проектов и инициатив в сфере сохранения объектов нематериального культурного наследия.

1. *Атрахович, Е. И.* Белорусский плакат: особенности становления национальной художественной школы / Е. И. Атрахович // Культура. Наука. Творчество : сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств [и др.]. – Минск, 2013. – Вып. 7. – С. 89–93.

2. *Баразна, М.* Плакат эпохі таталітарызму / М. Баразна // Спадчына. – 1994. – № 5. – С. 30–36.

3. Беларускі плакат [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://plakat.unid.by/>. – Дата доступу: 30.01.2023.

4. Беларускі палітычны плакат / склад. М. І. Ганчароў. – Мінск : Беларусь, 1989. – 240 с.

5. *Голубович, А. Г.* Белорусский советский плакат / А. Г. Голубович. – Минск : Беларусь, 2014. – 302 с.

6. *Голубович, А. Г.* Искусство социально-политического плаката Беларуси XX века: (эволюция, стилистика и тематика) : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / А. Г. Голубович ; Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы [и др.]. – Минск, 2012. – 27 с.

7. *Ленсу, Я. Ю.* Беларуская рэклама ўчора і сёння / Я. Ю. Ленсу // Инновационные образовательные технологии. – 2010. – № 1 (21). – С. 83–87.

8. *Мойдинова, Б.* Роль плаката в современном мире / Б. Мойдинова, О. С. Касымов // Молодой ученый. – 2022. – № 5 (400). – С. 320–323.

9. *Налівайка, Л.* Рэвалюцыйны плакат 1920-х: з гісторыі барацьбы за грамадзянскую свядомасць / Людміла Налівайка, Яўген Шунейка // Мастацтва. – 2011. – № 9. – С. 44–47.

10. *Саратовская, Н. Н.* Белорусский плакат периода хрущевской «оттепели» / Н. Н. Саратовская // Вісн. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв. – 2005. – № 10. – С. 112–119.

11. *Саратовская, Н. Н.* Плакат: проблема жанровой дифференциации [Электронный ресурс] / Н. Н. Саратовская // Беларускі плакат. – Режим доступу: <https://plakat.unid.by/blogosfera/plakat-problema-zhanrovoy-differenciacii>. – Дата доступу: 31.01.2023.

12. *Саратовская, Н. Н.* Художественный образ в плакате: проблема содержания и формы [Электронный ресурс] / Н. Н. Саратовская // Беларускі плакат. – Режим доступу: <https://plakat.unid.by/blogosfera/hudozhestvennyy-obraz-v-plakate-problema-soderzhaniya-i-formy>. – Дата доступу: 29.01.2023.

13. *Сизенкова, С. В.* Механизмы эффективного управления объектами культурного наследия на примере коллекции плаката Белорусского союза дизайнеров / С. В. Сизенкова // Трансформация социально-культурной сферы в современных условиях: экономико-управленческие аспекты : материалы II Междунар. студ. науч.-практ. конф., Орел, 10 дек. 2021 г. / Орловский гос. ин-т культуры, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Орел, 2022. – С. 244–247.

14. Солодовникова, Т. В. Содержательные характеристики белорусского плаката как доминирующей формы рекламной коммуникации на территории Беларуси с 1914 по 1990 г. / Т. В. Солодовникова // Труды БГТУ. – 2021. – № 2. – С. 147–152.

15. Сымонович, Ю. В. Плакат как средство социальной рекламы: его значение и принципы выразительности / Ю. В. Сымонович // Труды БГТУ. – 2018. – № 1. – С. 120–124.

16. Шестаков, М. Е. Роль информационно-коммуникационных технологий в эволюции плакатных форм политической пропаганды / М. Е. Шестаков // Вестн. Поволжского ин-та управления. – 2017. – Т. 17, № 1. – С. 117–123.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 31.01.2023.