

3. *Нечаев, И. В.* Диджимодернизм в «культурном ландшафте» пост-постмодернизма (концепция А. Кирби) / И. В. Нечаев // Науч. труды Моск. гуманит. ун-та. – 2010. – Вып. 124. – С. 46–51.

4. *Сергеев, А. Г.* Цифровая эволюция скульптуры / А. Г. Сергеев // Артэфакт. – 2021. – № 16. – С. 99–105.

С. В. Сизенкова, аспирант.

Научный руководитель – **О. М. Соколова**,

кандидат культурологии, доцент

ГЕНЕЗИС И РАЗВИТИЕ БЕЛОРУССКОЙ ШКОЛЫ ПЛАКАТА

Плакат как объект искусства впервые появляется в поле искусствоведческих исследований в конце XX – начале XXI в., где его рассматривают как художественное явление, обладающее помимо функциональных составляющих (пропагандистских, просветительских и т. д.) особыми изобразительными средствами и приемами. Изучением феномена белорусского плаката занимались такие исследователи, как А. Г. Голубович [1; 2], Н. Н. Саратовская [3; 4; 5], Т. В. Солодовникова [6] и др.

По мнению А. Г. Голубович, «белорусское плакатное искусство – явление уникальное. Ни в одной другой стране мира оно не получило столь интенсивного развития, не было использовано политическим режимом в своих целях так эффективно и мощно, не привлекло к себе внимания лучших дизайнеров и ведущих художников-графиков, как в СССР. Плакат здесь долгое время оставался главным визуальным средством агитации за утопическое коммунистическое общество. Он способствовал формированию мировоззрения и поведения людей, находился в точке пересечения идеологических, политических и исторических процессов» [1, с. 7].

История белорусского плаката ведет свой отсчет с конца XIX в. и продолжается по сей день. Многие исследователи при выделении периодов развития белорусского плакатного искусства опираются на исторический фактор (конкретные исторические и общественно-политические события), в частности А. Г. Голубович [2], иконографию политических деятелей и культурную жизнь Беларуси. Далее мы рассмотрим особен-

ности белорусской школы плаката в следующие временные периоды: 1900–1920, 1930–1940, 1950–1960, 1970–1980, 1990 – настоящее время.

В конце XIX – начале XX в. на территории Беларуси плакаты существовали в виде шрифтовых театральных афиш. После появления литографии – тиражной цветной печати – создаются первые рекламные плакаты. Впервые плакат, на котором присутствовал в том числе и белорусский язык, был придуман в 1913 г. Фердинандом Рущицем (афиша к Первой краевой выставке в Вильне).

В годы Первой мировой войны преобладал агитационный плакат, использовавшийся для призыва в армию, помощи раненым. Рекламная коммуникация посредством плаката замещала газету, поскольку плакат был более доступен широким массам, содержал лаконичные лозунги и всем понятные изображения [6, с. 148].

Если в дореволюционное время на территории Беларуси преобладала политическая пропаганда, активно развивалась реклама товаров и зрелищных мероприятий, то в послереволюционный период рекламная коммуникация была ориентирована прежде всего на пропаганду «новых» ценностей и «нового мира» [Там же]. Основные темы плакатов обозначенного периода – просвещение и консолидация народа. Стоит отметить, что именно в это время в Витебске действовало художественное движение УНОВИС, авторы которого создавали плакаты в стиле супрематизма. Наиболее известный плакат – «Клином красным бей белых» Эль Лисицкого. Помимо супрематизма, в плакатном искусстве того времени преобладал модерн, конструктивизм и ар-деко.

В 30–40-е гг. XX в. плакатное искусство, как и любая другая форма коммуникации того времени, было под контролем коммунистической партии. Именно в этот период в плакатном искусстве закрепляется социалистический реализм. А. Г. Голубович отмечает, что в данный период плакатное искусство подвергалось жесткой критике, из-за чего производство плакатов сократилось, качество плакатов значительно ухудшалось. Основные темы – индустриализация, коллективизация, плакаты,

посвященные памятным датам и государственным праздникам [Там же, с. 8].

Существенные изменения в плакатном искусстве начинаются со второй половины 1950-х гг. Хрущевская «оттепель», изменения в социально-политической сфере, освобождение от сталинской тоталитарной системы приводят к активизации работы в творческих объединениях белорусских художников-плакатистов, которые начинают активно формировать свою выставочную деятельность и принимать участие во всесоюзных выставочных проектах [3].

С конца 1950-х – в первой половине 1960-х гг. наиболее активно развивается культурно-зрелищный плакат, и в первую очередь – театральный, что связано с периодом творческой активности национального театра. Постепенно театральный плакат обретает самостоятельную жанровую форму, которая отмечается стремлением плакатистов давать собственную авторскую интерпретацию театральным представлениям. Рекламный плакат обозначенного периода, помимо своей основной рекламной задачи, выполняет агитационно-социальную функцию: в условиях тотального дефицита товаров массового спроса плакаты призывали покупать лотерейные билеты, подписываться на газеты, журналы и т. д.

Однако, несмотря на некоторое ослабление контроля над искусством, белорусский политический плакат остается клишированным, однообразным, не отражает важные темы и события, ориентируется на эстетику социалистического реализма и идеи коммунистической партии.

С 1970-х гг. белорусское плакатное искусство заявляет о себе не только на всесоюзных выставках, но и на международных конкурсах и биеннале. Признание белорусского плаката на международной арене впервые произошло в 1978 г. – работы В. Круковского «Назаўсёды ў памяці народа», посвященная теме Второй мировой войны, и «Зверанят, нібы братоў малодшых, біць не дазваляй па галаве», посвященная теме экологии (в качестве названия – строчка из стихотворения С. Есенина), прошли на конкурс биеннале в Варшаве [7, с. 34].

Период 1970–1980-х гг. считается одним из основных в процессе формирования самобытной национальной школы бело-

русского плаката, поскольку именно в это время возрастает число художников, работающих в жанре плаката, с художественным образованием (живописцы, сценографы, графики, дизайнеры), например, В. Васюк, Л. Кальмаева, В. Круковский, В. Жук, Э. Жакевич, К. Ракицкий, Н. Стома, В. Филимонов, Я. Хайрулин и др. Профессионально подготовленные художники обогатили плакат свежими идеями, привнесли новые способы оформления композиции, решения проблем выразительности, формы, цвета и т. д. Увеличивается объем издаваемой плакатной продукции, расширяются художественно-видовые границы белорусского плаката.

Во второй половине 1980-х гг. у белорусских плакатистов появилась возможность затрагивать острые социальные проблемы, темы, которые ранее не обсуждались и умалчивались: критика советской политической системы, союзных отношений между республиками, обращение к общегуманитарным проблемам современности (экология, СПИД, война, использование природных ресурсов) [7, с. 35].

Процессы, происходившие в стране в 1990-х гг., а именно сложная экономическая ситуация, потеря идеологических ориентиров, неопределенная размытость ценностных представлений, оценочных категорий, повлияли на тиражность выпускаемых плакатов. Как вывод – плакатисты стали создавать свои работы преимущественно в рамках выставочной деятельности [5].

Белорусские плакатисты начинают «подстраиваться» под тематику и проблематику международных выставочных форумов, происходящих обычно за рубежом, что отражается в определенном «интернационализме» плакатного искусства Беларуси, например, в плакатных надписях на иностранных языках: «Chernobyl» (1996), «Libertas» (1999) Р. Найдена, «LISSITZKI-110» (1999) С. Саркисова, «Woodstock 30 years» (1999) В. Цеслера и С. Войченко и т. д.

Вхождение в международное плакатное сообщество оказало позитивное влияние на общий художественный уровень плакатного искусства: стали использоваться новые плакатные техники, приемы создания образов в плакате, стилевые возможности и т. д.

Известными представителями белорусской школы плаката этого периода являются не только известные художники-плакатысты, сформировавшие лучшие традиции профессиональной белорусской плакатной школы (В. Цеслер, С. Войченко, Р. Найден, А. Новожилов, С. Саркисов, А. Шелютто, Е. Китаева, Д. Сурский, Т. Гардашникова и др.), но и молодые художники (Ю. Головина, В. Довгяло, Н. Кузьменкова, А. Майоров, В. Санько, В. Свентаховский, А. Снежко, О. Устинович и др.). Новое поколение художников совмещало плакатное творчество с работой в смежных отраслях изобразительного искусства, что, в свою очередь, привносило элементы нестандартности плакатных техник, приемов и способов плакатных решений [5].

Работы белорусских плакатыстов, создающиеся с конца XX в. по настоящее время, по праву можно считать концептуальными авторскими произведениями. Следует отметить, что плакаты этого времени сложно отнести к какому-либо одному сюжетно-жанровому виду или же определенному типу, поскольку они уже не ограничиваются лишь функциями информации и рекламы, а приобретают самостоятельную художественную ценность.

Таким образом, развитие белорусской школы плаката происходило в тесной связи с белорусским обществом и государственной системой. Белорусский плакат прошел путь от средства пропаганды государственной политики до возможности свободного авторского высказывания относительно происходящих социальных процессов. Современный белорусский плакат помимо выполнения основной рекламно-агитационно-просветительской функции продолжает развиваться уже как высокохудожественное явление изобразительного искусства и по сути приобретает черты элитарного эстетического объекта художественной выставки.

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

2. *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 исследо-

ваний белорусской культуры, языка и литературы. – Минск, 2012. – 31 с.

3. *Саратовская, Н. Н.* Белорусский плакат периода хрущевской «оттепели» [Электронный ресурс] / Н. Н. Саратовская // Беларускі плакат. – Режим доступа: <https://plakat.unid.by/blogosfera/beloruskiy-plakat-perioda-hrushchevskoy-ottereli>. – Дата доступа: 11.03.2022.

4. *Саратовская, Н. Н.* Плакат как объект искусствоведческого исследования [Электронный ресурс] / Н. Н. Саратовская // Беларускі плакат. – Режим доступа: <https://plakat.unid.by/blogosfera/plakat-kak-obekt-iskusstvovedcheskogo-issledovaniya>. – Дата доступа: 11.03.2022.

5. *Саратовская, Н. Н.* Современный белорусский плакат [Электронный ресурс] / Н. Н. Саратовская // Беларускі плакат. – Режим доступа: <https://plakat.unid.by/blogosfera/sovremennyy-beloruskiy-plakat-1990-2000>. – Дата доступа: 12.03.2022.

6. *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, Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. – 2021. – № 2 (249). – С. 147–152.

7. *Сурский, Е. Д.* Своевременный белорусский плакат / Е. Д. Сурский // Про дизайн. – 2004. – № 12. – С. 34–35.

К. А. Скур'ят, аспірант.
Навуковы кіраўнік – **А. М. Нароўская,**
кандыдат гістарычных навук, дацэнт

ЭТНАГРАФІЧНЫЯ ЭКСПАЗІЦЫІ БЕЛАРУСКІХ МУЗЕЯЎ ЯК АБ'ЕКТ ТУРЫСТЫЧНАГА ПАКАЗУ

На сучасным этапе турызм з'яўляецца не толькі адной з буйных галін эканомікі, але і найбольш дзейсным спосабам знаёмства з культурай свайго і іншых народаў. У эпоху пандэміі COVID-19 значнасць набывае ўнутраны турызм, адным з папулярных напрамкаў якога з'яўляецца этнаграфічны турызм. Багатая этнакультурная спадчына, якая захавалася ў рэгіёнах Рэспублікі Беларусь, дае шырокія магчымасці для яго развіцця.

Павышаную цікавасць для турыстаў уяўляюць этнаграфічныя музеі гістарычнага профілю, якія дакументуюць этнагенэз народаў і іншых грамадскіх супольнасцей, іх побыт і культуру праз збіранне, захаванне, вывучэнне і папулярызацыю этнаграфічных калекцый. Абсалютная большасць крэзнаўчых музеяў