

ДИЗАЙН

УДК 7.036:7.012:7.05:76 (=161.2)

Василь Косів

кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри графічного дизайну
Львівської національної
академії мистецтв

Чоловічі образи українців у плакаті УРСР 1945–1989 рр.

Анотація. На матеріалах українського радянського плаката 1945–1989 рр. простежені особливості чоловічих образів українців і сформовані ними конотації щодо національної ідентичності. Образи чоловіків-українців на плакатах класифіковані (за А. Каппелером) як «мазепинці», «малороси» і «хохли». Перші зображалися у ролі ворогів СРСР, другі, найбільш численні, представляли взірцевих лояльних до влади українців, треті – безтурботних учасників художньої самодіяльності й окремих несвідомих громадян. Образ козака як уособлення українського народу з'являється у контексті розповідей про Жовтневу революцію, бутафорних сценічних постановок, а наприкінці 1980-х рр. перетворюється на жертву радянської влади. Образи українців – це здебільшого алегорії, які втілюють уявлення про типових представників суспільства. З'ясовано, що позначення чоловіків як українців відбувалося за допомогою вишитої сорочки, а розподіл соціальних ролей уточнював характеристики національного образу. Найяскравіше це проявляється у протиставленнях: село – місто, лідерство – підпорядкування, минуле – майбутнє, де саме «слабший» персонаж одягнений у вишиту сорочку та формує відповідні стереотипи щодо національної ідентичності.

Ключові слова: український радянський плакат 1945–1989 рр., чоловічі образи українців, національна ідентичність.

В українському радянському плакаті, який розвивався у спільному руслі з іншими союзними республіками, соцреалістична формула «національне за формою, соціалістичне за змістом» реалізувалася доволі специфічно. Оскільки суто мистецька

«форма» (композиційні прийоми, загальна стилістика, авторські манери й техніки) була схожою для всієї країни, національний аспект проявлявся в образах українців, яких здебільшого позначали за допомогою вбрання. Порівняно з великою кількістю національно окреслених зображень жінок, у плакаті УРСР 1945–1989 рр. образ чоловіка-українця представлений скромніше. Національний костюм зазвичай демонструє жінка, тож зображені поруч чоловіки національно не ідентифікуються. У тих випадках, де національність прочитується, український чоловік постає як персоніфікована алегорія, збірний образ трудівника чи захисника та вибраний герой – конкретна особа.

Репрезентація нації за допомогою персоніфікованої алегорії, а також типових образів її жінок, чоловіків, дітей, часто ставала об'єктом досліджень, оскільки ці прийоми широко використовувалися в мистецтві [1]. Б. Андерсон відзначає роль «анонімних безликих співвітчизників» як образів, за якими уявляється нація [2, с. 154], зокрема, серед найважливіших є образи «героїв» [2, с. 9–10]. Поєднання маскулітності з націоналізмом досліджує Дж. Нейджел [3], про культ «етнічних воїнів» пише С. Енло [4], в українському контексті дослідники виділяють образ козака як уособлення водночас чоловічого та мілітарно-героїчного ідеалу. На символічному значенні козацтва наголошує І. Лисяк-Рудницький [5, с. 57], О. Гриценко показує його ролі в українській популярній культурі [6]. На противагу мілітарності, про лояльність українців і формування відповідних образів писали М. Міхновський [7, с. 26], А. Каппелер [8], Г. Грабович [9], С. Єкельчик [10, с. 156]. Література, присвячена національним образам, показує, що, незважаючи на різницю контекстів, механізми їхнього створення та функціонування у різних країнах збігаються; українські приклади є унікальними з огляду на історичні особливості та водночас типовими для національної репрезентації.

Український радянський плакат, хоч і репродукований в альбомах і каталогах виставок, представлений переважно творами обмеженої тематики, а їх опис здебільшого зводиться до коротких тез публіцистичного характеру. Складно знайти інші приклади, де настільки чисельні й тиражовані твори отримали так мало уваги дослідників. Український плакат післявоєнних років удостоївся першого серйозного видання у 1957 р. [11]. 1971-го та 1981 рр. видані альбоми з ретроспективою творів від 1919 р. [12; 13]. 1989 року

вийшла праця Л. Владича про окремих художників-плакатистів [14]. Новий поштовх до вивчення плаката з'явився на початку ХХІ ст. у зв'язку з діяльністю наукових співробітників відділу образотворчих мистецтв Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського. Т. Галькевич і О. Донець впорядковують каталог українського друкованого плаката, супроводжують його вступними текстами [15]. Зважаючи на очевидну диспропорцію великої кількості виданих українських творів і відсутності їх серйозного наукового опрацювання, така робота є вкрай важливою. Мета цієї статті – на матеріалах українського радянського плаката 1945–1989 рр. простежити особливості чоловічих образів українців і сформовані ними конотації щодо національної ідентичності.

Перш за все, варто вказати на своєрідний розподіл «ролей» в українському плакаті, де «Україна» чи «УРСР», як поняття жіночого роду, персоніфікуються у жіночих образах, а поняття «український народ» – за допомогою алегоричного чоловіка. Цей чоловічий образ представлений широко, однак не самостійно. Інколи в композиціях про «дружбу народів», а частіше – про дружбу з російським народом, алегорія українського народу є частиною ширшого політичного контексту. Подібно як для жіночої алегорії УРСР визначальними стали рядки першої строфи її гімну, образ українського народу ілюстрував текст другої строфи: «Нам завжди у битвах за долю народу / Був другом і братом російський народ». Тож основною причиною зображати персоніфікований український народ було засвідчення його ставлення до російського народу.

Кульмінація появи таких творів припала на 1954 р. – час святкування 300-ліття «возз'єднання України з Росією». І в українських, і в російських плакатах повторюється схожа схема. С. Єкельчик окреслює її так: «Ідеальний росіянин вищий за свого молодшого брата українця, на плече котрого він, як патрон, поклав свою ліву руку. Росіянин також репрезентує радянську модерність, одягаючи класичний костюм з краваткою, в той час як українець одягнений в «етнографічну» вишиту сорочку» [10, с. 156]. Зіставлення російської модерності й української екзотичності увиразнюється в композиціях, де дія відбувається на Красній площі. У плакаті Сергія Подерев'янського росіянин – упевнений господар столиці, українець – гість із провінції. Росіянин, хоч і стоїть позаду, є головним прапорonosцем, натомість українець – лише тимчасово до нього приєднується, захоплений і вдячний за таку можливість.

Ця ієрархія прочитується також у плакатах, виданих у Москві. Українець відрізняється від росіянина ростом, віком, позицією, жестом. Але навіть якщо жодна з цих ознак не виражена, вишита сорочка супроводжує українця завжди. Варто зазначити, що іконографія зображення росіянина з українцем сформувалася на початку радянської влади. Основні її складові бачимо у відомому творі Миколи Кочергіна 1920 р. «Товарищам українцям». Ця схема, як і багато інших у радянському плакаті, адаптувалася для усіх народів СРСР. Зрештою, за твердженням Б. Бутника-Сіверського, історія українського плаката починається з такої адаптації: «У липні 1918 року у Москві було видано плакат «Царь, поп и кулак» відразу десятьма мовами, в тому числі й українською. Цей плакат потрапив на Україну і був тут двічі перевиданий До плаката було внесено деякі зміни: куркуля-росіянина замінили на куркуля-українця. Так з'явився перший український радянський політичний плакат» [11, с. 1].

Алегоричне зображення українського і російського народів повторюється в радянському плакаті у різних композиційних схемах і різних техніках. Ідеологічні постулати щодо національного питання, а також співжиття українського і російського народів у СРСР модифікувалися, зміни центрального керівництва, а також керівництва партії в Києві впливали на подання цієї теми в офіційних документах, однак ієрархія алегоричних образів, в якій російський народ був на вершині, а український – був йому вдячний, не змінювалася до кінця 1980-х. Кілька прикладів за схожою схемою показують алегорії регіональної української ідентичності. Василь Мироненко в роботі 1945 р. зображає західноукраїнського селянина, вдячного Червоній армії за «визволення» та «возз'єднання». На плакаті Олександра Лопухова (який не випадково виданий 1954 р.) чоловік у гуцульському вбранні, який представляє «західні землі» України, дякує росіянину за допомогу. У цих творах образ українця-західняка можна відчитувати як алегорію певної території, але також як «типового» (за соцреалістичним каноном) представника народу.

За схожою схемою український чоловік представлений у плакатах-ілюстраціях першої статті Конституції УРСР: «Українська Радянська Соціалістична Республіка є соціалістична держава робітників і селян». На плакатах, де чоловіки зображені разом з жінками, чоловіки завжди виступають робітниками, а жінки уособлюють селян-

ство. Що ж відбувається, коли і робітник, і селянин є чоловіками? Робітник у нейтральному одязі постає лідером і наставником, тоді як селянин у вишитій сорочці – лояльним послідовником. Робітник показує шлях, тримає прапор, заохочує селянина. У плакатах Геннадія Тітова 1947 р., Івана Дзюбана 1956 р., подружжя Кудряшових 1956 р., Рема Багаутдінова, Олександра Семенка і Тимофія Лящука 1957 р. ця ієрархія є очевидною. При цьому, цікавою є семантична зміна вікової диференціації, адже на цих плакатах саме селянин зазвичай зображається старшим. Якщо старший вік росіянина порівнянно з молодшим українцем означав свідомість і прогресивний досвід, то старший селянин поруч з молодшим робітником – це застарілі традиції поруч з модернізацією і прогресом. Таким чином, у ролі «українця» чоловік виглядає молодшим за героя поруч, а у випадку «селянина» – старшим. У обох випадках саме «слабший» персонаж одягнений у вишиту сорочку і формує відповідну конотацію щодо національної ідентичності.

Ще одна група творів 1950-х рр. з аналогічною побудовою образів розповідає про колгоспників, які демонструють свої досягнення керівництву місцевого рівня – бригадиру, голові колгоспу, партійним працівникам. Персонажі у вишитих сорочках звітують перед людьми в костюмах без національних ознак. Розлогі тексти, характерні для пізньосталінського періоду, розповідають, що ці керівники є земляками, часто односельчанами простих колгоспників. Але разом з кар'єрним зростанням вони позбуваються вишитої сорочки як візуальної ознаки селянства, натомість отримують атрибути влади – папку з документами, записну книжку чи блокнот. Важливим тут є наголос на «вченості» керівника, який здатний планувати і бачити ширшу картину.

Що вище піднімається колгоспник в ієрархії влади, нагороджується орденами, обирається до Верховної Ради і стає відомим, то більше його образ використовується як символ. У ролі героя праці і чоловіки, і жінки отримують нове ідеологічне завдання – свідчити про своє селянське коріння і зберігати зв'язок з простим народом. Для цього їх знову зображають у вишитих сорочках, котрі символізують не так національне, як соціальне походження. Займаючи високі посади, вони, на відміну від згаданих вже керівників, демонструють не владу, а визнання (у вигляді орденів і медалей). У такому образі вони служать рольовими моделями для колгоспників, показують можливості кар'єрного зростання,

а також поширюють уявлення про владу як простих людей. На фоні позаду чоловіка можуть зображатися жінки в праці, але й сам герой не цурається простої роботи – хоч у святковому одязі, він тримає кошик з кукурудзою чи складає буряки. На початку 1960-х рр. плакати, які зображають героїв праці, перетворюються на монументальні портрети, де, крім голови героя, вміщається лише фрагмент вишитої сорочки та елементи місцевого пейзажу. Очевидно, така зміна пов'язана з появою телебачення, завдяки якому обличчя відомих українців стали впізнаваними.

Ще один варіант кар'єрного зростання для молодого селянина в українському радянському плакаті (особливо другої половини 1940-х – 1950-х рр.) – покинути село й стати робітником. Кампанії із залучення молоді до індустріалізації країни показують юнаків-селян у вишитих сорочках, які обирають або вже обрали робітничу професію і вирушають на «будови країни». Вони поступово позбуваються «зайвих» елементів національного костюма, переодягаючись у робочий одяг. Але вишита сорочка, що вказує на їхнє походження, залишається навіть після переїзду на нове місце праці. Орнамент вишивки доволі екзотично (навмисно) визирає з-під спецодягу будівельника і навіть сталевара. Приклади перетворення селян на робітників, що супроводжували індустріалізацію й урбанізацію, були важливими в контексті пропаганди марксистської ідеології. Адже селяни і робітники – це не просто два соціальні класи, а щаблі еволюції, де селяни стають робітниками.

Повертаючись до образу лояльного українця, зазначимо, що в радянському плакаті він з'являється не лише у зіставленні з росіянином чи з робітником. У роботі Олександра Ворони 1957 р. він демонструє відданість «владі рад», у Ернеста Коткова та Віктора Яланського 1954 р., а також Віталія Бахіна 1970 р. – символіці СРСР, у подружжя Кудряшових 1955 р. – «марксистсько-ленінській теорії» (Лл. 1). Присутність прапора, герба, портретів вождів додає українцеві відповідальності та завзяття, підносить зображений момент над буденністю й уподібнює його до складання присяги чи виконання почесного (священного) обов'язку. «Релігія лояльності» та «нечуваний сервілізм» українців, які, за словами М. Міхновського, виникли зі страху перед стражданнями та прикрощами, яскраво виражається у таких образах [7, с. 26].

Для прочитання образу українця у радянському плакаті корисною є класифікація А. Каппелера. Досліджуючи питання лояльності

українців у Російській імперії XIX ст., автор виділяє три групи: «мазепинці», «малороси», «хохли», де перші були найбільш опозиційні, другі – найбільш лояльні та інтегровані в імперські структури, а треті – примітивні, хоч і колоритні [8]. Радянська візуальна пропаганда у своєму трактуванні українця як об'єкта загалом продовжувала цю лінію, а наведені приклади відданих громадян підпадають під категорію «малоросів».

Окрім ритуального засвідчення лояльності символам, «малоросійська» відданість репрезентується у кількох інших образах. Насамперед, це українець-керівник нижчого рівня або представник державної чи партійної влади. Він розуміє стратегію країни, знає актуальні настанови партії та втілює їх на місцевому рівні. Такими керівниками є майже винятково чоловіки, вони роз'яснюють, закликають, контролюють, натомість виконавцями частіше зображаються жінки. Інший образ – це простий громадянин, хоч не здатний на виняткові дії, але свідомий, відгукується на заклик партії та робить мінімальний внесок у загальну справу. Такі українці рекламують державні позики, послуги ощадкас, закликають ставати членами добровільних товариств. Їхня «простота» повинна викликати довіру в народі та збільшити активність громадян. Ще один образ лояльного українця – це чоловік (добрий товариш, сім'янин), який вийшов на урочисту демонстрацію. Своім національним одягом він підкреслює важливість цього дня як великого свята, допомагаючи впровадити його серед народу. Найменше лояльності, натомість більше впевненості та гідності виражає українець, зображений у праці без зіставлення з державною символікою та без згадки про додаткові громадянські обов'язки. Більшу вагу тут мають професійні характеристики та впізнавані атрибути. У цьому останньому образі, де українець зосереджений на своїй роботі, а не на звітуванні чи засвідченні лояльності, «малоросійство» проявляється найменше (чи не проявляється взагалі), але загалом український чоловік, зображений у праці, набагато рідше за жінку національно ідентифікується.

В українському радянському плакаті велику кількість чоловічих образів можна охарактеризувати за А. Каппелером як «хохлів». Це веселі, безтурботні, професійно неозначені українці, які займаються народними промислами та масовою художньою самодіяльністю. Вони зображаються на сцені як учасники численних фестивалів, конкурсів, оглядів, творчих звітів, святкувань. Інші уособлюють

слабкі риси національного характеру, ілюструють негативні явища в суспільстві та стають об'єктом висміювання чи критики. У другому випадку налаштування щодо героїв є доволі поблажливим, критика подається у жартівливому вигляді (на відміну від персонажів, які окреслюються ворогами чи злочинцями). Ледарі, нероби, безвідповідальні та хвалькуваті колгоспники та їхні керівники з карикатурно спотвореними рисами обличчя та фігури одягнені у вишиванки характерні для українського радянського плаката 1960-х рр. (Іл. 2).

За своїми ролями й статусом – це ті самі персонажі, що в попередніх прикладах. Проте брак громадянської свідомості, податливість на спокуси та інші слабкості позбавляють їх статусу «малоросів» і переводить до «хохлів». (Цікаво, що подібних насмішок над жінками і карикатурних жіночих образів, які б візуально ідентифікувалися як українки, майже не зустрічається). Щодо сценічних образів, то найяскравіше ці характеристики проявляються в естрадних плакатах до вечорів гумору та цирковому плакаті. Зокрема, герої «Галушка і Часник» кілька десятиліть повторюють популярну стилістичну конструкцію твору О. Корнійчука, а в цирку жартівливі образи створюють клоуни з елементами національного костюма. Барвисто вдягнені артисти, які танцюють і співають на сцені, рекламують конкретні події чи закликають передплачувати періодику, формували стереотипне уявлення про візуальну репрезентацію українців.

Упродовж всього досліджуваного періоду в українському плакаті з'являється образ козака. Як показує О. Гриценко, козацтво – це історична епоха, яка стала частиною популярної культури українців. Від початку ХХ ст., коли «мало не всі воєнізовані чи спортивні національні організації у своїй назві, атрибутиці, термінології, структурах управління неодмінно наслідували козачину», в масовій свідомості поняття української нації та козацтва стали майже синонімами [6, с. 288, 296]. У радянській іконографії образ українця-козака віддзеркалював цю популярну культуру у формі веселих бутафорних постановок. Танцювальні ансамблі, циркові постановки, балет на льоду у своїх рекламних плакатах показують життєрадісних козаків у шароварах і шапці зі шликом. Сценічний контекст дозволяв також використання (і зображення) зброї – списи й шаблі є тут елементами хореографії.

Серйозніший, не бутафорний образ озброєного козака міг з'яви-

тися лише у зв'язку з подіями Жовтневої революції. Підкреслюючи відгук українців на дії більшовиків, автори зображають їх у боротьбі за владу Рад. Показовим тут є плакат Тимофія Лящука 1966 р. «Червоне козацтво», присвячений однойменному збройному формуванню 1918 р. (Іл. 3). Виданий тиражем 37 тис. 1967 р. у рамках відзначення 50-ліття Жовтня, він представляє козака не лише як учасника конкретних подій, а як уособлення добра в боротьбі зі злом. На обговоренні виставки українського плаката в січні 1969 р. ця робота викликала доволі гостру дискусію. Прикметно, що вона жодним чином не була пов'язана з глорифікацією українця-козака, а стосувалася лише відверто релігійної іконографії. Основний доповідач, авторитетний критик Л. Владич, зауважив: «В плакатах перших років існування Радянської влади значного поширення набув образ червоноармійця у вигляді Георгія Побідоносця (в українській міфології – Юрія Змієборця). Тоді це було виправдано: переважна більшість простого народу, до якого насамперед зверталися з агітаційними творами художники, виховувалися на «святому» писанні і його образна мова була близька, зрозуміла. Сучасному ж глядачеві, зокрема, молодому треба розтлумачувати, хто такий Георгій Побідоносець. Отже невиправданим є досить часте звернення до цього образу...» [16, арк. 10–11]. Отримати таку оцінку на офіційному заході в той час було небезпечно, тому присутній автор (на той час уже викладач художнього інституту) змушений був негайно захищатися: «Цей образ сидить у свідомості нашого людства і є дуже зрозумілим символом, бо ми не відкидаємо такий вираз, як священна війна» [17, арк. 82]. Ані мистецтвознавець-критик, ані автор не сумніваються в тому, що «у свідомості сидить» образ козака, контроверсійним було тільки його порівняння зі святим воїном.

Окрім сценічного та революційного образу козака як позитивного героя, він також використовувався для означення ворогів радянської влади. За наведеною класифікацією А. Каппелера, це «мазепинці», а в пізніших версіях – «націоналісти» чи «бандерівці». Багато таких зображень можна зустріти в українській радянській карикатурі (яка тут не розглядається), але кілька прикладів знаходимо в плакаті. Намальовані у відповідній стилістиці, ці «козаки» у шапках з тризубами переважно приєднуються до «фашистів», «імперіалістів» та інших антагоністів СРСР. Завдання ідентифікувати українського націоналіста автори виконують за допомогою

впізнаваного елемента костюма (тризуб є зазвичай дрібним і не таким читабельним).

Наприкінці 1980-х, у контексті зрушень «перебудови», з'являється кілька протилежних прикладів, де вже радянська держава змальовується ворожою до українців. Український народ, його культуру тут знову уособлюють козаки. Щоправда, чоловіки-козаки не показують ані геройства, ані веселощів, а лише страждають від дій влади. Георгій Шевцов 1989 р. звертається до поста-ті козака-мамая, який змушений збирати гроші «на культуру». Традиційний медитативний образ перетворюється тут на образ жебрака. У плакаті Валерія Побоківа, а також колективній роботі Олександра Лекомцева, Олега Стайкова та Євгена Морозовського козаки є жертвами радіаційного забруднення. В усіх прикладах, характерних для того часу, автори використовують семантичні перетворення, а козаки уособлюють Україну чи її культуру. Цей період тривав усього кілька років, оскільки паралельно на хвилі національного відродження вже йшла підготовка до масштабного святкування 500-ліття українського козацтва (1990 р.). У зв'язку із цим зростає інтерес до козацької історії, а зображальні козацькі мотиви почали вживатися для відстоювання права на національну окремність [18].

В українському радянському плакаті 1945–1989 рр. позначення чоловіків як українців майже в усіх випадках відбувалося за допомогою елементів костюма. Соціальні ролі уточнюють характеристики національного образу, які найяскравіше проявляються у протиставленнях: лідерство – підпорядкування, сила – слабкість, минуле – майбутнє. Образи українців – це здебільшого алегорії, які втілюють уявлення про ідеальних представників суспільства. Реальні особи якщо й присутні, перетворюються на рольові моделі для наслідування. Період 1945–1989 рр. був неоднорідний щодо представлення національно ідентифікованих образів. І в УРСР, і в інших республіках спостерігається поступове зменшення кількості зображень чоловіків, яких візуально можна розпізнати як українців. Радянський плакат пізньосталінського часу, з його відданістю соцреалістичній настанові «національної форми» та скрупульозністю у відображенні деталей показує українців у натуралістично змальованих народних костюмах. Хрущовський період позначився особливою популярністю сільськогосподарського плаката, де виши-та сорочка присутня у зображенні будь-якої роботи. Таке вбрання

стало також символічним вираженням «народності» влади, зв'язку з простими людьми керівника. Упродовж 1970–1980-х рр. сільсько-господарських плакатів видають менше, а селяни-колгоспники зображені у звичайному робочому одязі. У цьому сенсі їхні образи стають більш реалістичні, але водночас і безнаціональні, відповідаючи тезам про єдиний «радянський народ». У чоловіків ця зміна відбувається швидше, у жінок – повільніше, але до кінця 1980-х рр. більшість українських плакатів можна національно окреслити лише за мовою тексту.

1. Fletcher A. *Allegory. The Theory of a Symbolic Mode*. Ithaca, NY : Cornell University Press, 1964. 418 p.
2. Anderson B. *Imagined Communities*. London : Verso, 1983. 240 p.
3. Нейджел Дж. Маскулінність і націоналізм: гендер і сексуальність у творенні нації. *Гендерний підхід: історія, культура, суспільство* / під ред. Ліліани Гентош, Оксани Кісь. Львів : ВНТЛ-Класика, 2003. С. 182–204.
4. Enloe C. *Ethnic Soldiers. Ethnicity* / edited by John Hutchinson and Anthony D. Smith. Oxford : Oxford University Press, 1996. P. 282–285.
5. Лисяк-Рудницький І. Дослідження з козацької історії. *Історичні Есе*. Т. 1. Київ : Основи, 1994. С. 53–61.
6. Гриценко О. Козацтво. *Нариси української популярної культури*. Київ : Український центр культурних досліджень, 1998. С. 287–305.
7. Міхновський М. Самостійна Україна / вступ. слово В. Шаяна. Лондон : СУБ, 1967. 32 с.
8. Kappeler A. Mazepintsy, Malorossy, Khokhly: Ukrainians in the Ethnic Hierarchy of the Russian Empire. *Culture, nation, and identity: The Ukrainian-Russian encounter, 1600-1945*. Edmonton : Canadian Institute of Ukrainian Studies. University of Alberta, 2003. P. 162–181.
9. Grabowicz G. Between Subversion and Self-Assertion: The Role of Kotliarevshchyna in Russian-Ukrainian Literary Relations. *Culture, nation, and identity: The Ukrainian-Russian encounter, 1600-1945*. Edmonton : Canadian Institute of Ukrainian Studies. University of Alberta, 2003. P. 215–228.
10. Yekelchyk S. *Stalin's Empire of Memory: Russian-Ukrainian Relations in the Soviet Historical Imagination*. Toronto, Buffalo, London : University of Toronto Press, 2004. 231 p.
11. Український радянський плакат / упоряди. : Б. Бутник-Сіверський, А. Кожухов. Київ : Державне видавництво образотворчого мистецтва

- і музичної літератури, 1957. 15 с., 157 с. іл.
12. Український радянський плакат : альбом / автор вступної статті та упорядник М. О. Склярська. Київ : Мистецтво, 1971. 127 с.
 13. Український політичний плакат : альбом / авт.-упоряд. Л. В. Владич. Київ : Політвидав України, 1981. 119 с.
 14. Владич Л. Майстри плаката. Творчі портрети українських радянських художників-плакатистів. Київ : Мистецтво, 1989. 185 с.
 15. Галькевич Т., Донець О. Український друкований плакат 1950–1964 років з фондів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського : каталог. Вип. 1. Київ, 2014. 424 с.
 16. Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України (ЦДАМЛМ України). Ф. 581. Національна спілка художників України. Оп. 1. Спр. 1550. Выступление от 27 января 1969 года кандидата искусствоведения т. Владича на обсуждении выставки украинского плаката. 21 арк.
 17. ЦДАМЛМ України. Ф. 581. Національна спілка художників України. Оп. 1. Спр. 1549. Стенограмма от 27 января 1969 года обсуждения выставки украинского плаката. 118 арк.
 18. Sysyn F. The Reemergence of the Ukrainian Nation and Cossack Mythology. *Social Research*, Vol. 58, No. 4, Nationalism in Central and Eastern Europe (WINTER 1991), pp. 845–864.

Referenses

1. Fletcher, A. (1964). *Allegory. The Theory of a Symbolic Mode*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
2. Anderson, B. (1983). *Imagined Communities*. London: Verso.
3. Nagel, J. (2003). Masculinity and nationalism: gender and sexuality in the making of nations [Maskulinnist i natsionalizm: gender i seksualnist u tvorenni natsii.]. *Gendernyi pidkhid: istoriia, kultura, suspilstvo – Gender approach: history, culture, society*. Liliany Hentosh, Oksany Kis (Eds.). Lviv: VNTL-Klasyka. [In Ukrainian].
4. Enloe, C. (1996). Ethnic Soldiers. In *Ethnicity* (Edited by John Hutchinson and Anthony D. Smith). Oxford: Oxford University Press.
5. Lysiak-Rudnytskyi, I. (1994). Doslidzhennia z kozatskoï istorii [Studies from the Cossack History]. *Istorychni Ese – Historical Essays*. (Vol. 1). Kyiv: Osnovy. [In Ukrainian].
6. Hrytsenko, O. (1998). Kozatstvo [Cossackhood]. *Narysy ukrainskoi populiarnoi kultury – Essays on Ukrainian Popular Culture*. Kyiv: Ukrainian Center of Cultural Research. [In Ukrainian].

7. Mikhnovskiy M. (1967). V. Shayan (Introduction). *Samostiyna Ukraina*. London: SUB. [In Ukrainian].
8. Kappeler, A. (2003). Mazepintsy, Malorossy, Khokhly: Ukrainians in the Ethnic Hierarchy of the Russian Empire. *Culture, nation, and identity: The Ukrainian-Russian encounter, 1600–1945*. Edmonton: Canadian Institute of Ukrainian Studies. University of Alberta.
9. Grabowicz, G. (2003). Between Subversion and Self-Assertion: The Role of Kotliarevshchyna in Russian-Ukrainian Literary Relations. In: *Culture, nation, and identity: The Ukrainian-Russian encounter, 1600–1945*. Edmonton: Canadian Institute of Ukrainian Studies. University of Alberta.
10. Yekelchuk, S. (2004). *Stalin's Empire of Memory: Russian-Ukrainian Relations in the Soviet Historical Imagination*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.
11. Butnyk-Siversky, B. Kozhuhov, A. (Eds.). (1957). *Ukrainskyi radianskyi plakat* [Ukrainian Soviet Poster]. Kyiv: State Publishing House of Fine Art and Music Literature. [In Ukrainian].
12. Skliarska, M. (Introduction and editing). (1971). *Ukrainskyi radianskyi plakat* [Ukrainian Soviet Poster]. Album. Kyiv: Mystetstvo. [In Ukrainian].
13. Vladych, L. (Ed). (1981). *Ukrayinskyi politychnyi plakat* [Ukrainian political poster]. Kyiv: Polityvydav Ukrayiny. [In Ukrainian].
14. Vladych, L. (1989). *Maistry plakata. Tvorchy portrety ukrayinskykh radianskykh hudozhnykiv-plakatystiv* [Masters of poster. Creative portraits of Soviet Ukrainian poster artists]. Kyiv: Mystetstvo. [In Ukrainian].
15. Halkevych, T. Donets, O. (2014). *Ukrayinskyi drukovanyi plakat 1950—1964 z fondiv Natsionalnoyi biblioteky Ukrayiny imeni V. I. Vernadskoho: kat. Vyp. 1* [Ukrainian Printed Poster 1950—1964 from the Vernadsky National Library of Ukraine: catalogue, Issue 1]. Kyiv: Vernadsky National Library of Ukraine. [In Ukrainian].
16. Vladych, L. (January 27, 1969). *Typescript of a speech at the discussion on the Ukrainian posters exhibition*. Archives of the National Union of Artists of Ukraine (Folder. 581, Description 1. File 1550). Central State Archive-Museum of Literature and Art of Ukraine. [In Ukrainian].
17. *Typescript of a speech at the discussion on the Ukrainian posters exhibition*. (1969). Archives of the National Union of Artists of Ukraine (Folder. 581, Description 1. File 1549). Central State Archive-Museum of Literature and Art of Ukraine. [In Ukrainian and Russian].
18. Sysyn, F. (1991). The Reemergence of the Ukrainian Nation and Cossack Mythology. *Social Research*, (Vol. 58), 4, *Nationalism in Central and Eastern Europe*.

ANNOTATION

Vasyl Kosiv. Male Ukrainian Images in the Soviet Ukrainian Posters of 1945–1989. The implementation of the socialist realism formula “national in form, socialist in content” in the Soviet Ukrainian poster art was quite special. Since the artistic “form” (composition, stylistics, individual manners and techniques) was similar all over the Soviet Union, the national aspect of the posters was communicated with the images of Ukrainians, which were differentiated by their outfit. A Ukrainian man appears in the embroidered shirt as a personified allegory of the people, a collective image of a worker, and a concrete person, usually a hero of the socialist labor.

The Soviet Ukrainian poster, though reproduced in albums and exhibitions’ catalogs, is represented mainly by works of narrow subject matter, while their description is largely confined to short essays of a journalistic nature. It is difficult to find other examples where so numerous and mass-distributed artworks have received so little attention from researchers. Based on the materials of the Soviet Ukrainian poster of 1945–1989, this article traces the peculiarities of male Ukrainian images as they shape messages about national identity.

In the Soviet Ukrainian posters, Ukraine (or the Ukrainian Soviet Socialist Republic) was personified with female images, while the male allegories illustrated the idea of “Ukrainian people”. Such male images appeared quite often, but they were not alone on the posters. In the compositions about the friendship of the peoples of the USSR or the friendship with the Russian people, the allegory of the Ukrainian people is part of a broader political context. The image of the Ukrainian people illustrated the text of the second verse of the Ukrainian SSR hymn: “In the battles for the fate of the people, Russian people was always our friend and brother”. Therefore, the main reason for representing the personified Ukrainian people was a testimony of his loyalty to the Russian people. The culmination of such visual messages was in 1954 – the time of celebration of the 300th anniversary of the “reunification of Ukraine with Russia”. Both the Ukrainian and Russian posters repeated the same iconography, where the Russian is a senior leader, and the Ukrainian is a grateful younger follower.

A similar scheme is applied in the posters that illustrate the first article of the Constitution of the Ukrainian SSR: “The Ukrainian Soviet Socialist Republic is a socialist state of workers and peasants”. A worker in neutral clothes is a leader and mentor, while a peasant in the embroidered shirt is a loyal follower. The worker shows the way, holds the flag, encourages the peasant. It is interesting to trace the age differentiation, as the peasant is usually older than the worker.

While the elder Russian meant consciousness and progressive experience, the elder peasant together with the younger worker represents outdated tradition versus modernization and progress. Thus, in the role of “Ukrainian”, the man looks younger, and in the role of a “peasant” – the elder. In both cases, “weaker” character is dressed in the embroidered shirt and forms a particular connotation about national identity.

To read the image of a Ukrainian man in the Soviet poster, the classification of A. Kappeler is used, which shows that Ukrainians in the Russian Empire of the nineteenth century were called “Mazepintsy”, “Malorossy”, and “Khokhly”. “Maloros” is a Ukrainian manager of a lower level, state or party authority. He understands the strategy of the country, knows the latest instructions of the party and embodies them at the local level. Such leaders are almost exclusively men, they manage and control. The other image is a simple citizen, although not capable of exceptional actions, he responds to the party’s call and makes his contribution to the general affair. “Khokhly” are funny, careless, professionally undefined Ukrainians who are engaged in folk crafts and mass artistic amateur performances. They are shown on stage as participants of numerous festivals, contests, reviews, creative reports, celebrations. Other versions of “Khokhly” represent weaknesses, illustrate negative examples and become objects of mockery or criticism. Their roles and social status are the same as in the previous examples. However, the lack of civic consciousness deprive them of the status of the “Malorossy” and transforms them into “Khokhly”.

The image of a Cossack in the Ukrainian poster most often appears in the context of funny shows. Visual communication of dance groups, circus performances, a ballet on ice show performers in Cossack costumes. The scene context allowed the use of weapons – spears and swords are the elements of choreography. More serious image of an armed Cossack could appear only in the connection with October Revolution. Poster artists emphasized on the support Ukrainians provided to the Bolsheviks, so Cossacks fight for the Soviets on the posters. “Mazepintsy” (that became “nationalists” or “Banderites” later) are also depicted as Cossacks, joining “fascists”, “imperialists” and other antagonists of the USSR. In the late 1980s, there were several examples of switching the roles. The Cossack allegories of the Ukrainian people are represented as victims of the Soviet State, suffering from Chornobyl and lack of financial support from the center.

In the Ukrainian Soviet poster of 1945–1989, the Ukrainian men were signified with the national costume. Their social roles specified the characteristics of the national image, which are emphasized in antitheses:

village – city, leadership – subordination, past – future. The images of Ukrainians are, in most cases, allegories that embody the idea of typical representatives of society. Real persons, if present, turn into role models for imitation.

Key words: Soviet Ukrainian posters of 1945–1989, male Ukrainian images, national identity.

АННОТАЦИЯ

Василий Косив. Мужские образы украинцев в плакате УССР 1945–1989 гг. На материалах украинского советского плаката 1945–1989 гг. прослежены особенности мужских образов украинцев и сформированные ими коннотации по поводу национальной идентичности. Образы мужчин-украинцев на плакатах классифицированы (по А. Каппелеру) как «мазепинцы», «малороссы» и «хохлы». Первые изображались в роли врагов СССР, другие, наиболее многочисленные, представляли образцовых и лояльных к власти украинцев, третьи – веселых участников художественной самодеятельности и отдельных несознательных граждан. Образ казака как олицетворение украинского народа появляется в контексте рассказов об Октябрьской революции, бутафорских сценических постановок, а в конце 1980-х гг. превращается в жертву советской власти. Образы украинцев – это в основном аллегории, которые воплощают представление о типичных представителях общества. Выяснено, что обозначения мужчин как украинцев происходило с помощью вышитой рубашки, а распределение социальных ролей уточняло характеристики национального образа. Наиболее ярко это проявляется в противопоставлениях: деревня – город, лидерство – подчинение, прошлое – будущее, где именно «слабый» персонаж одет в вышитую рубашку и формирует соответствующие стереотипы относительно национальной идентичности.

Ключевые слова: украинский советский плакат 1945–1989 гг., мужские образы украинцев, национальная идентичность



Іл. 1. Євген Кудряшов, Клавдія Кудряшова. Плакат. Київ, 1955 р.



Іл. 2. Ганна Горобієвська. Плакат. Київ, 1961 р.



Іл. 3. Тимофій Ляшук. Плакат. Київ, 1967 р.