

subculture; defined subculture principal features of virtual communities. Paid particular attention to the characteristics of the Internet as a business user a virtual subculture community, its important characteristics – language and non-verbal means of communication that are important in real and virtual space. Also in the article the environment of the Internet as one of the important areas of personal fulfillment. Deals with the linguistic aspects of virtual communication virtual communities that are important for describing features subculture virtual community. It is noted that one of the important aspects of building structures subculture virtual community is the study of motivational regulation subject virtual communication. However, under the motivation to be understood that for which a person performs a particular activity. The article stated that the participation of young people in various subcultures creates objective conditions for providing and maintaining the integrity of the dynamics of cultural systems and to harmonize the conditions of social and cultural integration and individual self-identity.

Key words: *subculture, virtual reality, virtual community, communication, virtual culture.*

УДК 316.722(47+57)“192/193”(045)

Д. С. Воронік

КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ «РОБІТНИКА» В ПЛАКАТНОМУ МИСТЕЦТВІ СРСР В 1920–1930-Х РР.

У статті розглядаються особливості візуального конструювання образу «робітника» в політичному плакаті СРСР в 1920–1930-х рр. Простежується еволюція даного образу та її основні етапи. Аналізуються візуальні прийоми та засоби, які використовували радянські митці. Акцентується увага на зв'язку даного образу з політичними завданнями, що їх ставило радянське керівництво.

Ключові слова: *плакат, візуальний образ, культурний герой, робітник, коваль, СРСР, ідеологія.*

Будь – яка революція потребує героїв. Жовтнева революція 1917 р. не була виключенням. Митці, письменники та кінематографісти, активно взяли до справи створення «нових революційних героїв». Вони мали вирішити одразу дві проблеми: по-перше, виробити образи, з якими б населення могло ідентифікувати себе в новій політичній та соціокультурній дійсності, по – друге, створити ідеал для наслідування. Якщо вдатись до теорії архетипів К. Юнга, в радянському міфі центральне місце займав архетип героя. Таким героєм став робітник. Даний образ найбільш широко був представлений в плакатному мистецтві. В країні, де більшість населення було малограмотним, використання плакатних образів було дуже ефективним засобом впливу.

Основні поняття та характеристики міжвоєнної радянської культури визначив у своїй, вже класичній, праці В. Паперний [10]. Він акцентував увагу на змінах в «культурі один» (яка, на його думку, охоплювала 1920-і рр.) та «культурі два» (1930-і рр.), на які ми будемо спиратись в даній статті. В питанні вивчення особливостей поняття та характеристик культурного героя ми будемо орієнтуватись на праці радянського дослідника міфологічних традицій Є. Мелетинського та сучасних

російських дослідників Є. Іванової та О. Фанталова [7; 5; 12]. Німецький дослідник Х. Гюнтер проаналізував основні архетипи радянської культури, зосередивши свою увагу на 1930-х рр. [3]. Різних аспектів «радянського героїзму» торкалась в своїй роботі американська дослідниця К. Кларк [6]. Проблематику радянської ідентичності, на матеріалі радянського плакатного мистецтва, вивчали російські дослідники М. Ніколаєва та В. Міхайлін з Г. Беляєвою [9; 8]. Найбільш повно питання створення образу робітника в радянському плакаті висвітлила американська дослідниця В. Боннелл [1].

Не дивлячись на те, що проблематику образу робітника в радянському мистецтві зазначеного періоду вивчали досить докладно, дослідники майже не акцентували увагу на прототипах даного образу, а також на етапах його еволюції. В даній статті зосереджується увага на тому, що радянський робітник в зазначений період був «культурним героєм». Без дослідження цих аспектів неможливо виробити цілісного розуміння проблеми. Актуальність обумовлюється ще й тим, що при розгляді еволюції образів робітника в культурі засобами радянського плакатного мистецтва виявляється складна комунікативна природа всієї системи ідеологічного проектування. Крім того, в сучасній культурі та пропаганді досі використовуються різноманітні візуальні образи. Вивчення радянського досвіду може допомогти зрозуміти методи формування візуальних образів та їх пропагандистське використання.

Мета даної статі полягає в намаганні проаналізувати образ робітника в плакатному мистецтві СРСР в 1920–1930-х рр. Для цього потрібно вирішити такі завдання: а) дослідити причини використання радянськими митцями образу робітника в плакатному мистецтві СРСР, як центрального в радянському візуальному дискурсі в 1920-х рр.; б) визначити витoki даного образу, простежити його еволюцію, виділити її основні етапи; в) дослідити причини зникнення образу робітника, як центрального в сер. 1930-х рр.

В ході дослідження були опрацьовані доступні в електронному виді плакати на сайтах: <http://www.russianposter.ru/>, <http://www.redavantgarde.com> (колекція радянського політичного плакату Серго Григоряна) та <http://library.duke.edu/> (бібліотека університету Д'юка (США)).

Після 1917 р. за підтримки і під керівництвом Володимира Леніна та народного комісара просвітництва Анатолія Луначарського члени партії прийшли до розуміння того, що створення, користуючись терміном Еріка Гобсбава, «винайдених традицій» [2] (маються на увазі культурні практики різного характеру, які ставили за мету легітимізувати інституції та виразити належність до спільноти) – ключовий аспект компанії, метою якої було викликати суспільний інтерес, створити нові ідеї та привити лояльність населенню.

Радянські ідеологи в 1920–1930-х рр. відзначались намаганням створити новий історичний наратив. Проте цей наратив спирався на міфологічні структури. Тому радянську культуру даного періоду можна описати, як процес актуалізації відповідних міфічних чи фольклорних героїв та тем.

Згідно з більшовицьким наративом, окремі герої мали підготувати шлях «колективному герою» – пролетаріату. Риторика партії та пропаганда ранніх років, з постійним акцентом на пролетарську сутність революції та диктатуру пролетаріату, очевидно закріпляла головне місце за робітником. Саме образ робітника мав стати одним з маркерів нової радянської ідентичності. Радянську ідентичність ми будемо розуміти, як належність до нової спільноти, основні ознаки якої втілювались в «радянських ідеалах», які, в свою чергу, вибудовувались в системі бінарних опозицій: «старе – нове», «індивідуальне – масове», «патріархальне – урбаністичне», «відстале –

прогресивне» [9, с. 20–21]. Робітник мав стати уособленням даних ідеалів та протистояти ідеалам «старого світу».

В країні де в 1920 р. 85 % населення склали селяни, характерні ознаки «робітничого класу» для багатьох ідеологів викликали складнощі [1, с. 185]. Митці намагались віднайти такий плакатний образ, який би відповідав «радянським ідеалам», про які вже зазначалось вище. Радянські ідеологи та митці, ставлячи собі за мету створити зрозумілий населенню образ робітника, який би символізував весь пролетаріат, активно звертались у своїх пошуках до архаїчних культурних героїв, актуалізуючи їх.

Концепт «культурного героя» різними дослідниками визначався неоднаково. Найбільш поширеним є класичне визначення, дане відомим радянським дослідником Є. Мелетинським: «Культурний герой – міфічний персонаж, який добуває чи створює для людей різноманітні предмети культури, вчить їх мисливським прийомам, ремеслам, мистецтвам, створює соціальну організацію... ритуали, свята» [7]. Дослідники виділяють кілька ролей культурного героя. Не вдаючись до аналізу всіх, ми акцентуємо увагу на тих двох ролях, які, на нашу думку, поєднував в собі робітник. Перша – культурний герой – деміург, а друга – культурний герой – рятувальник [5, с. 32–33]. Проаналізуємо дані категорії. Культурні герої-деміурги виготовляють культурні та природні об'єкти за допомогою гончарних інструментів. Пізніше вони виступають борцями з чудовиськами, з демонічними силами природи, з Хаосом. Вони створюють світ та гармонію, першопорядок тощо [7]. Культурний герой – рятувальник виступає, як прихильник Добра в останній битві із Злом, щоб потім зруйнувати «старий світ» та ствердити «новий», гармонійний, з новими цінностями тощо (таким є, наприклад, Бальдр в скандинавській міфології) [5, с. 33]. Ми будемо виходити з тези, що героя характеризує співвідношення «вічних», міфічних смислів та «актуальних». Саме таким чином ми й будемо розглядати специфіку образу «робітника».

На плакаті радянського митця Бориса Зворикіна «Боротьба червоного лицаря з темною силою» (1919 р.) «червоним лицарем» виступає коваль. Ми це можемо зрозуміти за молотом, який тримає в своїй правій руці робітник та за шкіряним фартухом. Він бореться з «темною силою» представлено лицарями в європейських обладунках. Таким чином, на даному плакаті, відбувається протиставлення образів слов'янського фольклору з західноєвропейською класикою. На плакаті 1918 г. «Рік пролетарської диктатури» (О. Апсіт) можна побачити дві головні фігури, які власне і репрезентують два основні класи, через які населення й сприймало «своїх»: робітника та селянина. Робітник також зображено ковалем. Образ коваля став центральним для зображення робітника на плакатах в 1920-і рр. Але чому саме коваль?

Ще в 1918 р., коли більшовицька система образів колективних героїв революції тільки починала формуватись, було прийнято першу офіційну емблему: схрещений серп та молот всередині червоної зірки. На думку радянського дослідника В. Толстого прийняття молота в якості символу робітничого класу повинно було сприяти використанню образу коваля [1, с. 189]. Таким чином два маркери, які визначали радянську ідентичність, поєднувались.

Більш того коваль займав значне місце, як в античній міфології, так і в слов'янському фольклорі. Згадаймо, що Гефест був, за визначення, Є. Мелетинського, «чудесним ковалем», героєм – деміургом, який виконував нові знаряддя праці [7]. В слов'янському фольклорі коваль також функціонував, як культурний герой і мав особливе значення. Ковальська справа у слов'ян вважалась мистецтвом, пов'язаним з надприродними вміннями й знаннями. Саме коваль заковував чорта в кайдани. Міфологічний персонаж під ім'ям Кузьмодем'яна (назва даного фольклорного

персонажа пов'язана з іменами християнських святих Кузьми й Дем'яна) виконував роль захисника шлюбу, а в українській казці він переміг великого Змія та проорав на ньому борозну до Чорного моря [12].

Цей образ активно експлуатувався і в XIX ст. і в часи громадянської війни. Коваль мав риси дієвого героя. Він завжди асоціювався з молотом, яким міг розбити окупи «старого світу» й відкрити шлях до нового. Так, існувала вельми популярна пісня «Мы – кузнецы» (створена в 1912 р. фабричним робітником Філіпом Шкулевім), яка виконувалась в часи громадянської війни. Вона поєднувала в собі народну міфологію та політичну ідеологію. Коваль мав кувати «новий світ» та, як співалось у згаданій вже пісні, «счастия ключи»:

Мы – кузнецы, и дух наш молод,
Куем мы счастья ключи.
Вздымайся выше, наш тяжкий молот,
В стальную грудь сильней стучи, стучи, стучи!
Мы светлый путь куем народу,
Свободный путь для всех куем,
И за желанную свободу
Мы все боролись и умрем, умрем, умрем!...

З усіх типів робітників, як зауважує сучасна американська дослідниця В. Боннелл, не пов'язаних з сільською працею, коваль може вважатися практично універсальним образом: «слово «коваль» вживалося в різних контекстах: сільському та міському, ремісничому та промисловому і це надавало можливість великій кількості населення ототожнювати себе з цим образом» [1, с. 194–195].

Також радянські митці запозичили іконографічний образ Св. Георгія, який повсюдно шанувався як переможець Змія (Дракона). Змій, який також в міфології та слов'янському фольклорі мав негативну роль, був втіленням нижнього (водного, підземного чи потойбічного) світу та ототожнювалась із силами Хаосу, Руйнування [4]. Так на плакаті О. Апсіта «Ошуканим братам» митець зобразив робітника, який б'є булавою гідру, в головах якої вгадуються російський імператор Микола II та інші імперські діячі. На даному плакаті також діє правило бінарностей: герой vs антигерой, Зло vs Добро, Порядок vs Хаос.

Також відбувається співвідношення «вічних» міфічних символів та «актуальних»: св. Георгій замінюється робітником, Змій стає символом імперіалізму, а відвічна боротьба Зла та Добра замінюється боротьбою комунізму й капіталізму.

Таким чином, робітник уособлював роль культурного героя – деміурга, який в пізній стадії міфотворчості був борцем з чудовиськами, демонічними силами, які заважають впорядкованому світоустрою. Проте, згадуючи плакат О. Апсіта «Рік пролетарської диктатури», ми не можемо не звернути уваги на селянина, якого зображено поряд з ковалем. Селянин зображений в профіль і його погляд спрямований на робітника. Не дивно, що автор вибрав різні вікові категорії: досвідчений робітник середніх років та молодий селянин, який виглядає учнем (згодом на більшості плакатів у селянина з'явиться ще й борода, тоді як у робітника лише вуса, що буде свідчити трохи про іншу репрезентацію віку). Якщо проаналізувати це з міфологічно – фольклорної парадигми, то ми можемо констатувати, що селянин виступає помічником героя, який завжди допомагає головному герою в його боротьбі із Злом. Проте це призвело до того, що селянин став фігурою підлеглою та «туземною». Його одяг вказує на його архаїчність та «темноту», на чому акцентують свою увагу Вадим Міхайлін та Галіна Беляєва [8].

Отже даний період, який закінчився близько 1928-го р. характеризувався

намаганням митців використовувати теми та образи взяті з міфів, слов'янського фольклору, релігійного мистецтва, та наповнювати їх актуальними концептами. Робітник в образі коваля функціонував в якості колективного символу героїчного пролетаріату, який здійснив Жовтневу революцію. Образ коваля мав на меті стати маркером нової ідентичності та зафіксувати відповідні елементи цієї радянської ідентичності.

В 1928 р. з початком першої п'ятирічки образ робітника починає зазнавати змін. Ще в середині 1920-х рр. В. Полонський, впливовий літературознавець та історик, розкритикував алегоричні та символічні типи оскільки вони, на його думку, були наслідком «буржуазної свідомості тих художників, які вийшли з буржуазного класу, і які разом із технікою привнесли чужий підхід до інтерпретації, і які мають звернутися до тем простих та зрозумілих глядачам, на яких і був орієнтований плакат». З 1928 р. образ коваля почали активно критикувати й інші дослідники. Його називали «сугобо мешанским по своей идеологии» [1, с. 198].

Сучасна американська дослідниця К. Кларк вважає, що відмова від традиційного образу робітника співпала з реінтерпретацією образу героя в радянському суспільстві. Так, в літературі та публіцистиці автори відійшли від символічного образу героя на користь «культу маленьких людей», тобто окремих робітників. Письменники акцентували увагу не на героях, а на виробництві. Теж саме простежується й в плакатній пропаганді [6].

На плакатах починають застосовувати так звану силуетну графіку. Силует був невизначений і позбавлений деталей. Наприклад, на плакаті «1 жовтня – загальнорадянський день ударника» (1931 р.) зображено групу одноманітних робітників, які утворюють єдину масу позбавлену деталей. Старі класові маркери робітника зникають, з них залишається лише молот. Практично всі такі плакати акцентують увагу на русі. Як тільки почали зникати старі маркери, як ніколи став важливим кольоровий символізм. Силуети робітників зазвичай зображувалися червоним кольором. Дуже яскраво це ілюструє плакат анонімного автора 1931 року «Бьем по лжеударникам». Ця зміна показувала, що індивідуалізований коваль, який закріплює дружбу з селянином перетворюється на масу, яка має виконувати(й перевиконувати) п'ятирічки, будувати нові заводи, міста тощо.

Проте даний метод зображення не протримався довго. Вже в 1931 р. такі плакати критикувались за «надмірний схематизм» [1, с. 201]. А на першому з'їзді радянських письменників в 1934 р. М. Горькій та А. Жданов майже в унісон казали про потребу в героїчній культурі [3]. В цьому ж році створюють звання «Героя Радянського Союзу». Відбулось своєрідне повернення до героїки. Проте вона суттєво відрізнялась від тієї, що існувала вже в 1920-х рр. Героїзувати мали окремих, конкретних діячів, а не «колективного робітника». Колективна парадигма 1920-х рр. змінилась індивідуальною, що докладно проаналізував Володимир Паперний [10]. В 1920-х рр. робітник був колективним символом всього пролетаріату. Тепер герой був окремою особистістю. Всі образи мали не просто ототожнювати когось з чимось, а мали бути моделлю, ідеальним типажем. Вони мали показати, якою має бути радянська «нова людина». В. Паперний називаючи цей період «культурою два» зазначив, що відбулось своєрідне повернення до індивідуалізму. Однак він мав свої особливості. Тепер, на думку автора, «кожен колектив мав свого індивідуального репрезентанта. Колектив всієї країни мав в якості репрезентанта Сталіна. Сталін був еквівалентом всієї країни та будь якої її окремої частини» [10, с. 154].

Першим виникає міф про авіаторів, який втілював лозунг епохи «вперед та вище». Як зазначає Ганс Гюнтер він має всі етапи пригодницького шляху античного героя –

втеча від повсякдення, участь в боях із ворогами, демонстрація стійкості в різних випробуваннях, отримання нагороди та нарешті повернення до свого народу з героїчним ореолом [3]. Потім настає черга Стаханова (й стаханівців), якого ототожнювали з Геркулесом. Згодом додаються й інші: авіатори, шахтарів тощо. Всі вони в радянському дискурсі стають вірними синами «улюбленого батька» – Сталіна, який надихав їх на ці перемоги [3]. Таким чином, Сталін використовував давню традицію сакралізації монарха, дуже важливу для російської традиції. Таким чином, Сталін став «батьком» в архетипічному розумінні слова.

Те ж саме простежується й в плакатній пропаганді. Використовуючи справжні фотографії плакати починають займатися фотомонтажем. Використовуючи реальні фотографії плакати розробили новий підхід до проблеми репрезентації робітників в сталінську епоху. Замість того, щоб зображати всіх робітників в одному образі коваля чи створювати абстрактні зображення багатьох однакових силуетів, художники починають зображати робітників-шахтарів, будівельників, металістів тощо. Більше не існувало єдиного прототипу робітника. Яскравим прикладом може слугувати робота Г. Клуціса «Дамо мільйони кваліфікованих робітничих кадрів для нових 518 фабрик та заводів». Фотографії створювали враження об'єктивності та реалізму, а не символізму.

Більш того створюється нова візуальна мова. Будь яка людина продиляючись плакати 20-х та 30-х рр. побачить, що вони відрізняються. В плакатах 30-х рр. переважають реалістичні образи із схожими емоційними та фізичними ознаками. Тут немає місця алегоріям, лицарям, драконам тощо. Новими атрибутами були молодість, радість, ентузіазм, фізична розвиненість. Тепер герої зображуються не в профіль, а в анфас, прямо звертаючись до глядача. Зображення щасливих облич, які з'являються все частіше було наслідком заяви Сталіна про те, що «жити стало краще, жити стало веселіше» [11]. Одним з важливих компонентів сталінського публічного простору, на думку сучасних російських дослідників В. Михайліна та Г. Беляєвої, була масова фізична культура та спорт, як свято [8].

Таким чином, робітник перестав мати сакральний статус. Він почав зображуватись на рівні з селянами, авіаторами, атлетами та навіть чиновниками. Як тільки пролетарій, який був основою більшовицької міфології, втратив значимість в візуальній пропаганді, центральне та священне місце в радянській іконографії зайняв образ Сталіна. В. Боннелл в своїй статті ілюструє цю тезу плакатом А. Резніченко «Стаханівський рух» (1935 р.), який яскраво демонструє комплекс образів і ідей, притаманних для сталінського візуального дискурсу. На цьому плакаті Стаханов тримає червоний прапор з зображенням лица Сталіна. За ним – маса робітників, а над ними усіма величає Кремль [1, с. 11]. Отже, стаханівська велич була нерозривно пов'язана зі Сталіним, а робітники отримували від нього натхнення та надлюдські можливості. Саме таким чином в візуальному ряді було продемонстровано утвердження тоталітаризму та формування культу особистості. Ще одним прикладом є плакат Г. Клуціса на якому зазначена цитата «вождя всіх народів»: «Реальність нашої програми – це живі люди. Це ми з вами». Ці «живі люди» на плакаті мають кожен свою рису, але всі вони крокують колективно під пильним керівництвом Сталіна, чий образ замінив центральну фігуру робітника.

Отже, проаналізувавши плакати, ми визначили основні етапи в еволюції образу робітника в 1920–1930-х рр.

1) «Колективний образ» робітника-героя (1917–1928 рр.) – характеризується активним використанням міфологічних та фольклорних тем та «культурних героїв» (Геракл, Св. Георгій, коваль), функціонування образу робітника, як узагальнюючого символу.

2) «Символічний образ» (1928–1931 рр.) – використання кольорового символізму та силуетної графіки;

3) Індивідуалізація образу (1931–кін. 1930-х рр.) – акцентування на окремих героїв, які мали бути ідеалами для наслідування, а не узагальнюючими символами, використання фотомонтажу, зникнення образу робітника, як центрального в плакатному мистецтві.

Таким чином, в 1920–1930-і рр. в плакатному мистецтві СРСР образ робітника займав одне з центральних місць. Це було пов'язано з пануючою класовою ідеологією. Через ідеологічні коливання, протягом міжвоєнного періоду, даний образ зазнавав суттєвих змін. В 1920-х рр. митці використовували міфологічні та фольклорні теми та культурних героїв, актуалізуючи їх. Проте вже в сер. 1930-х рр. з початком утвердження сталінського тоталітаризму образ робітника, як центральний, зникає і замінює його фігура Сталіна.

Список використаної літератури

1. Боннелл В. Иконография рабочего в советском политическом искусстве / В. Боннелл // Визуальная антропология: режимы видимости при социализме / под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова. – Москва : ЦСПГИ, 2009. – 448 с. ; Bonnell V. Ikonografiya rabochego v sovetskom politicheskom iskusstve / V. Bonnell // Vizualnaya antropologiya: rezhimy vidimosti pri sotsializme / pod red. Ye. R. Yarskoy-Smirnovoy, P. V. Romanova. – Moskva : TsSPGI, 2009. – 448 s.

2. Винайдення традиції [Електронний ресурс] / за ред. Е. Гобсбаума, Т. Рейнджер; пер. з англ. М. Климчука – 2-ге вид., випр. – Київ : Ніка-Центр, 2010. – 448 с. – Режим доступу : <http://books.google.com.ua/books?id> ; Vynaidennia tradytsii [Elektronnyi resurs] / za red. E. Hobsbauma, T. Reindzher; per. z anhl. M. Klymchuka – 2-he vyd., vypr. – Kyiv : Nika-Tsentr, 2010. – 448 s. – Rezhym dostupu : <http://books.google.com.ua/books?id>

3. Гюнтер Х. Архетипы советской культуры [Электронный ресурс] / Х. Гюнтер // Соцреалистический канон. – Санкт-Петербург : Академический проект, 2000. – С. 745. – Режим доступа : http://www.fedy-diary.ru/?page_id=4533; Gyunter Kh. Arkhetipy sovetskoy kultury [Elektronnyi resurs] / Kh. Gyunter // Sotsrealisticheskiy kanon. – Sankt-Peterburg : Akademicheskii projekt, 2000. – S. 745. – Rezhim dostupa : http://www.fedy-diary.ru/?page_id=4533

4. Иванов В. Змей [Электронный ресурс] / В. Иванов // Мифы народов мира. – Москва, 1991, – С. 468–471 – Режим доступа : <http://ec-dejavu.ru/s/Snake.html>; Ivanov V. Zmey [Elektronnyy resurs] / V. Ivanov // Mify narodov mira. – Moskva, 1991, – S. 468–471 – Rezhim dostupa : <http://ec-dejavu.ru/s/Snake.html>

5. Иванова Е. В. Мифологическое смыслообразование (образ культурного героя) : дис. ... доктора филос. наук : 09.00.13. / Евгения Владимировна Иванова; Уральский государственный университет им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2005. – 269 с. ; Ivanova Ye. V. Mifologicheskoe smysloobrazovanie (obraz kulturnogo geroya) : dis. ... doktora filos. nauk : 09.00.13. / Yevgeniya Vladimirovna Ivanova; Uralskiy gosudarstvennyy universitet im. A. M. Gorkogo. – Yekaterinburg, 2005. – 269 s.

6. Кларк К. Советский роман. История как ритуал [Электронный ресурс] / К. Кларк; пер. с англ. под ред. М. Литовской. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2002. – 260 с. – Режим доступа : <http://www.fedy-diary.ru/?p=2661> ; Klark K. Sovetskiy roman. Istoriya kak ritual [Elektronnyy resurs] / K. Klark; per. s angl. pod red. M. Litovskoy. – Yekaterinburg : Izdatelstvo Uralskogo universiteta, 2002. - 260 s. – Rezhim dostupa : <http://www.fedy-diary.ru/?p=2661>

7. Мелетинский Е. Культурный герой / Е. Мелетинский // Мифы народов мира : энциклопедия. - Москва, 1982. - Т.2. - С.5-28 ; Meletinskiy Ye. Kulturnyy geroy / Ye. Meletinskiy // Mify narodov mira : entsiklopediya. - Moskva, 1982. - Т.2. - С. 5-28

8. Михайлин В. «Наш» человек на плакате: конструирование образа [Электронный ресурс] / В. Михайлин, Г. Беляева // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. - 2013. - № 1. - С. 89 - 109 : ил. - Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2013/1/m12.html>; Mikhaylin V. «Nash» chelovek na plakate: konstruirovaniye obraza [Elektronnyy resurs] / V. Mikhaylin, G. Belyaeva // Neprikosnovennyy zapas: debaty o politike i kulture. - 2013. - № 1. - С. 89 - 109 : il. - Rezhim dostupa : <http://magazines.russ.ru/nz/2013/1/m12.html>

9. Николаева М. Модели идентификации человека в советской культуре (на материале советского плакатного искусства (1917-1941) : автореф. дис. ... канд. культурологии: спец. 24.00.01 / Марина Филипповна Николаева; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. - Санкт-Петербург, 2013. - 26 с. ; Nikolaeva M. Modeli identifikatsii cheloveka v sovetskoj kulture (na materiale sovetskogo plakatnogo iskusstva (1917-1941) : avtoref. dis. ... kand. kulturologii: spets. 24.00.01 / Marina Filippovna Nikolaeva; Rossiyskiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy universitet im. A. I. Gertsena. - Sankt-Peterburg, 2013. - 26 s.

10. Паперный В. Культура два : моногр. / В. Паперный. - Москва : Новое литературное обозрение, 2011. - 408 с. ; Papernyy V. Kultura dva : monogr. / V. Papernyy. - Moskva : Novoe literaturnoe obozrenie, 2011. - 408 s.

11. Сталин И. Речь на Первом Всесоюзном совещании стахановцев 17 ноября 1935 года [Электронный ресурс] / И. Сталин. - Режим доступа : http://grachev62.narod.ru/stalin/t14/t14_29.htm; Stalin I. Rech na Pervom Vsesoyuznom soveshchanii stakhanovtsev 17 noyabrya 1935 goda [Elektronnyy resurs] / I. Stalin. - Rezhim dostupa : <http://www.mythologies.narod.ru/myth12.htm>

12. Фанталов А. Культура варварской Европы: типология мифологических образов [Электронный ресурс] / А. Фанталов. - Режим доступа : <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-37972/>; Fantalov A. Kultura varvarskoy Yevropy: tipologiya mifologicheskikh obrazov [Elektronnyy resurs] / A. Fantalov. - Rezhim dostupa : <http://www.mythologies.narod.ru/myth12.htm>

Стаття надійшла до редакції 17.10.2015

D. S. Voronik

THE VISUAL DESIGN OF «THEWORKER» IN THE SOVIET POLITICAL POSTER IN 1920- 1930'S.

In the article the visual design features the image of «the worker» in the Soviet political poster in 1920-1930's. Traces the evolution of the image and its reasons. Analyzed visual techniques and tools that used Soviet artists to the image of the «soviet man». The attention to the connection of the image with the political objectives that they put the Soviet leadership. In the article examines the role of the image in the formation of the Soviet identity.

The article deals with the peculiarities of each stage in the evolution of the image of the worker. Attention is focused on connection of these changes with the ideological fluctuations. It is researched the prototype image of the Soviet worker. Attention focuses on the use of Soviet artists mythological structures and archetypal figures. According to the author opinion, the image of the hero of the Soviet period characterizes the relationship of «eternal»

mythical meanings and «actual». The author concentrate attention on the fact that the Soviet worker during this period was «cultural hero».

Posters were one of the main means of propaganda. After 1917 a worker was the central figure in the posters. In this article the author identified the main stages in the evolution of thei mage of a worker in 1920–1930's.:

1) «collective image» of the worker-hero (1917-1928) – is characterized by active use of mythological and folkloric themes and «cultural heroes» (Hercules St. George, smith), the operation of the image of the worker as generalizing symbol of the working class;

2) «the symbolic image» (1928-1931) – the use of color symbolism and silhouette graphics that was connected with the First Five-Year Plan;

3) Personalization of the image (1931-con. 1930) – emphasis on individual characters that were ideals but not symbols, the use of photomontage, the disappearance of the image of the worker as central.

In the conclusions is noted, that the disappearance of the image of the worker as a central one from the poster art was the manifestation of installation of a totalitarian system, because Stalin becomes the central figure in the poster propaganda.

Key words: *the poster, the visual type, the worker, the culture hero, the smith, USSR, the ideology.*

УДК 004.38:681.32

В. О. Кудлай

ЦИФРОВА ГРАМОТНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті проаналізована проблема формування цифрової грамотності особистості в умовах використання засобів обчислювальної, організаційної техніки й нових інформаційних технологій сучасного суспільства. Знання про основи використання нових технологій роботи з інформацією розуміються як головний аспект цифрової грамотності.

Ключові слова: *цифрова грамотність, інформаційне суспільства, інформаційні технології, особистість, інформаційні загрози.*

Новітній етап розвитку суспільства характеризується постійним зростанням значення такого здавна відомого і повсякчас цінного ресурсу, який називають інформацією. Цей ресурс тепер став ключовою складовою розвитку всіх галузей діяльності спільнот у глобальному світі. Широке застосування технічних засобів для роботи з інформацією супроводжується впливом загроз у різних формах, з одного боку, несправностей устаткування та помилок персоналу (результатом може стати знищення або пошкодження інформації), з іншого, доступу до неї сторонніх осіб (в такому випадку інформація може неконтрольовано поширюватись). Отже, кожна людина як представник інформаційного суспільства для забезпечення себе від можливих інформаційних загроз має володіти певним рівнем цифрової грамотності.

З огляду на актуальність проблеми оволодіння особистістю достатнім обсягом знань з цифрової грамотності, пропонується розглянути один з її ключових аспектів, що стосується використання людиною можливостей сучасних інформаційних технологій в