



Искусство плаката



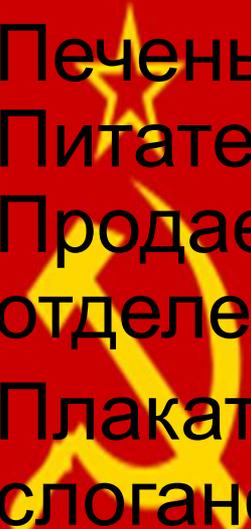
История плаката — это история общемировой художественной традиции, поскольку искусство плаката — одно из древнейших в мире. Первопроходцами в этой области стали китайцы, традиции которых последовательно развивали европейские мастера. Искусство плаката возникло, конечно, не на пустом месте. К жанрам рекламы, можно отнести настенную живопись и средневековую гравюру, вывески первых магазинов и т.д.

- В России печатные плакаты появились в начале XVIII века.
- В дореволюционной России плакат довольно редко носил ярко-политический, агитационный характер, рекламируя, как правило, деятельность различных фирм, благотворительных обществ и т.д. Как отмечает Н.И. Бабурина в книге «Русский плакат Первой мировой войны», художественная афиша служила прежде всего рекламой того или иного мероприятия: кружечного сбора, вербного базара, лотереи, вечера, подписки.
- В жанре плаката работали выдающиеся русские художники: В. Васнецовы, М. Врубель, К. Коровин, Л. Пастернак, Н. Ремизов, В. Серов и другие. Многие из них известны и в жанре военного плаката своим талантом, авторской индивидуальностью.
В советское время плакат был одним из самых любимых и распространенных приемов агитации и пропаганды. В жанре плаката работали А. Дейнека, Дени, Б. Ефимов, С. Игумнов, Кукрыниксы, В. Лебедев, А. Левин, А. Лавинский, Л. Лисицкий, А. Мандрусов, С. Маршак, В. Маяковский, Д. Моор, А. Родченко, В. Рындин, В. Степанова, В. Шершеневич, М. Черемных.

Образование



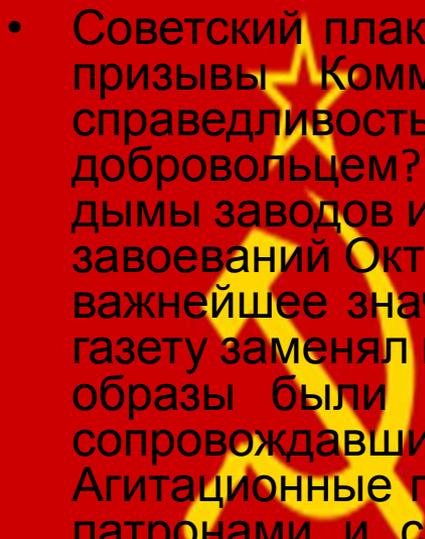
- Искусству плаката учили в специализированных высших учебных заведениях — например, в Полиграфическом институте была кафедра плаката, где, в частности, преподавал знаменитый автор плакатов «Ты записался добровольцем?», «Помоги» Д. Моор. Секции плаката существовали в Государственной академии искусств, в МОССХе и т.д. И это, разумеется, давало свои положительные результаты. Как пишет А. Козлов во вступительной статье в книге, посвященной Д. Моору: «Советский плакат был первым серьезным завоеванием пролетарского изобразительного искусства».

- 
- Печенье не черствеет!
Питательнее, выгоднее булки!
Продает Моссельпром,
отделения в любом переулке!
 - Плакат с использованием рифмованных слоганов прижился в нашей стране благодаря влиянию, пожалуй, именно В. Маяковского.
Надо отметить, что работа в жанре плаката была для В. Маяковского многоплановой. Например, в период Окон сатиры РОСТА (1919 — 1922) он не только писал стихи для плакатов, но и был организатором производства, художником.

- Плакаты в нашей стране в советское время развивались в различных направлениях. Интересны типичные образы советских плакатов, которые существенно отличаются от западных. Как замечает исследователь Л. Школьник, «улыбка характерна лишь для 15% женских лиц в советском плакате, в то время как в образцах западной рекламы эта доля составляет 60%».



- Известнейший теоретик советского изобразительного искусства Елена Поволоцкая писала: «Отличительные черты советского плаката — его глубокая партийная идейность и народность. Агитационная его сущность не выносит отставания от жизни, настоятельно требует, чтобы в основе каждого плаката лежала самая передовая политическая идея, выразительно и просто воплощенная в живой, реалистический художественный образ. Только при этом обязательном и обязательном условии плакат будет активен и действен и достойно ответит своей основной задаче — успешно служить великому делу коммунистического воспитания нашего народа.



- Советский плакат появился в годы пролетарской революции; он нес массам призывы Коммунистической партии, звал на борьбу за свободу и справедливость. Кто не помнит плакат Д.С.Моора "Ты записался добровольцем?". Красноармеец, за плечами которого круто поднимались дымы заводов и фабрик, в упор спрашивал каждого, что он сделал для защиты завоеваний Октября. В годы революции и гражданской войны плакат приобрел важнейшее значение. В эти тяжелые дни выходило мало газет. Очень часто газету заменял плакат. Искусство плаката было доступно широким массам, его образы были понятны каждому, а короткий энергичный текст - лозунг, сопровождавший изображение, - запоминался и призывал к действию. Агитационные плакаты посылались на фронты гражданской войны наравне с патронами и снарядами, их расклеивали на стенах городов отражавших нападение белогвардейских генералов и иностранных интервентов. Внизу на ярком поле плаката обычно помещалась надпись: "Всякий срывающий или заклеивающий этот плакат - делает контрреволюционное дело". Плакат боролся, он был оружием, и его, как оружие, берегли. Среди первых революционных плакатов выделялись работы Д.С.Моора, Маяковского, М.М.Черемных и В.Н.Дени.

- Дастер политической карикатуры тех лет Дени принес в советский плакат разящую сатиру. Плакаты, созданные Дени, беспощадно высмеивали капиталистов, политических дельцов и всяческих соглашателей. Когда в стройках первых пятилеток поднималось величественное здание социализма, на строительных площадках, полях первых колхозов, башнях элеваторов, бетонных массивах Днепрогэса, словом, по всей нашей стране - всюду - можно было встретить агитационный плакат. И если сейчас просматривать плакаты тех лет, покажется, будто листаешь художественную летопись перестройки. Не было ни одного крупного события в жизни советского народа, на которое не отзывался бы плакат. Уже в первые дни Великой Отечественной войны появился первый военный плакат Тоидзе "Родина-мать зовет!".

Культ Сталина и плакат в 1930-е годы

- Сталин - это концепция, форма жизни, окружение, медиальное пространство. В выражаемом обществом поклонении, благодарности, даже любви к Сталину сказалось радикальное и концентрированное выражение жизненной установки советских людей по отношению к новому мощному индустриальному государству: народ почитал образ вождя, подразумевая под ним себя.
Образ Сталина окончательно сформировался после 1928 года. Его появление на пропагандистской сцене поначалу не было ни помпезным, ни монументальным. Но в то же время, в отличие от Ленина, он не изображался в карикатурном виде. Впервые Сталин появился в небольшом плакате В. Дени, «выкуривающим» своей знаменитой трубкой противников советской власти. Чуть позже Б. Ефимов изобразил его новым «рулевым» СССР, - этот образ будет неоднократно использоваться в 30-е годы. Образ Ленина таким образом был оттеснен на задний план.
1931 год стал поворотным в пропаганде Сталина; в фотомонтажных плакатах Г. Клуциса явно обозначился переход к монументальности. Сталин выходит из тени Ленина и занимает место вождя в политической иконографии. Сначала фигура Сталина изображается в окружении народа и единомышленников. Однако вскоре она начинает возвышаться над политической элитой и массами, что хорошо видно в плакатах Клуциса 1933 года («Под знаменем Ленина за социалистическое строительство»).
- Эта монументализация при постоянстве облика, одежды и жеста (серая войсковая шинель, поднятая в приветствии рука), привела к почти полному окаменению фигуры, особенно - в сценах приветствия вождя в плакатах Клуциса в 1935 - 1936 гг. («Кадры решают все»). Статичность и явное нарушение линейной перспективы напоминают композиционные принципы русской иконы. Сталин, изображенный крупным планом, не контактирует со зрителем, его взгляд направлен мимо людей, в пространство. Для художника важнее было обозначить мотив присутствия, чем включить портрет в образный контекст, в определенный сюжет.

- 
- Конечно же, параллельно с этим издавались плакаты, которые решали образ Сталина в жанровом ключе: Сталин на своем рабочем месте в Кремле, заботливый Сталин с ребенком на руках... Сталин таким образом одновременно был и реальной фигурой, и трансцендентальной, и человеком, и божеством (В. Говорков. «О каждом из нас заботится Сталин в Кремле»).

Киноплакат 1930-х годов

- На рубеже 20-х - 30-х годов киноплакат переживает кризис: после завершения нэпа государство ужесточает идеологический и эстетический контроль над кинопроизводством, а рекламе, обвиненной в формализме, отводит роль «неотъемлемой части политико-воспитательной работы вокруг кино». Эта установка подтверждается постановлением ЦК ВКП (б) «О плакатной литературе» (март 1931) и провозглашением социалистического реализма основным художественным методом искусства. Новые эстетические и политические требования, предъявленные рекламе, вынуждают многих мастеров - братьев Стенбергов, Я. Руклевского, С. Семенова-Менеса, чуть позже - Н. Прусакова, - оставить любимое дело. Одновременно происходит революция в киноискусстве - фильм становится звуковым. Слово, звучащее с экрана, решительно изменило эстетику киноискусства: потребовало удлинения кадра и изменения принципов построения сюжета. Персонаж получает большую свободу в кадре, большую индивидуальность в решении образа. Эти изменения тут же фиксируются рекламой: центром композиции плаката оказывается человек; на смену «творимому» посредством монтажа условному пространству приходит пространство внутрикадровое

- Персонажи кинорекламы 30-х годов во многом родственны образам современников в плакатах А. Дейнеки, Г. Клуциса, В. Кораблевой, М. Ворон, - им свойственен тот же пафос и социальный оптимизм. Галерею советских людей кинореклама пополняет историческими деятелями, народными героями, героями революции, - персонажами историко-революционных фильмов. Во второй половине десятилетия утверждается новый тип киноплаката, построенного на рекламе актерского имени. Среди молодых мастеров, пополнивших поредевшие ряды ветеранов, успешно работают Н. Смоляк, В. Климашин, Б. Зеленский, Ю. Пименов. К концу периода эстетический уровень плаката снижается, схематизм, натуралистическое жизнеподобие становятся его отличительными чертами, он не играет сколько-нибудь заметной роли в художественной жизни страны, как это

Образ человека в советском плакате

- В 20-е годы в героизированных образах рабочего, крестьянина и красноармейца по-прежнему акцентировались черты носителей социальных функций: в мирное время главные герои плаката славили новое государство и направляли свои усилия на строительство социализма. Занятые этой важной политической работой, они были оторваны от конкретных жизненных проблем современности, а потому их образы страдали излишней обобщенностью, а иногда и схематизмом. Образ человека претерпевает существенные изменения в начале 30-х годов.
- В 30-е годы «советский человек» в плакате является уже не только носителем государственных или профессиональных функций. С реабилитацией человеческих ценностей и частной жизни этот образ становится более многогранным: женщины изображаются не только как «строительницы социализма», но и как матери, спортсменки, хозяйки (в рекламных плакатах). Это же можно сказать и об образах мужчин. Однако человек всегда остается встроенным в целостную идеологическую систему, то есть он сознает свои обязанности и продолжает быть политически активным борцом.
- плакат М. Соловьева: «Таких женщин не бывало и не могло быть в старое время» (Сталин).

Образ ребенка в плакате

- Ребенок - один из распространенных и любимых персонажей плаката конца XIX-го - начала XX века.
- Сталинское общество 30-х годов внесло свои коррективы в изображения детей в плакатах. Теперь это уже не просто дети, а чаще всего пионеры и будущие комсомольцы, члены советских молодежных организаций. Образование и службу обществу они воспринимают как долг. Ребенок и подросток 30-х по-прежнему борец.
- Детский энтузиазм и безусловная вера в светлое будущее служат мобилизационным целям партии. «Мы рождены, чтоб сказку сделать былью...» - гласит лозунг плаката П. Караченцова 1937 года. Плакат утверждает, что своей счастливой жизнью молодое поколение обязано «родному Сталину и правительству», и оно застывает в тех же позах поклонения и преданности вождю, как и взрослые (Н. Ватолина. «Спасибо родному Сталину за счастливое детство!»).

Образ женщины

- В 30-е годы идея гармонического развития личности воплощалась наиболее полно и развернуто именно на примере женщины. Слова Ленина: «каждая кухарка должна уметь управлять государством» стали лозунгом многих произведений художественной публицистики. Плакат призывает работниц вступать в партию, участвовать в выборах, и даже отказаться от домашнего хозяйства (Г. Шегаль. «Долой кухонное рабство!»). Агитационное искусство показывает ее в традиционной красной косынке за работой в заводских цехах (В. Кулагина. «Международный день работниц»), за учебой, на стадионах (А. Дейнека. «Работать, строить и не ныть!») и курортах. Художники 30-х годов создают образ-идеал сельской труженицы, который должен проиллюстрировать слова Сталина: «Женщины в колхозах - большая сила» (Н. Пинус). Убедительность художественных образов усиливается документальностью фотомонтажей, портретами знатных стахановок, ударниц, летчиц (Г. Клуцис. «Множьте ряды ударников-стахановцев!»). Важную работу выполняет киноплакат: портреты героинь популярных фильмов о свинарках, ткачихах, «членах правительства» и просто «девушках с характером» дополняют и расцветчивают плакатный образ женщины 30-х годов, коммерческая реклама приоткрывает бытовую повседневность ее жизни.



Кораблева В. С.

Иди, товарищ, к нам в колхоз!

1930

Караченцов П. Я.
Мы рождены, чтоб сказку сделать былью...
Москва; Ленинград
1937





Ефимов Б. Е.

Капитан страны Советов ведет нас от победы к победе!

1933

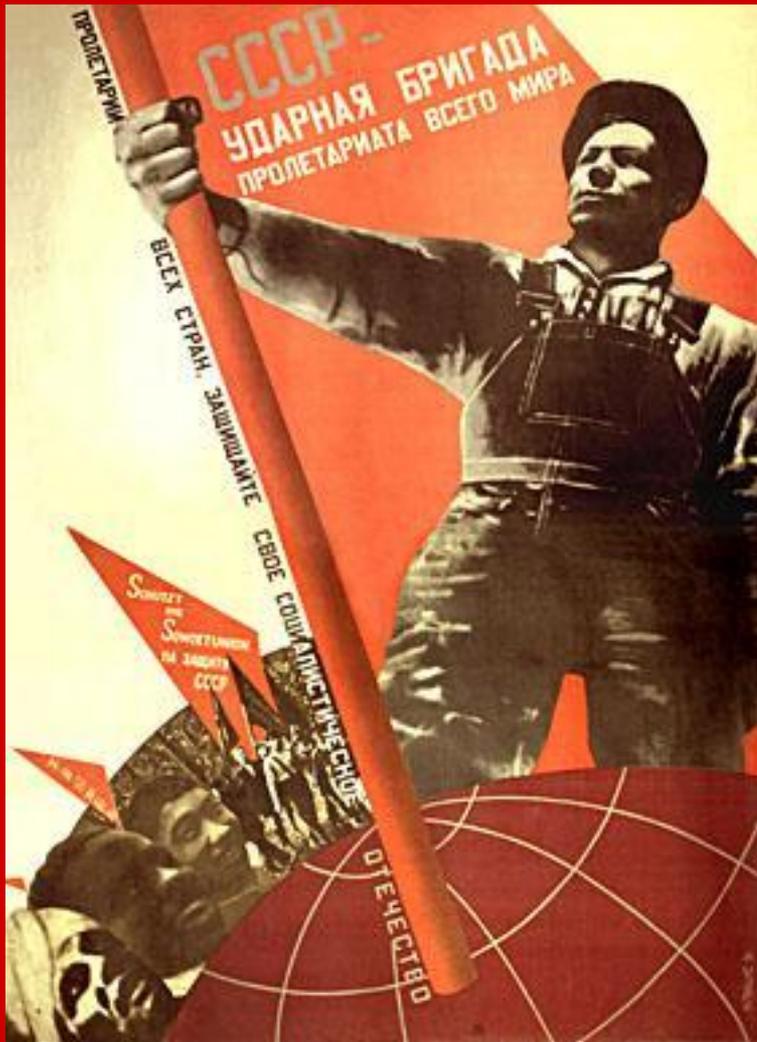


Бельский А. П.

Чапаев

1935





Клуцис Г. Г.

СССР - ударная бригада пролетариата
всего мира.

1931