

М. Ф. Николаева

**Советское плакатное искусство как материал для культурологического исследования**

В настоящей статье, по результатам обзора историографии советского политического плаката, обосновывается эвристический потенциал культурологического исследования плакатного материала. Советский плакат понимается одновременно как произведение массового искусства и как культурная технология.

**Ключевые слова:** советская культура, политический плакат, плакатное производство, культурная технология, массовое искусство, историография плаката

M. F. Nikolaeva

**The Soviet Poster Art as a Material for a Culturological Research**

The article presents a brief review of major historical and art historical works on Soviet political poster and argues the relevance and high potential of culturological methods for the political poster research. The Soviet political poster is treated here both as work of popular art and as a cultural technology.

**Keywords:** the Soviet culture, the political poster, poster manufacture, a cultural technology, Mass Art, poster historiography.

*Степень и качество изученности  
советского политического плаката*

Советский политический плакат был популярным объектом исследования для советского искусствознания на протяжении всего периода существования феномена советского плаката. Как авторское произведение искусства плакат изучен достаточно хорошо. В советские годы было издано много монографий-альбомов о творчестве отдельных крупных художников-плакатистов (например, серия альбомов «Мастера советского плаката»), а также обзорных работ [13, с. 29]. Одной из наиболее известных и содержательных монографий является работа Б. С. Бутник-Сиверского [10]. На эту книгу в дальнейшем ссылаются все авторы, пишущие о плакате.

Советскими искусствоведами была выработана формула описания и оценки плакатных произведений: «идейно-художественное качество» [18]. В раннее постсоветское время критерии качества плакатного произведения изменились. Легитимация плакатного искусства происходит теперь скорее вопреки его роли как средства пропаганды, а не благодаря ей. Уровень качества плакатного произведения определяется на основе формальных критериев. Неудивительно, что в традиционной искусствоведческой классификации изобразительного искусства по жанрам плакат уверенно занимает подчиненное положение, если сравнивать его, например, с живописью. Исключение составляют отдельные шедевры плакатного искусства, к созданию которых приложили руку крупные художники. Другим легитимирующим фактором служит время: плакат получает признание как документ ушедшей эпохи.

Рассмотрению политических символов плакатного языка, ставших ключевыми в советской культуре, посвящены работы историков [7, с. 17]. Помимо этого, политический плакат подается в альбомах как историческая иллюстрация.

С начала 1970-х гг. и по сей день историей российского плаката занимается искусствовед Н. И. Бабурина. Являясь сотрудником РГБ им. Ленина, в фондах которой собрана большая коллекция русского и советского плаката, Н. И. Бабурина выступала организатором многих выставок плакатного искусства в СССР и за рубежом; под ее редакцией выходили каталоги к выставкам и альбомы. Наиболее крупный проект с участием Н. И. Бабуриной проводился в соавторстве с профессором из Германии К. Вашиком, ставя своей задачей сбор наиболее полной базы данных по истории российского плаката с конца XIX в. до наших дней. Финальная монография [6, с. 9] представляет собой монументальный труд с большим количеством иллюстраций. Однако энциклопедический подход, лежащий в основе работы, не предполагает подачи материала в проблемной форме, подразумевая, напротив, однозначность его трактовки. В описании историко-культурного контекста преобладают традиционные политологические ориентиры. Плакат является, по мнению исследователей, частью глобального идеологического проекта по «рекламированию утопии». Более того, позиция «власти» (характеризуемая в тексте весьма скупо, как нечто известное по умолчанию), не претерпевает особой динамики на протяжении рассматриваемого периода (с 1917-го по 1990-е гг.).

В одном ряду с описанным исследованием стоит содержательный сборник архивных материалов, из-

данный в 2002 г. [8]. Советский период истории оценивается авторами как «грандиозный и трагический социальный эксперимент» [8, с. 4], а опубликованные материалы как представляющие в первую очередь исторический интерес.

В немецкоязычной исследовательской литературе массовое политическое искусство рассматривается как эффективный инструмент пропаганды, универсальный для разных политических режимов [4]. Общим местом стало рассмотрение советского плаката в паре с немецким. Один из наиболее известных исследователей политического плаката Ф. Кэмпфер отмечал, что в других странах «плакат играл на политическом поле лишь эпизодическую роль» [3, с. 8]. Лишь в Германии и СССР плакат был «средством управления массами», и между способами, которыми осуществлялись контроль и манипуляция общественным сознанием в двух странах, «меньше различий, чем сходства» [3, с. 9]. Параллели на уровне плакатной образности (например, прием дегуманизации противника) также объясняются сходством политических режимов. Критикуя такой подход, Шт. Плаггенборг замечает: «...зверинные облики получают распространение... не в одних только странах диктатуры. <...> Скорее всего, советская пропаганда пользовалась изобразительными средствами Западной Европы» [17, с. 198].

Шт. Плаггенборг настаивает на «интерпретации плакатов с культурно-исторической точки зрения», задавая вопросом о том, кого или что символизируют плакатные образы. Однакостораживает уже то, что исследователь выделяет для рассмотрения лишь один «классический» плакат, который, по его мнению, «как в формальном, так и в содержательном отношении является образцом революционного плаката» [17, с. 192]. Более того, автор утверждает, что после 1921 г. (то есть, после окончания Гражданской войны) плакатное искусство в СССР деградирует, а плакаты «информативны не более чем партийные резолюции» [17, с. 209]. Такая позиция, по-видимому, разделяется многими исследователями, которые концентрируют внимание на советском плакате лишь как на «боевом искусстве», рассматривая его в основном в контексте революционных событий.

В отличие от них, американского историка В. Боннелл интересуется плакатное искусство как «усилие, направленное на создание нового советского человека», как «символическая репрезентация власти» [1, с. xix], то есть функционирование плаката в ранней советской культуре в целом, а не только в рамках большевистской революции. Американская исследовательница исходит из того, что в центре внимания историка должны находиться не просто взаимоотношения *народ – правящая элита*, но и изменения, происходящие со способами интерпретации прошлого, настоящего и будущего в рамках определенной куль-

туры. Плакатное искусство, как и другие символические средства выражения идеологии, служило «изобретению традиций» [5], которые обуславливали новые модели мышления и поведения.

Следует также отметить филологические работы, выполненные на плакатном материале. Советский плакат подвергается семиотическому анализу как текст, как носитель идеологического сообщения. Изучаются языковые средства суггестивного воздействия плакатного сообщения на адресата. Приемы политического плаката рассматриваются в ряду прочих способов обмана, манипуляции сознанием.

*Потенциал культурологического подхода  
к изучению советского плаката*

Признавая огромное влияние и массовое распространение плакатного искусства в первые послереволюционные годы, историки, политологи, искусствоведы уделяют мало внимания причинам этого удивительного явления, поскольку оценивают плакатное искусство исключительно как агитационное сопровождение процессов, происходящих в политическом поле. Между тем, культурологический подход к привычному материалу и рассмотрение плакатного искусства раннего советского периода как культурной технологии в контексте соотношения традиционного и инновационного в культуре представляется плодотворным. Во многом наследуя российской цивилизации, советская культура является масштабным опытом культурного проектирования. Советская культура – локально-специфичный ответ на вызовы, предъявляемые массовым обществом. Поэтому категория массовости является принципиальной при изучении плакатного искусства. Само понятие «масса» эволюционирует в исследовательской литературе. Если в элитарном дискурсе начала XX в. масса – это агрессивная «толпа», то в дальнейшем, под влиянием теории тоталитаризма, масса, состоящая из атомизированных индивидов, начинает трактоваться как пассивный объект манипуляций.

До сих пор исследователи не делали попыток рассмотреть феномен советского плаката как элемент советской массовой культуры. В известной работе В. Г. Лебедевой [14] советская культура распадается на отдельно существующие тоталитарную и массовую. В рамках такой модели плакат принадлежит тоталитарной культуре. Однако полезность подобной демаркации, равно как и само существование «тоталитарной культуры», вызывает сомнения.

Культурологическое исследование предполагает постижение феномена культуры исходя из законов самой этой культуры. Таким образом, необходимо поэтому обратиться к программным текстам изучаемой эпохи и выделить те аспекты, которые показывают место плаката в системе советской культуры.

*Советские идеологи о советском плакате*

Тот факт, что с первых дней своего существования советский политический плакат начинает активно теоретически осмысляться, объясняется преимущественно прикладными целями: работы имеют отчетливую политическую и прагматическую окраску. Многие авторы занимаются разработкой методических указаний для работы над содержанием массового плакатного произведения и для организации плакатного производства.

Искусство плаката в системе смежных жанров выходит на передний план, становится эталонным. Налицо открытое стремление закрепить высокий статус плакатного искусства теми методами, которые традиционно применяются в отношении образцов высокого искусства: помещением в архив, включением в музейные экспозиции «этих ценнейших документов истории» [27]. Уже в годы Гражданской войны проходят выставки плакатов [11]. Призывы создавать архивы агитационных художественных материалов исходят во многих случаях от тех, чья деятельность была связана с практической агитационной работой. Так, один из руководителей комиссии по руководству литературно-инструкторскими поездками и пароходами ВЦИК Я. Буров предлагает издать «Книгу-памятник Октябрю» – художественную агитэнциклопедию. «В описанных методах, принципах и формах нашей агитпропаганды каждая организация может выбрать сообразно времени и месту что-либо полезное для своей работы» (РГАСПИ – Ф. 17. Оп. 60. Д. 182. Л. 122-124). Цитируемый документ свидетельствует, во-первых, о стирании грани между высокими и низкими жанрами и радикальной демократизации системы искусства, а во-вторых, о том, что искусство, как и многие другие сферы, технологизируется, моделируется по образцу промышленного производства.

Раннее осознание проблемы «полной научной неисследованности» [27] советского плаката приводит на протяжении 1920-х гг. к появлению ряда искусствоведческих работ [15, 16, 19, 20, 23, 24, 25, 28], в центре внимания которых как современный советский плакат, так и его предшественники, а также западный плакат. Анализируется круг вопросов, связанных с происхождением плакатного искусства, специфическими свойствами и функциями плаката, его местом в ряду других жанров изобразительного искусства. При этом одни авторы (например, Охочинский) центральными функциями плаката считают рекламную и информационную. Вербальный лозунг первичен как основа сообщения, и плакат функционирует, в первую очередь, как средство массовой информации и рекламы. Художественные средства при этом второстепенны. Такой подход не редкость в 1920-е гг., когда пропагандистская функция плаката сравнивалась с ролью газеты, радио и т. п. Другие авторы наделяют политиче-

ский плакат способностью воспитывать эстетический вкус широких масс [21], подробно разбирают «исторические истоки художественного плаката» [28], рассуждают о плакатной эстетике и стилистических инновациях, приводящих к развитию плакатной формы [20].

Напротив, В. Полонский в саму формулировку риторического вопроса «Да и должен ли плакат быть красивым вообще?» [19] закладывает свой ответ. К такому же отрицательному ответу склоняется и художник Н. Тарабукин [22], переводя плакат из сферы искусства в сферу производства. «Практичность», «целесообразность» формы плаката Тарабукин однозначно противопоставляет «красоте» [25]. А. С. Гуцин [12] также анализирует плакат как продукт массового производства. Описывая историю развития плаката, Гуцин берет за основу печатную технику, позволившую сделать плакат массовым искусством, а значит, в его изложении, плакат в прямом смысле этого слова появляется лишь в XIX в., когда широкое распространение получают литографии с подписями, а вехой на пути развития плакатного искусства становится изобретение хромолитографии (1846). Показательно, что в то время, когда именно массовость плакатного искусства является, по Гуцину, залогом оформления специфики плаката, для Охочинского [16], основывающего свою историю плакатного искусства на именах выдающихся художников, легитимировавших положение плаката среди «высоких» искусств, изобретение литографии и массовое распространение «народных» картинок означает, напротив, упадок плаката.

Разрушение института авторства является логичным следствием производственного подхода к плакату, сдвига от искусства к технологии. Необходимо упомянуть и социально-психологическое изучение воздействия плаката на зрителя, начатое институтом археологии и искусствознания [26]. Научный анализ политического плаката был в 1920-е гг. и задачей кабинета по изучению художественной агитации и пропаганды при ГАХН. Наряду с плакатом, основными средствами художественной агитации и пропаганды в мирное время признавались лубок, массовая картина, репродукция, а также упаковочный материал (этикетки). Собственно искусствоведческий формальный анализ закономерно уступал при этом анализу «психотехническому» и социологическому.

*Заключение*

Советский плакат соединяет сферу философско-теоретического и художественного проектирования и инженерно-организационную сферу. Рассмотрение плакатного искусства в советской культуре как культурной технологии позволяет комплексно изучить феномен советского плаката 1) одновременно и как результат производства и как производственный процесс;

2) как сферу социально-культурного проектирования и методических разработок; 3) как жанр изобразительного искусства, принадлежащий культуре модернизма.

Рассматривая советскую культуру как локальный вариант культуры индустриального общества, в качестве ее типологических черт, несомненно, следует назвать унаследованные от Просвещения рационализм и технологичность. Характерно стремление ранних советских идеологов смоделировать, организовать индустриальное и сельскохозяйственное производство, человеческое тело, трудовую пластику, досуговые практики и вообще все сферы жизни на основе представлений о целесообразности, пользе, экономии усилий, интенсификации. Плакатное производство и распространение, а также плакатная эстетика были, казалось, теми сферами, где эти идеалы нашли наиболее удачное применение. Таким образом, рассмотрение плаката как культурной технологии позволяет подобраться к типологическим чертам советской культуры изучаемого периода. Культурологический подход к изучению образа героя и образа врага в советском плакате позволяет от простой инвентаризации положительных и отрицательных типов, от изучения исторической иконографии того или иного образа перейти к моделям идентификации человека в культуре, построением которых занималась сложно организованная плакатная индустрия.

#### Библиографический список

1. Bonnell V. *Iconography of Power. Soviet Political Posters under Lenin and Stalin*. Berkeley, Los Angeles, London, 1997.
2. Braegger C. *Agitation als Kunst // Kunst und Propaganda: sowjetische Plakate bis 1953*. Zuerich, 1989.
3. Kaempfer F. "Der Rote Keil". *Das politische Plakat: Theorie und Geschichte*. Berlin, 1985.
4. Plum A. *Die Karikatur im Spannungsfeld zwischen Kunstgeschichte und Politikwissenschaft*. Aachen, 1998.
5. *The Invention of Tradition* / Ed. by E. Hobsbawm, T. Ranger. Cambridge, 1984.
6. Waschik K., Baburina N. *Werben fuer die Utopie*. Bietigheim-Bissingen, 2003.
7. White St. *The Bolshevik Poster*. New Haven, London, 1988.
8. *Агитмассовое искусство Советской России. Материалы и документы: Агитпоезда и агитпароходы. Передвижной театр. Политический плакат. 1918–1932* [Текст]: в 2 т. / под ред. В. П. Толстого; авт.-сост.: И. М. Бибикова, Н. И. Бабурина, Н. И. Левченко. – М.: Искусство, 2002.
9. Бабурина, Н. Реальность утопии. Искусство русского плаката XX века [Текст] / Нина Бабурина, Клаус Вашик. – М.: Прогресс-Традиция, 2005. – 416 с.
10. Бутник-Сиверский, Б. С. Советский плакат эпохи гражданской войны, 1918–1921 [Текст]: [Иссл. и библиогр. указ.] / Б. С. Бутник-Сиверский. – М.: Всесоюзная книжная палата, 1960. – 696 с.
11. Виленкин, В. Вокруг искусства. К выставке агитационного плаката [Текст] / В. Виленкин // Красный мир. – Кострома, 1920, 3 октября.
12. Гуцин, А. С. Работа с плакатом в клубе и избирательные [Текст] / А. С. Гуцин. – М.-Л.: Огиз-Изогиз, 1931. – 56 с.
13. Демосфенова, Г. Советский политический плакат [Текст] / Г. Демосфенова, А. Норок, Н. Шантыко; под общ. ред. Ф. Калошина. – М.: Искусство, 1962. – 444 с.
14. Лебедева, В. Г. Судьбы массовой культуры в России. Вторая половина XIX – первая треть XX в. [Текст] / В. Г. Лебедева. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. – 356 с.
15. Маслеников, Н. Н. Плакат [Текст] / Н. Н. Маслеников. – М.: Театропечать, 1930. – 52 с.
16. Охочинский, В. К. Плакат: Развитие и применение [Текст] / В. К. Охочинский. – Л.: Изд-во Академии художеств, 1926. – 92 с.
17. Плагтенборг, Шт. Революция и культура. Культурные ориентиры в период между Октябрьской революцией и эпохой сталинизма [Текст] / Штефан Плагтенборг; перевод с нем. И. Карташевой. – СПб.: Журн. Нева, 2000. – 416 с.
18. Повышение идейно-художественного уровня наглядной агитации [Текст]: сб. материалов I Всесоюзного семинара. (Москва, февраль 1975 г.). Центральная учебно-экспериментальная студия Союза Художников СССР. ХФСССР / сост. С. М. Ерлашова. – М.: Советский художник, 1977. – 118 с.
19. Полонский, В. Русский революционный плакат [Текст] / В. Полонский. – М.: Госиздат, 1925. – 192 с.
20. Пунин, Н. Н. Русский политический плакат 1917–1922 [Текст]: Вып. 1 (В. В. Лебедев) / Н. Н. Пунин. – Пг.: Стрелец, 1922. – 36 с.
21. Сидоров, А. А. Два года русского искусства и художественной деятельности [Текст] / А. А. Сидоров // Творчество. – М., 1919. – № 10–11. – С. 38–39.
22. Тарабукин, Н. М. Изобретательность в плакате [Текст] / Н. М. Тарабукин // Горн. – М., 1923. – № 9. – С. 125–134.
23. Тарабукин, Н. М. Искусство дня [Текст] / Н. М. Тарабукин. – М.: Всерос. пролеткульт, 1925. – 136 с.
24. Тарабукин, Н. М. От мольберта к машине [Текст] / Н. М. Тарабукин. – М.: Работник просвещения, 1923. – 44 с.
25. Тарабукин, Н. М. Художник в клубе [Текст] / Н. М. Тарабукин. – М.: Изд-во ВЦСПС, 1926. – 102 с.
26. Труды социологической секции Института археологии и искусствознания. РАНИОН, вып. I. – М., 1927.
27. Тугенхольд, Я. А. Искусство и революция [Текст] / Я. А. Тугенхольд // Художник и зритель. – М., 1924. – № 2–3. – С. 69–74.
28. Тугенхольд, Я. А. Искусство октябрьской эпохи [Текст] / Я. А. Тугенхольд. – Л.: Academia, 1930. – 199 с.
29. Халаминский, Ю. Я. Советский плакат [Текст] / Ю. Я. Халаминский. – М.: Советский художник, 1961. – 55 с.