

УДК 769.91

ОБРАЗ СЕВЕРА В ИСКУССТВЕ СОВЕТСКОГО ПЛАКАТА 1920-1960 ГГ.

Зборовицкая Настасья Николаевна

Национальный исследовательский университет ИТМО, г. Санкт-Петербург, Россия

Иркутский государственный университет, младший научный сотрудник г. Иркутск, Россия

ORCID: 0000-0001-5566-6844, zborovickaya@mail.ru

Аннотация. Статья рассматривает важнейшие этапы развития плаката как вида искусства и как средства высказывания, указаны основные средства плакатного языка, а также продолжает дискуссию о репрезентации коренных народов Севера в советском искусстве. В первой части статьи дается обзор развития плаката в России XIX-XX вв. Во второй части статьи описывается история развития образа Севера в советском плакате 1920-1960 гг. и репрезентация коренных народов Севера. В советских плакатах на тему освоения Севера 1920-1960-х гг. репрезентированы важнейшие исторические события, освоение советского Севера, практики СССР по интеграции коренных жителей в жизнь страны. Основные сюжеты плакатов: географические открытия советских ученых (открытие Северного морского пути, чествование экипажа парохода «Челюскин», спасение участников первой научно-исследовательской дрейфующей станции «Северный полюс-1», чествование членов экспедиции ледокола «Седов»), Октябрьская революция на Севере, пропаганда ленинской национальной политики, научение коренных жителей правилам жизни, принятым в СССР (санитарное просвещение, ликвидация безграмотности политическая активность), помощь фронту в годы Великой Отечественной войны, богатство ресурсов Севера, материнство. Плакаты печатались на русском и на родных языках жителей севера (в статье представлены плакаты на чукотском, ненецком, якутском). Север представлен в советских плакатах весьма динамичным и сложным регионом, мощной природной силой, которой было весьма непросто овладеть, также как и наладить связь с местными кочевыми народами. В будущем собранный материал интересно рассмотреть в сравнении с другими странами, например США, где существует репрезентация коренных народов в произведениях плаката.

Ключевые слова: графический дизайн, искусство плаката, советский плакат, семиотика, коммуникация, репрезентация коренных народов Севера

Для цитирования: Зборовицкая, Н.Н. Образ севера в искусстве советского плаката 1920-1960 гг. [Текст] / Н.Н. Зборовицкая // Сибирский искусствоведческий журнал. – 2024. – Т.3. - № 3. – С. 7-21

THE IMAGE OF THE NORTH IN THE ART OF THE SOVIET POSTER 1920-1960.

Zborovitskaya Nastasia Nikolaevna

ITMO National Research University, St. Petersburg, Russia

Irkutsk State University, Junior Researcher, Irkutsk, Russia

ORCID: 0000-0001-5566-6844, zborovickaya@mail.ru

Abstract. The article examines the most important stages in the development of the poster as an art form and as a means of expression, the main means of the poster language and continues the discussion about the representation of the indigenous peoples of the North in Soviet art. The first part of the article provides an overview of the development of the poster in Russia in the XIX-XX centuries. The second part of the article describes the history of the development of the image of the North in the Soviet poster of 1920-1960 and the representation of the indigenous peoples of the North. Soviet posters on the theme of the development of the North in the 1920s and 1960s represent the most important historical events, the development of the Soviet North, and the practices of the USSR

on the integration of indigenous people into the life of the country. The main subjects of the posters: geographical discoveries of Soviet scientists (the discovery of the Northern Sea Route, honoring the crew of the steamer Chelyuskin, the rescue of participants in the first scientific research drifting station North Pole-1, honoring members of the expedition of the icebreaker Sedov), the October Revolution in the North, propaganda of Lenin's national policy, teaching indigenous people the rules of life adopted in the USSR (sanitary education, the elimination of illiteracy, political activity), assistance to the front during the Eastern Front of World War II, the wealth of resources of the North, motherhood. The posters were printed in Russian and in the native languages of the inhabitants of the north (the article presents posters in Chukchi, Nenets, Yakut). The North is represented in Soviet posters as a very dynamic and complex region, a powerful natural force that was very difficult to master, as well as establish communication with local nomadic peoples. In the future, it will be interesting to consider the collected material in comparison with other countries, such as the United States, where there is representation of indigenous peoples in poster works.

Keywords: graphic design, poster art, soviet poster, semiotics, communication, representation of indigenous people of North

For citation: Zborovitskaya N.N. (2024) The image of the north in the art of the soviet poster 1920-1960. In Siberian art journal, 3(3), 7-21

Введение

Со времени своего появления плакат привлекал внимание искусствоведов, а с XX в. лингвистов и социологов. Плакат – одна из форм графического дизайна. Произведение графического дизайна — это «посредник», передающий определенное сообщение аудитории от производителя товара. Средствами графического дизайна организуется первая встреча покупателя и продавца. Основные формы графического дизайна это: фирменный стиль (логотип и брендинг), типографика (журналы, газеты и книги), печатная реклама (наружная реклама – плакаты, рекламные щиты, упаковка).

Изучение плаката имеет длинную историю. Постепенно в научном знании плакат прошёл путь становления от изображения утилитарного назначения до самостоятельного произведения искусства. Первые критические исследования плаката появляются в конце XIX века на фоне популярности (Petukhova, 2013) французских плакатов и афиш, которые создавали профессиональные известные художники. Первые критики (Hiatt, 1895) и журналы, посвященные графическому дизайну и искусству книги (Keu, 1899),

предпринимали попытки зафиксировать и составить хронологию развития плакатного искусства, составляли списки авторов, писали о современниках, но еще не пытались описать стилевые особенности нового искусства. Тем не менее, художественная критика того времени сразу заметила отличия художественного плаката от остальной наружной рекламы. Среди особенностей рекламного плаката выделяли следующие: 1) конкретная идея; 2) ясное и ёмкое выражение; 3) хорошее художественное решение. Эти особенности определяли конечный успех продаж рекламируемого товара (Rogers, 1914: 190). Интерес к плакатам возрос после того, как заказы на них стали принимать профессиональные художники-графики, и дизайнеры (Г. Доре, Ж. Шере, П. Боннар, Э. Грассе, О. Бердслей), чьи плакаты выделялись смелостью решений, точностью и изящностью (Sontag, 1970: 197). Художники изображали не просто рекламируемый товар, а делали из него персонажа, создавая вокруг него сюжет. Выбор персонажей также отличает плакат от простого рекламного описания товара.

Плакат как разновидность графики обладает широким жанровым разнообразием. Виды жанров плаката

определяются множеством областей применения плаката, разнообразием заказчиков и задач, стоящих перед графическим дизайнером. Исследователи условно выделяют несколько жанров плаката, чаще всего упоминаются следующие:

1) *Рекламный плакат* – создан по заказу какой-либо фирмы для продвижения ее продукции. В таких плакатах указывается или изображается продукт или его название, а также фирма-производитель, цены товара, фирменный знак;

2) *Политический плакат* – создан для политической агитации и пропаганды. В зависимости от задач по своему политическому содержанию может быть революционным, военным, антивоенным, сделанным по заказу или художником самостоятельно и выразить личную точку зрения на освещаемое событие;

3) *Театральный плакат (афиша)* – создан для анонса театральных представлений. Афиша чаще представляет собой текстовый анонс с формальной информацией о времени, месте проведения события, в то время как театральный плакат – это иллюстрация и визуальный комментарий дизайнера, посвященный событию;

4) *Киноплакат (постер)* – создан для анонса и продвижения кинофильмов. Содержат информацию о выходе фильма и крупное изображение персонажей, кадров фильма. Выделяются плакаты общие, плакаты, изображающие отдельных персонажей фильма. Также в настоящее время выделяются альтернативные киноплакаты, посвященные фильму или режиссеру, актерам, персонажам и т.д., созданные художниками-дизайнерами самостоятельно для себя, так и по заказу арт-галерей или киностудий. Альтернативный киноплакат – это обычно художественная интерпретация фильма, рефлексия художника;

5) *Социальный плакат* – созданный для привлечения внимания к актуальным проблемам общества. Выделяют две задачи социального плаката: гуманистическая, способствующая включению в проблемы

общества, и образовательная, способствующая личностному росту человека и расширению кругозора. Через социальный плакат транслируются проблемы, раскрывающие идеалы культуры и ценности, дается комментарий и рефлексия над определёнными событиями и призыв к действию или усилию.

6) *Экологический плакат* – предназначен для привлечения внимания к проблемам окружающей среды, отношениям человека и природы, рационального потребления природных ресурсов, техногенным катастрофам, утилизации отходов и т.д. Выделяют два направления экологического плаката: а) *предупреждающий* – призывающий зрителя изменить свое отношение к природе и предупредить об опасности; б) *рассказывающий о катастрофах* – рассказывающие о ужасе последствий халатного отношения к природе, факте ее разрушения уже сейчас. Отсюда экологический плакат необходимо лаконичный и яркий, минималистичный или предельно натуралистичный, бросающий ясное сообщение и вызывающий эмоциональный отклик у зрителя, вырывающий его из повседневного бытия.

7) *Образовательный плакат* – используется в образовательных учреждениях (например, в медицинских, военных, технических, естественно-научных институтах, училищах, школах) для наглядной демонстрации устройства различных организмов, структур, механизмов, по которым учащиеся запоминают их строение (Montagna, 2017), местность (географические карты). Поджанром образовательного плаката может являться *стендовый доклад* – плакат, который создают участники конференций, где наглядно представляют результаты исследований с помощью изображений, графиков и текста. В 2000-х гг. появляется инфографика как поджанр плаката, художественно представляющий количественные данные.

Плакат России. Печатная реклама в России известна со времен домонгольской

Руси (Malyh, Luchkova, 2017), где практиковалось изготовление ремесленных клейм. С XIX в. В России издаются печатные журналы, рекламные плакаты, русская открытка. На развитие искусства плаката и графического дизайна в целом повлияли развитие капиталистической экономики в России, искусство модерна, искусство ар-нуво (творчество Ж. Шере, О. Бердсли). В то же время основой русского дизайна стали исследования русского народного искусства и промыслов допетровского времени. Результатом этого стало издание методических пособий по русскому проектированию: «История русского орнамента», «История русской вышивки», «Мотивы русской архитектуры». «Строгановский книгописный подлинник» становится образцом шрифтов (вязь и полуустав) (Chernykh, 2013) и книжных украшений. Эти процессы схожи с деятельностью «Движения искусств и ремёсел». В Абрамцево и Талашкино создаются единые ремесленные мастерские, которые финансировали С. Мамонтов, С. Дягилев, М. Тенишева. Создаются музеи русской старины, ведется обучение ремеслам.

Образцами русского графического дизайна рубежа XIX – XX веков становятся журналы «Мир искусства» и «Золотое руно». Результаты работы художников-плакатистов (театральные афиши, промышленно-торговый, книготорговый плакат, выставочный плакат) были представлены на Первой Международной выставке художественных афиш 1897 г. и выставке «Искусство в книге и плакате» 1912 г. в Петербурге. С одной стороны, торговый плакат создавался согласно законам о печати и был строго регламентирован: было обязательно указание типографий, торгового знака, изображаемого объекта (Travnikova, 2015), его живописная техника напоминала ранние французские афиши. В то же время в нем использовалась стилизация, стилизованные шрифты, персонажи русского фольклора, персонажи-символы, свидетельствующие о качестве товара. Наиболее известные авторы русского

графического дизайна рубежа веков – В. Серов, М. Врубель, И. Билибин, М. Васнецов, А. Бенуа, Л. Бакст, Е. Лансере, Е. Поленова. В связи с историческими событиями в 1905 г. и 1914-1918 гг. также становится востребованным жанр политического и социального плаката (Arkhipova, 2019).

Плакат России в XX в.

Плакат нового исторического этапа – советской России, 1917-1930-х гг. называют авангардным или конструктивистским. Язык конструктивистского плаката сложился из авангардной живописи супрематизма, кубофутуризма, лучизма. В 1919 г. ученики К. Малевича основали группу «УНОВИС» (Утвердители нового искусства), где работали над абстрактной живописью и предметным дизайном. На этой основе и при схожих обстоятельствах с школой Баухаус в 1920 г. в СССР появляется дизайн-школа ВХУТЕМАС (Высшие художественно-технические мастерские), выпускающая типографов, промышленных дизайнеров (проектировщиков промышленных товаров). Авторы плакатов активно участвовали в политической жизни страны, создавали пропагандистские плакаты («Окна РОСТА»), афиши, киноплакаты, рекламные плакаты (для ГУМа, Моссельпрома, Ленгиз, Резинотрест), издавали журналы «ЛЕФ», «Современная архитектура», «СССР на стройке», «Строительство Москвы», «Кино-фот» (Khan-Magomedov, 1995). Самые крупные мастера-конструктивисты: К. Малевич, А. Крученых, В. Хлебников, М. Ларионов, Н. Гончарова, С. Телингатер, А. Кравцов, Н. Грановский, И. Зданевич, В. Маяковский, братья Стенберги, Г. Клуцис, А. Родченко, В. Степанова. В 1922 проходит выставка авангардных художников, где советские дизайнеры знакомятся с работами немецких художников-модернистов. Многие авторы (Кандинский, Лисицкий) были хорошо известны в Германии и работали вместе с дизайнерами Баухауса. Из особенностей конструктивистского плаката можно выделить яркость, ясность, плоскостность, монументальность, единство текста и

изображения, рубленый шрифт, коллаж, фотомонтаж, крупные планы, острые диагональные ракурсы, плоские заливки в 2-3 цвета, упрощение форм до геометрических фигур.

Одновременно с конструктивистским плакатом выпускаются пропагандистские, агитационные плакаты, посвященные Гражданской войне, электрификации, всеобщей грамотности, порядку на производстве. Они были основаны на традиции лубочных картинок, карикатуры, графики «Мира искусства». Подобный плакат был полностью рисованным, с рубленным шрифтом, яркими цветами, что делало его эмоциональным и живописным, но также имел более сложное послание. В. Полонский называл такой жанр «революционным лубком» (Polonskii, 1925: 112). В этом направлении над плакатами работали: Д. Моор, В. Дени, А. Алсит, И. Малютин, М. Черемных, В. Лебедев.

1930-1980-е гг. можно отнести к плакату социалистического реализма. Актуальным становится агитационный плакат, посвященный новой реальности – социалистическому строительству, индустриализации, коллективизации, новой производственной культуре, пролетарской повседневности, продвижению советской продукции, кино. Плакат подчиняется стилю социалистического реализма и становится предельно конкретным, фигуративным или предметным. В нем используется ретушированные фото (в 30-е годы Г. Клуцис продолжал использовать фотомонтаж (Maksimenko, 2021: 17), с небольшими тоновыми переходами на плоском одноцветном фоне с разнообразными шрифтами. Героями плаката становятся рабочий и работница, колхозник, пионер. Среди мастеров плаката соцреализма стоит отметить следующих: А. Андреади, С. Сахаров, А. Побединский, В. Трухачев, Ю. Цейров.

Политический и агитационный плакат становится особо актуальным в годы Великой Отечественной войны, его изданием занимались «Окна ТАСС». Он был рисованным с ярким эмоциональными образами и запоминающимся емкими

призывами («Отомсти!», «Родина-мать зовет!», «Раздавить фашистское чудовище» и т.д.), обращенные к солдатам и труженикам тыла. Плакаты изображали советских солдат, гражданских жертв, врага (как в устрашающем, вызывающем ненависть, так и карикатурно), русских богатырей, великих полководцев — Александра Невского, А. В. Суворова, М. И. Кутузова (Fedosov, Konev, 2015). Новости фронта и общемировой ход войны немедленно отражался в плакатах и карикатурах, высмеивающих неудачи врага (напр. творчество Кукрыниксов), вызывающие уверенность в победе над врагом.

Послевоенный плакат 1950-60-х гг. продолжает традиции плаката 1930-х гг. и стилистически мало от него отличается. Тематически он посвящен послевоенному восстановлению, победе над фашизмом, патриотическому воспитанию. В период оттепели (1960-е) в искусство книги и плаката (обычно в театральную афишу) возвращается язык модерна, ар-нуво, русского авангарда. В дизайне книги практикуется ксилография (известные мастера — В. Фаворский, А. Гончаров, И. Фомина, С. Пожарский, С. Телингатер), в афише используются разные гарнитуры, либо рисованные шрифты, возвращение к языку метафоры.

К 1970-м гг. отечественные авторы выставочного плаката обращаются к интернациональному стилю (используют шрифты Helvetica и Univers, строят композиции из надписей, используют геометрические фигуры), а иногда и к американскому «психоделическому стилю» 60-х (мастера К. Литвинов, А. Денисов, А. Альперович, Е. С. Цвик, Д. С. Бисти, А. Каждайлис, И. Кравцов, В. Акопов, В. Синюкаев, Ю. Галкус, В. Каушинис, И. Гудмонас (Lyakhov, 1977)).

Период 1980-1990-х гг. относят к плакату «перестройки». Плакат этого периода в основном социальный и политический. К концу 1980-х гг. под влиянием принятой политики «гласности» сложилось явление независимого авторского плаката. Тем не менее, до 1991 г. государственное издательство

«Плакат» не издавало массовые тиражи политических плакатов, большинство из них были представлены на всесоюзных выставках «Совесть» (1988-1990 г.), «Гласность» (1989), Третьей Выставке ленинградского плаката 1987 г. Многие сохранились только в авторских оттисках. Плакат перестройки отличается иронией, сарказмом, высмеиванием принятых советских идеологических лозунгов. Ставит под сомнение влияние лидеров КПСС (Л.И. Брежнев, М. С. Горбачев – частые персонажи «перестроечных» плакатов), личность В.И. Ленина, выставляя их идеи как старую отмершую догму, не связанную с реальностью (Vashchuk, 2013), утопию. Критиковались особенности жизни в СССР, неэффективная плановая экономика (плакат «После срока сдадим в срок!»), махинации финансирования политических партий и комсомола («Комсомол не кормушка»), «показуха» – напускная видимость благополучной и изобильной жизни разрушительная бюрократия, «застой», отношения старшего поколения и молодежи (Kidina, Vasil'ev, 1989). В других плакатах авторы, напротив, обращали внимание, что «взрыв» общественного негодования, развенчания «культы личности» намеренно призван отвлечь от политических процессов современности, высмеивали культ потребления западной массовой культуры. Плакат обращался к темам отделения личности от общества и государства, свободы, религиозности, личной ответственности. Часто плакат заимствует уже знакомые темы и образы советской культуры, помещая их в высмеивающую метафору.

Современный российский плакат (с 1990-х гг. по настоящее время) представляет коммерческую рекламу, художественный, политический плакат. На развитие российской рекламы повлияла либерализация экономики, появление множества компаний, брендов, конкуренция между ними. Появляются рекламные агентства, дизайн-студии, принимающие заказы на фирменный стиль, айдентикку. Современный плакат базируется на принципах ясности,

привлекательности, возвращается к традициям модерна, художников-конструктивистов, швейцарской школы, и в целом оперирует любыми стилями дизайна. Также многие авторы активно разрабатывают растровые кириллические шрифты. Образцы современного художественного плаката представляются на конкурсе графического дизайна «Золотая пчела». Среди авторов современного плаката наиболее известные: С. Серов, И. Гурович, Э. Белоусов, Ю. Гордон, Д. Барбанель.

Краткий обзор истории европейского, американского и российского плаката наглядно показал, что разнообразие жанров плаката проявлено во множестве сфер применения во всех странах. Развитие плаката происходит в зависимости от развития экономики, технологий, актуально-исторической ситуации в мире. Начиная с XIX века плакат всех стран развивается синхронно друг с другом в контексте направлений и открытий в искусстве, что характеризует плакат как общемировое явление искусства с локальными особенностями развития.

Образ Севера в искусстве советского плаката 1920-1960 гг.

Образ Севера в искусстве советского плаката 1920-1960 гг. получил развитие в период освоения арктических территорий Советским Союзом в 1922-1939-х гг. (Zamaraeva, 2022). Важное место в истории освоения советской Арктики занимает «культурная революция» — процесс, который заключался в том, чтобы включить народы Севера в политическую, экономическую, культурную (Onishchuk, 1986) жизнь страны. Это решалось через этнографические исследования, партийное строительство, ликвидацию безграмотности, культурное просвещение. Для культурного просвещения среди народов Севера использовались красные чумы, красные яранги, культбазы - передвижные сооружения, которые в 1920-1960 гг. выполняли функции медпункта, библиотеки, культурно-просветительского пункта. Они были нужны для обслуживания бригад кочующих

оленоводов (Pchelkina, Pimenova, Zamaraeva [i dr.], 2022). Красные чумы и культбазы были оснащены всеми необходимыми вещами, книгами, газетами, печатной продукцией, в том числе агитационными плакатами.

Приведенные ниже плакаты можно разбить на несколько основных сюжетов и упорядочить хронологически с 1920-х до конца 1960-х гг. 1920-е — открытие северного морского пути, годовщина Великого Октября; 1930-е — спасение экипажа парохода «Челюскин», спасение участников первой научно-исследовательской дрейфующей станции «Северный полюс-1», политическая агитация среди туземных народов; 1940-е — завершение дрейфа ледокола «Георгий Седов», традиционное хозяйство народов Севера, помощь фронту в годы Великой Отечественной войны; 1960-е — природные богатства Севера, воспитание детей. Становится видно, какие события и процессы, представленные в плакатах, были важны на протяжении почти всего существования советского государства и как они соотносятся с актуальной исторической ситуацией.

Таким, образом, основные сюжеты плакатов: географические открытия советских ученых; пропаганда ленинской национальной политики; научение коренных жителей правилам жизни, принятым в СССР (санитарное просвещение, ликвидация безграмотности политическая активность). Плакаты печатались на русском и на родных языках жителей севера (например, на чукотском, ненецком, якутском).

Очевидно, что вместе с развитием советского государства развивалась и репрезентация коренных народов Севера. Так, в плакате 1929 г. «Октябрьская годовщина на Севере» (рис. 1) представлена демонстрация, в которой участвуют туземные народы.

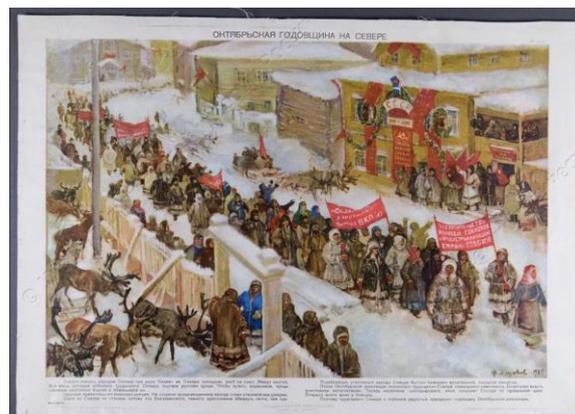


Рис. 1. Неизвестный художник «Октябрьская годовщина на Севере», литография, 37х51 см. 1929 г. Музей политической истории России.

Северный поселок застроен избами и похож на обычную деревню. Туземцы идут и едут на санях по центральной улице, одетые в национальные одежды с красными транспарантами в руках. Справа от них украшенная изба, слева загон с северными оленями. Персонажи, проходящие мимо избы, взмахами рук приветствуют стоящих на крыльце избы. Внизу плаката написан текст, где рассказывается о суровом климате Севера, что туземные народы были в экономической зависимости и терпели обман и грабеж от царской и колчаковской власти. «После Октябрьской революции положение трудящихся улучшилось, население кооперировано, меха покупает госторг по правильной цене, построены школы и больницы. Поэтому трудящиеся Севера с глубокой радостью празднуют годовщину Октябрьской революции». Плакат рассказывает историю освобождения туземных народов и передает праздничное настроение и оптимизм коренных народов, у которых появилось будущее и крепкая опора, что видно в людной улице и загоне с множеством оленей.

Плакаты 1930-х гг. представляют собой наглядную агитацию среди туземных народов и выполнены в ярком приближенном к авангардному стилю с геометрическими плоскими заливками и рубленным шрифтом. Две главные темы — ликвидация безграмотности и политпросвет. Так, в плакате Г. Хорошевского «Выбирай в туземный совет

трудящихся. Не пускай шамана и кулака» 1931 г. (рис. 2) туземцев агитируют участвовать в выборах депутатов 1931 г. Цель выборов — активизировать деятельность низовых партийных и советских органов по разъяснению политики Советского государства, принципов Советского национально-государственного строительства, привлечению трудящихся северян к перевыборам и делам управления. К тому же была изменена структура органов власти и вместо родовых Советов и районных исполнительных комитетов была учреждена 4-х частная система — сельский (туземный) Совет, район, округ, край (область). Родовая власть, шаманы, кулаки, представители духовенства лишались избирательных прав. Представительство коренных народов было частью политики коренизации местных органов власти.



Рис.2. Г. Хорошевский «Выбирай в туземный совет трудящихся. Не пускай шамана и кулака», 75x52 см. ОГИЗ—ИЗОГИЗ. 1931 г. Государственный центральный музей современной истории России.

Плакат разделен на три части, залит плоскими цветами. В левой части на

оранжевом фоне под словами «выбирай трудящихся» изображен депутат в окружении избирателей. В правой верхней части на белом фоне под словами «совет» изображен «кочевой» колхоз — два чума, крестьяне-кочевники и северные олени. В нижней части на черном фоне под словами «не пускай шамана и кулака» в противоположную от депутатов сторону идут кулак в белых одеждах и шаман с бубном с недовольным видом. Таким образом художник отметил конец старого, «темного» уклада жизни, на смену которому пришли молодые деятельные депутаты, чье благополучие в их собственных руках.

Другой плакат на политическую тематику, решенный похожим образом, отмечает результаты и возможности ленинской национальной политики. Плакат М. Волковой 1934 г. «Ленинская национальная политика — залог социалистического расцвета отсталых национальностей Советского Севера» (рис. 3)



Рис. 3. М. Волкова «Ленинская национальная политика - залог социалистического расцвета отсталых национальностей Советского Севера», 1934 г., 68,8x102 см. Бумага, ткань, литография. Государственный Исторический Музей.

Здесь плакат разделен на три треугольника. В центральном — рабочий туземный поселок, где есть сани с припасами, загоны для оленей, кооператив, школа, сельсовет. На украшенной трибуне стоят молодые туземные депутаты, которые жестом зовут к себе и произносят речь товарищам. Позади них

метафорический образ Ленина с аналогичным жестом, чьи задачи исполняют эти депутаты. Навстречу им из нижнего темного треугольника на санях, запряженных оленями, едет охотник с семьей. Он поднял ружье, ствол у которого перевязан красной повязкой, как бы давая условный сигнал. Это ружье становится фонарем или факелом, которое сквозь тьму прокладывает путь к цели. В верхнем темном треугольнике в том же направлении семья из двух персонажей едет на собачьей упряжке. В нижнем правом углу лозунг плаката. Национальная политика представлена художником как луч света, образ светлого будущего, к которому стремятся туземные народы. Это возможности лучшей жизни.

В плакате «Грамотный обучи неграмотного. Грамотному легче строить новую хорошую жизнь» 1932 г. (рис. 4) представлена работа по ликвидации безграмотности среди коренных народов. Плакат написан на ненецком языке с русским переводом. Справа крупно показан персонаж-ненец с книгой «Jadəj wada» в руках. «Jadəj wada» (нен. »Новое слово») 1932 г. — это ненецкий букварь под редакцией Г. Н. Прокофьева и других авторов (Lyublinskaya, 2017: 36). Сверху надпись красным цветом «Грамотный обучи неграмотного. Ленин» ненецком и русском языке. Под надписью красным контуром рисунок промышленных зданий. Слева внизу стоянка кочевников, которые читают букварь и общаются друг с другом. Ниже школьный класс, где ученики занимаются чтением и письмом под руководством учителя. Справа на стене класса висят карты западного и восточного полушарий и портреты вождей.



Рис. 4. Неизвестный художник. «Грамотный! Обучи неграмотного. Грамотному легче строить новую хорошую жизнь», 1932 г., 69 x 50 см. На ненецком и русском языке.

Ниже магазин, где происходит продажа шкур. Позади прилавка надпись на ненецком языке. Ниже надпись черным цветом «Грамотному легче строить новую хорошую жизнь». Плакат призывает помогать товарищам учиться. Приведенные коммуникативные ситуации наглядно показывают важность знания родного языка.

Плакаты 1940-х гг. в первую очередь призывают колхозников помогать фронту. Репрезентантом темы помощи тыла фронту в плакате можно считать работы якутского художника и искусствоведа Л. Габышева: «Больше рыбы фронту!» 1942 г. (рис. 5), «Дойдуга уонна фронтна элбэх түүлээҕи биэриэҕин! Дадим стране и фронту больше пушнины!» 1943 г. на якутском языке (рис.6).



Рис. 5. Л. М. Габышев «Больше рыбы фронту! Колхозники и колхозницы рыболовецких бригад и колхозов! Успешное проведение путины равно крупной победе на фронте». 1943 г. 60,3 x 46,6 см. бумага, цинкография.

На плакате в графической манере без цвета крупным планом изображен персонаж, демонстрирующий крупную рыбу. Позади него другие рыбаки достают сетями большой улов. На рис. 6. изображен охотник с добычей в руках и на плече с ружьём в руках. Позади него белым и голубым цветом условно показаны снега и северное сияние. Внизу надпись на якутском языке. Тема помощи стране олениной и пушниной еще будет актуальна в послевоенные 1950-е в годы (рис. 7) и 1960-е (рис. 8).



Рис. 6. Л.М. Габышев. «Дойдуга уонна фронтга элбэх түүлээби биэриэбин! Дадим стране и фронту больше пушины!». 1943 г. 60x43 см. бумага, линогравюра цветная. На якутском языке.



Рис. 7. Н. Н Стасевич. «К'ора гынрэтылыторэ! Мыньылынэт о'ратнотагты. Нымкээв коратакэчгит ынкъам н'элгит! Оленеводы! Дадим Родине больше оленьего мяса и шкур!». На чукотском языке. 1956 г. 41,8 x 60 см. Магаданское книжное издательство.

Плакат Н. Стасевича один из серии плакатов, выпущенных к зональному совещанию оленеводов Северо-Востока страны, состоявшегося в г. Магадане в январе 1958 г. Это рисованный плакат из 4 плоских цветов. На переднем плане

изображен оленевод, с улыбкой показывающий выращенного им оленя и стадо позади него. Так же, как и на плакатах 1940-х гг., в плакате представлены большие богатства, которыми делятся оленеводы. На плакате 1960-х природные богатства Якутии показаны в виде аллегии – девушки в национальном якутском костюме, из которого появляются алмазы. За ее спиной трехуровневый орнамент – внизу узор из песцов, дальше олени и вверху добывающие заводы под ярким солнцем.

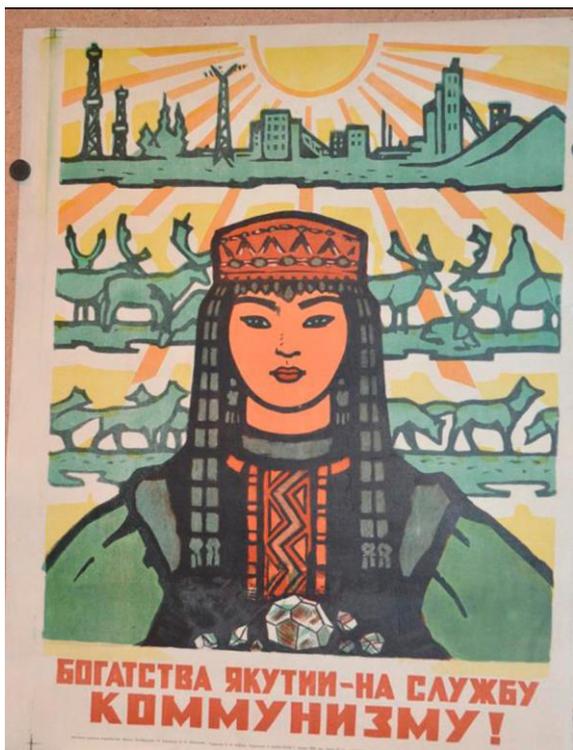


Рис.8. Н. Зелинский. «Богатства Якутии – на службу коммунизму!» 1964 г. 69,4 x 53,2 см. Национальный художественный музей Республики Саха (Якутия).

Плакаты 1940-1950 гг., посвященные культурному воспитанию туземцев, представляют собой часть «культурного строительства», советской культурной политики, весьма неоднозначно оцениваемой некоторыми исследователями. Так, в плакатах указаны правила соблюдения гигиены, уборки чума, ухода за одеждой, принятой в русском обществе, но не среди туземцев. Исследователь освоения советского Севера Ю. Слезкин отмечает, что сперва в 1930-х гг. культурное научение правилам гигиены среди мужчин не давало результата, но

стало эффективнее для женщин, несмотря на то, «что ванны воспринималось как мучительное и оскорбительное испытание, а то, что для одних было зловонным символом подчинения, для других было важным религиозным оберегом» (Slezkin, 2008: 266). То есть такие культурные практики не были актуальны у туземных народов. Тем не менее, плакаты 1940-1950-х гг. старались доносить до туземных народов важность этих практик.

Так, в плакате А. Малушина «Следите за чистотой в чуме» 1940 г. (рис. 9) нарисована уборка женщин в чуме. Молодая женщина на переднем плане подметает пол, вторая шьёт.



Рис. 9. А. Малушин «Следите за чистотой в чуме». Репродукция плаката 1940 г. Контакт-культура, 2005. 18 x 13 см. РГБ.

Надпись внизу красными буквами на белом фоне «Следите за чистотой в чуме, ежедневно подметайте пол, обрызгав его водою. Чаще чистите доски пола ножом. Не надо плевать на пол». На ту же тематику есть серия плакатов для народов Крайнего Севера неизвестного художника 1954 г. «Переходите жить в дома!», «Чистота

сохраняет здоровье», «Следите за чистотой белья и одежды!», созданных в стиле соцреалистических плакатов того времени по заказу Института Санитарного просвещения Министерства здравоохранения СССР. (рис. 10-12). В этой серии представлены основные правила для ухода за собой и жилищем. Возможно, их размещали в красных чумах или фельдшерских пунктах. На плакатах нарисованы улыбчивые туземцы, наученные ухаживать за собой. Они моются, стригут волосы, женщины стирают и чинят одежду. Так же туземцев призывают строить колхозные посёлки и пользоваться в них банями. Видимо так авторы представляли результаты советской национальной политики, которая бы проявлялась в том числе в стандартных колхозах на Севере, в которых есть все необходимое для жизни и меньше рисков для здоровья северных народов. Вероятно поэтому в плакатах такое внимание уделено образу стандартного колхоза и пропаганде к оседлому или полуоседлому образу жизни среди туземных народов.



Рис. 11. С.Е. Бояновский «Следите за чистотой белья и одежды!». 1954 г. Таймырский краеведческий музей. ТКМ ГИК 749/2.

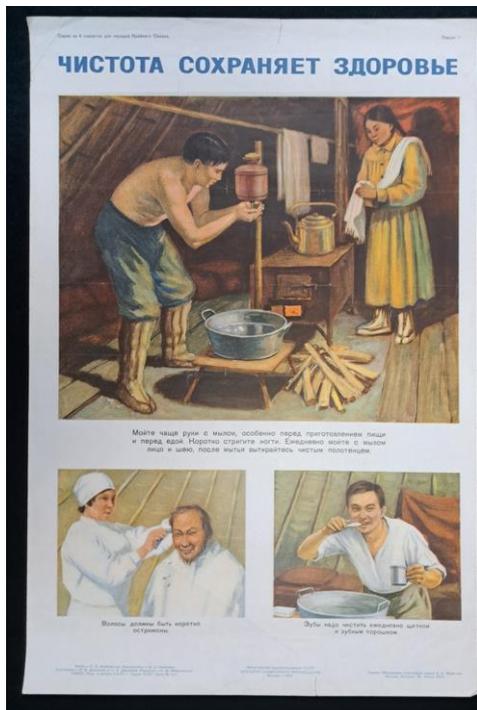


Рис. 10. С.Е. Бояновский «Чистота сохраняет здоровье». 1954 г. Таймырский краеведческий музей, ТКМ ГИК 749/1



Рис. 12. С.Е. Бояновский «Переходите жить в дома!». 1954 г. Таймырский краеведческий музей. ТКМ ГИК 749/4.

Заключение

В статье рассмотрены основные этапы развития плаката западных стран и России, указаны основные черты, мастера, особенности плаката этих периодов. В советских плакатах на тему освоения Севера 1920-1960-х гг. репрезентированы важнейшие исторические события, освоение советского Севера, практики СССР по интеграции коренных жителей в жизнь страны. Север представлен в

советских плакатах весьма динамичным и сложным регионом, мощной природной силой, которую было весьма непросто приручить, также как и наладить связь с местными кочевыми народами. Плакаты на тему освоения советского Севера 1920-1960 гг. отражает основные современные плакатные визуальные приемы, имеет прямое отношение к национальной политике СССР, нередко плакаты печатаются на родном языке народов Севера.

Библиографический список

1. Архипова, Н. А. Социальный плакат в Российской империи (конец XIX-начало XX вв.) [Текст] / Н.А. Архипова // Вестник славянских культур. – 2019. – Т. 51. – №. 1. – С. 231-242.
2. Ващук, О. А. Социально-политический плакат эпохи перестройки : карнавално-утопическое в коммуникативном пространстве «поздней советской цивилизации» [Текст] / О.А. Ващук // Вестник Санкт-Петербургского университета. Искусствоведение. – 2013. – №. 2. – С. 232-240.
3. Замараева, Ю.С. Культурологическое исследование государственной культурной и национальной политики советского периода [Текст] / Ю.С. Замараева // Специфика этнических миграционных процессов на территории Центральной Сибири в XX–XXI веках: опыт и перспективы : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Красноярск, 25–27 ноября 2021 года / отв. за вып. Н. П. Копцева. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2022. – 268 с.
4. Люблинская, М. Д. Соответствие орфографии и произношения в ненецком языке [Текст] / М.Д. Люблинская // Языки малочисленных народов России: устное vs. письменное. – 2017. – С. 36.
5. Ляхов, В. Н. Советский рекламный плакат и рекламная графика : альбом. [Текст] / В.Н. Ляхов [Текст] / В.Н. Ляхов // – 1977.
6. Максименко, Е. П. «Марш пятилетки» в зеркале фотомонтажа : опыт исторической интерпретации советских плакатов начала 1930-х гг. (на примере работ Густава Клуциса «Вернем угольный долг стране» и «Реальность нашей программы») [Текст] / Е. П. Максименко // Наука. Общество. Оборона. – 2021. – Т. 9. – №. 2 (27). – С. 17-17.
7. Малых, И. И., Лучкова В. И. Этапы становления и развития рекламы в странах Европы и России [Текст] / И. И. Малых, В. И. Лучкова // Новые идеи нового века : материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Тихоокеанский государственный университет, 2017. – Т. 1. – С. 270-276.
8. Нациестроительство на территории Эвенкийского и Таймырского национальных округов в 1920-1970-е гг.: культурные и художественные практики [Текст] / Д. С. Пчелкина, Н. Н. Пименова, Ю. С. Замараева [и др.] // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2022. – Т. 15, № 10. – С. 1465-1479.
9. Онищук, Н. Т. Создание советской национальной государственности народностей Севера. [Текст] / Н.Т. Онищук //— Томск. Изд-во Том. ун-та, 1986.— 156 с.
10. Перестройка и мы : альбом-каталог Всесоюзной выставки плакатов, посвященной 70-летию ВЛКСМ [Текст] / Н. А. Кидина, В. В. Васильев; вст. ст. : О. М. Савостюк // - Москва : Плакат, 1989. - 132 с.

11. Петухова, Е. А. Искусство западноевропейского и американского плаката конца XIX века в зарубежной и отечественной историографии [Текст] / Е. А. Петухова, Д. Г. Янченко // Труды исторического факультета Санкт-Петербургского университета. – 2013. – № 16. – С. 208-231.
12. Полонский, В. Русский революционный плакат. [Текст] / В. Полонский // – Государственное издательство, 1925. С. 112.
13. Слэзкин, Ю. Арктические зеркала: Россия и малые народы Севера [Текст] / Ю. Слэзкин // Авторизованный пер. с английского О. Леонтьевой. - М.: Новое литературное обозрение, 2008. — 512 с.
14. Травникова, И. В. Государственная политика Российской империи в области издательского дела во второй половине XIX в. [Текст] / И.В. Травникова // XXI century : Resumes of the Past and Challenges of the Present plus. – 2015. – С. 138.
15. Федосов, Е. А., Конев К. А. Советский плакат времен Великой Отечественной войны : общенациональный и региональный аспекты [Текст] / Е. А. Федосов, К. А. Конев // Русин. – 2015. – № 2 (40). – С. 189-209.
16. Хан-Магомедов, С. О. Пионеры советского дизайна. [Текст] / С.О. Хан-Магомедов / – 1995.
17. Черных. Д. Г. Значение русских традиционных орнаментальных мотивов для развития современного графического дизайна [Текст] / Д.Г. Черных // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия : Социально-гуманитарные науки. – 2013. – Т. 13. – №. 1. – С. 113-117.
18. Hiatt, C. Picture posters : A short history of the illustrated placard, with many reproductions of the most artistic examples in all countries. / C. Hiatt // London, 1895.
19. Key, M. The Passing of the Poster / M. Key // Brush and Pencil. 1899. Vol. 4. No. 1. P. 12–19.
20. Montagna, E. et al. Posters as an instructional strategy for interdisciplinary teaching : An approach for applying anatomy to practical situations in a pharmacy course / E. Montagna // Journal of Morphological Sciences. – 2017. – Т. 28. – №. 4. P. 260-267.
21. Rogers, W. S. The Modern Poster : Its Essentials and Significance / W.S. Rogers // Journal of the Royal Society of Arts, JANUARY 23, 1914, Vol. 62, No. 3192 (JANUARY 23, 1914), 190-191 p.
22. Sontag, S. Posters : Advertisement, art, political artifact, commodity / S. Sontag // The Art of Revolution. – 1970. – Т. 96. P. 197.

References

1. Arkhipova, N. A. (2019). Social poster in the Russian Empire (late 19th - early 20th centuries). *Bulletin of Slavic Cultures*, 51(1), 231-242.
2. Chernykh, D. G. (2013). The significance of traditional Russian ornamental motifs for the development of modern graphic design. *Bulletin of South Ural State University. Series: Social Sciences and Humanities*, 13(1), 113-117.
3. Fedosov, E. A., & Konev, K. A. (2015). Soviet posters of the Great Patriotic War: National and regional aspects. *Rusin*, 2(40), 189-209.
4. Hiatt, C. (1895). *Picture posters: A short history of the illustrated placard, with many reproductions of the most artistic examples in all countries*. London.
5. Key, M. (1899). The passing of the poster. *Brush and Pencil*, 4(1), 12–19.
6. Khan-Magomedov, S. O. (1995). *Pioneers of Soviet Design*.
7. Kidina, N. A., & Vasiliev, V. V. (1989). *Perestroika and Us: Album-catalog of the All-Union poster exhibition dedicated to the 70th anniversary of the Komsomol*. Moscow: Plakat.
8. Lyakhov, V. N. (1977). *Soviet advertising poster and graphic design: Album*.
9. Lyublinskaya, M. D. (2017). Correspondence of orthography and pronunciation in the Nenets language. In *Languages of Small Peoples of Russia: Oral vs. Written* (p. 36).

10. Maksimenko, E. P. (2021). «The March of the Five-Year Plan» in the mirror of photomontage: An attempt at historical interpretation of Soviet posters of the early 1930s (on the example of Gustav Klutsis' works «Let's Return the Coal Debt to the Country» and «The Reality of Our Program»). *Science. Society. Defense*, 9(2), 17.
11. Malykh, I. I., & Luchkova, V. I. (2017). Stages of the formation and development of advertising in Europe and Russia. *New Ideas of the New Century: Materials of the International Scientific Conference FAD TOGU*, 1, 270-276. Pacific National University.
12. Montagna, E., et al. (2017). Posters as an instructional strategy for interdisciplinary teaching: An approach for applying anatomy to practical situations in a pharmacy course. *Journal of Morphological Sciences*, 28(4), 260-267.
13. Onishchuk, N. T. (1986). *Creation of Soviet national statehood of the peoples of the North*. Tomsk: Tomsk University Press.
14. Pchelkina, D. S., Pimenova, N. N., Zamarayeva, Y. S., et al. (2022). Nation-building in the Evenki and Taimyr national districts in the 1920-1970s: Cultural and artistic practices. *Journal of Siberian Federal University. Humanities Series*, 15(10), 1465-1479.
15. Petukhova, E. A., & Yanchenko, D. G. (2013). Art of Western European and American posters of the late 19th century in foreign and domestic historiography. *Works of the Faculty of History of St. Petersburg University*, (16), 208-231.
16. Polonsky, V. (1925). *Russian Revolutionary Poster*. State Publishing House.
17. Rogers, W. S. (1914, January 23). The modern poster: Its essentials and significance. *Journal of the Royal Society of Arts*, 62(3192), 190-191.
18. Slezkine, Y. (2008). *Arctic Mirrors: Russia and the Small Peoples of the North* (O. Leontyeva, Trans.). Moscow: New Literary Review.
19. Sontag, S. (1970). Posters: Advertisement, art, political artifact, commodity. *The Art of Revolution*, 96, 197.
20. Travnikova, I. V. (2015). State policy of the Russian Empire in the field of publishing in the second half of the 19th century. *XXI Century: Resumes of the Past and Challenges of the Present Plus*, 138.
21. Vashchuk, O. A. (2013). Socio-political posters of the Perestroika era: Carnavalesque and utopian in the communicative space of the «late Soviet civilization.» *Bulletin of St. Petersburg University. Art History*, 2, 232-240.
22. Zamarayeva, Y. S. (2022). Cultural study of state cultural and national policy of the Soviet period. In N. P. Koptseva (Ed.), *Specifics of ethnic migration processes in Central Siberia in the 20th–21st centuries: Experience and prospects: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, Krasnoyarsk, November 25–27, 2021* (p. 268). Krasnoyarsk: Siberian Federal University.