

EDN: FGTIYC
УДК 76.03/.09

The Genre of the Soviet Poster in the Fine Arts of 1917–1922

Natalya N. Pimenova*, Anna A. Shpak
and Tikhon K. Ermakov

*Siberian Federal University
Krasnoyarsk, Russian Federation*

Received 16.02.2023, received in revised form 28.02.2023, accepted 10.03.2023

Abstract. The article is devoted to the Soviet poster of the first five-year plan of Soviet Russia – 1917–1922. The poster in the period under consideration is one of the main genres of fine art, it is he who becomes the most responsive to current historical events and changes, and also accepts the actual challenges of the time. In this genre, an active search is being made for adequate forms of expression of current socio-political ideas and the introduction of the values of the new world under construction into the field of public consciousness. The article considers both the phenomena of poster art from 1917 to 1922 as a whole and presents an analysis of individual representatives of the poster of this time. The methodological basis of the study is the theory of fine arts by V. I. Zhukovsky and philosophical and art history analysis. The posters of A. P. Apsita “On the horse, proletarian!” (1918) and D. S. Moor “The enemy is at the gates! He brings slavery, hunger and death!” (1919). The study of posters demonstrates the specifics of the composition of actual images of this period and the originality of the artistic ideas of these works.

Keywords: poster genre, Soviet poster, 1917–1922, propaganda poster, constructivist poster, A. P. Apsit, D. S. Moor.

Research area: theory and history of culture, art.

Citation: Pimenova N. N., Shpak A. A. Ermakov T. K. The genre of the Soviet poster in the fine arts of 1917–1922. In: *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.*, 2023, 16(4), 580–593. EDN: FGTIYC



Жанр советского плаката в изобразительном искусстве 1917–1922 гг.

Н.Н. Пименова, А.А. Шпак, Т.К. Ермаков

*Сибирский федеральный университет
Российская Федерация, Красноярск*

Аннотация. Статья посвящена советскому плакату первой пятилетки Советской России – 1917–1922 гг. Плакат в рассматриваемый исследователем период выступает одним из главных жанров изобразительного искусства, именно он становится самым реагирующим на актуальные исторические события и перемены, а также принимает актуальные вызовы времени. В этом жанре активно ведется поиск адекватных форм выражения актуальных общественно-политических идей и внедрение в поле общественного сознания ценностей нового строящегося мира.

Статья рассматривает как феномены плакатного искусства с 1917 по 1922 г. в целом, так и представляет анализ отдельных репрезентантов плаката этого времени. Методологической основой исследования выступает теория изобразительного искусства В. И. Жуковского и философско-искусствоведческий анализ. В качестве анализируемых репрезентантов авторами выбраны плакаты А. П. Апсита «На коня, пролетарий!» (1918 г.) и Д. С. Моора «Враг у ворот! Он несет рабство, голод и смерть!» (1919 г.). Исследование плакатов демонстрирует специфику сложения актуальных образов этого периода и своеобразие художественных идей данных произведений.

Ключевые слова: жанр плаката, советский плакат, 1917–1922 гг., агитационный плакат, конструктивистский плакат, А. П. Аpsит, Д. С. Моор.

Научная специальность: 5.10.1 – теория и история культуры, искусства.

Цитирование: Пименова Н. Н., Шпак А. А., Ермаков Т. К. Жанр советского плаката в изобразительном искусстве 1917–1922 гг. *Журн. Сиб. федер. ун-та. Гуманитарные науки*, 2023, 16(4), 580–593. EDN: FGTYC

Введение

Тема советского плаката остается актуальной и даже приобретает все больший интерес исследователей по причине своей революционности, широты поисков решения задач плаката и средств художественного языка этого жанра. Во время первой пятилетки Советской России мастера плаката существенно трансформируют этот жанр. Зародившись ранее в области потребления и рекламы, а также эстетической афиши, плакат становится одновременно на рельсы демократизации и экспериментов в искусстве. При этом он по-прежнему обладает возможностью выстраивать общение с са-

мым широким кругом зрителей, зрителей не элитарных и искусственных, а даже только вставших на путь взаимодействия с искусством и просвещающихся в этом процессе. Язык плаката, совмещающий визуальное и вербальное сообщения, выступает одним из эффективных средств передачи и пояснения новых идеалов и передовых общественно-политических идей, основ строящегося нового социалистического мира. Не случайно исследователи истории советского плаката называют произведения 1917–1922 гг. средством формирования общественного сознания, организации коллективной психологии.

Методология исследования

Теоретико-методологической основой для проведения исследования выступает теория изобразительного искусства В. И. Жуковского (Zhukovskij, 2011). В рамках данной модели разработаны ключевые теоретические понятия, а также предложена общая схема философско-искусствоведческого анализа, что предоставляет исследователю-искусствоведу достаточно простой, но весьма действенный инструментарий, с помощью которого возможно изучение комплекса идей, которые могут быть обнаружены в том или ином произведении визуального искусства. На сегодняшний день существует достаточно большой массив источников, демонстрирующих продуктивность философско-искусствоведческого анализа в применении к исследованию произведений различных видов искусства (Avdeeva, 2020; Koptseva, 2022; Leshchinskaya, 2021; Novaya art-kritika, 2015; Semenova, 2011; Sitnikova, 2022; Sitnikova, Li, 2022; Sitnikova, 2020; Leshchinskaya, Sitnikova, Sertakova, Koptseva, 2022; Koptseva, Degtyarenko, Menzhurenko, Pchelkina, 2022).

Философско-искусствоведческий анализ подразумевает последовательное описание пространства художественного произведения в разных качествах – переходя от уровня взаимодействия исключительно цветовых пятен, через постепенное выделение персонажей и персонажных групп к генеральному синтезу всей идеи произведения в виде единой композиционной формулы, выражающей символическое содержание произведения. На каждом этапе исследователь предлагает определённое композиционное построение, которое в снятом виде содержит определённый пласт художественной идеи.

Предварительно говоря о возможностях использования философско-искусствоведческого анализа для исследования произведений плакатного жанра, стоит отметить некоторые особенности. Так, художественный образ плаката стремится быть предельно точным, а потому уровень взаимодействия краскоформ, как правило, не играет ведущей роли. Помимо этого, художественный образ плаката

специфичен в силу того, что большинство плакатов обладают некоторой центральной идеей – главным тематическим ядром, которое дополнительно подчёркнуто текстом. В то же время долгое общение зрителя с произведением предполагает углубление генеральной идеи, раскрытие всей её многоаспектности с возможным выходом и за пределы социоцентрического уровня религиозности, являющегося ведущим для плакатного жанра.

Как раз строгая привязка к исторической действительности и социальная направленность плакатного жанра предполагают чуть большее внимание к контексту создания того или иного произведения, поскольку именно актуальные потребности общества порождают запрос, который призван решить плакат. Именно поэтому, хотя философско-искусствоведческий анализ, разработанный В. И. Жуковским и не предполагает постоянного обращения к историческим реалиям создания произведения, в данном конкретном исследовании мы будем обращаться к отдельным аспектам, которые помогут нам точнее сформулировать особенности центральной идеи, лежащей в основе того или иного произведения.

Обзор исследований по теме

Советский агитационный плакат активно исследуется с позиции разных научных областей. Обширные исследования советского плаката в искусствоведении посвящены анализу как отдельно взятых произведений одного жанра или периода, так и обширных периодов в целом. Искусствоведческий анализ советского плаката позволяет выделить определенные закономерности развития. В данной статье анализируется революционный период, он является переходным, в это время происходит поиск максимально выразительной формы и выработка особого художественного языка плаката в контексте нового государства и общества.

Жанр советского плаката исследуется: в качестве формирования советской, национальной идентичности (Shpak, 2022), образа государства (Koptseva, Sitnikova, 2019),

истории советского плаката, проводится семиотический анализ текстов советских плакатов, проводится искусствоведческий анализ графических произведений.

Историей советского плаката занимается большое количество исследователей: В. П. Полонский (Polonskij, 1925), В. В. Лебедев, Н. Н. Пунин (Lebedev, Punin, 1922), Н. И. Бабурина (Baburina, 1990), А. Д. Сидоров (Sidorov, 1919), А. Д. Трихина (Trikhina, 2019), Е. В. Черневич (Chernevich, 1990), А. А. Сидоров (Sidorov, 1969), В. Б. Корецкий (Koreckij, 1958) и др.

Классифицируется советский плакат как по тематике, так и по временным периодам, которые обусловлены исторической ситуацией в России и СССР. Отдельно исследуются плакаты времени Великой Отечественной войны (Ulizko, 2014; Ageeva, Smetanina, 2020). Устанавливаются такие направления советского плаката, как просветительский, рекламный, детский, учебный и политический (Polonskij, 1925; Buryak, Ruchkina, 2022). Характеризуется с точки зрения точности, правильности, экономичности и краткости. С позиции семиотического анализа текстов, сопровождающих советский плакат, выступают следующие исследователи: Д. С. Быльева, В. В. Лобатюк, Н. Б. Смольская (Biljeva, Lobatjuk, Smol'skaja 2019; Nefedov, 2011; Ponomareva, 2016). Исследованием советского плаката в качестве инструмента формирования идентичности занимаются исследователи: В. О. Андреева (Andreeva, 2022), М. Ф. Николаева (Nikolaeva, 2012). Выделяются особые языковые средства, используемые в советском плакате в качестве культурной технологии. Тип графики – плакат активно тиражируется, копируется и воздействует на массы. Соответственно, требует особых сопровождающих текстов, емко вмещающих основной смысл произведения.

Помимо изучения формирования национальной идентичности рассматривается мифологическое мышление в качестве механизма формирования нового мировоззрения идеологии. Данный механизм эффективен и заключается в использовании таких приемов, как противопоставление

старой и новой эпохи, эсхатологический миф, (Chabina, 2022), эмоциональная окраска, отношение к реальности, присутствие «первообразов», создание целостной картины мира (Kosov, 2007).

Изучение иконографии советского плаката и анализ некоторых графических произведений можно встретить у исследователей: Е. А. Орех (Orekh, 2021), Ф. А. Кокен (Koken, 2004).

В рамках общего развития конструктивизма в России 1917–1922 гг. советский плакат рассматривается с позиций графического дизайна и целенаправленного художественного конструирования (Grin, Jorova, 2016).

Несомненно, по теме советского плаката создано большое количество научной литературы, но тем не менее не охватывающей в полной мере всей специфики направления. Продолжение изучения данного жанра открывает возможности для уточнения роли советского плаката 1917–1922 гг. в истории искусств и в истории становления СССР в целом.

Результаты

Жанр плаката в советском искусстве 1917–1922 гг.

Плакат – один из ведущих жанров изобразительного искусства первой пятилетки Советской России. Советский плакат выводит этот жанр в соответствии с идеологическими предпосылками из сферы потребительской или элитарной в пространство как можно более широкого круга зрителей с их достаточно рядовым опытом. Глобальное переустройство государства и общества требовало актуальных и эффективных средств и форм трансляции новых социальных идеалов и ключевых политических идей. Плакат в этой области задач был вне конкуренции, и очень быстро плакатное искусство заняло одну из лидирующих позиций как востребованный посредник в коммуникации новой реальности и граждан уже Советской России, во внедрении в общественное сознание идеалов Революции. Исследователи истории этого жанра изобразительного искусства называют

плакат времени становления СССР основным средством пропаганды социалистической идеологии (Chaus, 2010b), средством «организации коллективной психологии» (Polonskiy, 1925).

Плакат стал ареной классовой борьбы, сопротивления старому миру и всему, связанному с прежним мироустройством, утверждения новых идей и будущей победы строящегося социалистического общества, формирования сил гражданской войны и позитивного образа нового общественного порядка и власти. Мастера плакатного искусства – одни из тех представителей творческой интеллигенции, кто активно участвует в политической жизни страны. Один из интереснейших феноменов этого времени «Окна РОСТА». Это серия произведений массового агитационного искусства, созданная в период с 1919 по 1921 г. в системе Российского телеграфного агентства (РОСТА). «Окна РОСТА» объединили художников и поэтов в работе над сатирическим уличным плакатом на злободневные темы. Авторство первого «Окна РОСТА» (1919 г.) принадлежит М.М. Черемных и Н.К. Иванову (литературный псевдоним – Грамен). Движение «Окон РОСТА» появилось в Москве и впоследствии значительно разрослось – подобные плакаты стали публиковаться в Петрограде, Саратове, Харькове, Одессе, Ростове-на-Дону, Баку и других городах. Среди авторов «Окон РОСТА» известнейшие деятели искусства этого времени В.В. Маяковский, Д.С. Моор, И.А. Малютин, К.С. Малевич, А.В. Ленгулов, И.И. Машков, Кукрыниксы. Одним из средств этого направления агитационного плаката стала типизация образов новой реальности – «Окна РОСТА» в лаконичной форме и ясными средствами создают образы трудящегося и его врага: «Специфика их заключалась в немедленной реакции на самые злободневные вопросы и факты. Тексты «Окон РОСТА» отличались простотой и точностью характеристик, идущих от традиций народных лубков и частушек... В них сложился и типизировался определенный дух персонажей, переходящих из плаката в плакат: рабочий, красно-

армеец, крестьянин, капиталист, поп, кулак» (Sarab'yanov, 1979: 302).

Агитационные плакаты обращались не только к темам Гражданской войны, но и новым социальным явлениям, например, электрификации, ликвидации безграмотности, порядку на производстве и трудовой дисциплине. По мнению исследователей, художественные особенности такого плаката опирались одновременно на традиции демократические и эстетические. В них традиции лубка и карикатуры соединялись с чертами графики объединения «Мир искусства», В.П. Полонский в своей работе 1925 г. назвал такой вид плаката «революционным лубком» (Polonskiy, 1925: 112). Помимо агитплаката советские художники в период 1917–1922 гг. работали над афишами и киноплакатами, над рекламными плакатами учреждений новой производственно-потребительской системы (ГУМ, Моссельпром, Резинотрест, Ленгиз и т.д.). А в начале 1920-х гг. участвовали в оформлении и издании журналов: известные журналы «ЛЕФ» и «Современная архитектура» появятся ближе к середине 1920-х, но «Кино-фот» выпускался с 1922 г. (Khan-Magomedov, 1995a).

Плакат начала 1920-х гг. также принято называть авангардным или конструктивистским (Barkhatova, 2017). Язык конструктивистского плаката сложился из экспериментов в живописи – поисков таких направлений, как кубофутуризм, супрематизм, лучизм. В этой ветви плакатного искусства работало образованное в 1919 г. К.С. Малевичем с единомышленниками объединение «УНОВИС» – «Утвердители нового искусства». Члены объединения работали как над абстрактной живописью, так и над предметным дизайном, и, в частности, выполняли заказы по плакату: (Khan-Magomedov, 2007: 335). С 1918 г. в Москве, Петрограде и других городах создаются новые учебные заведения – Высшие художественно-технические мастерские, или ВХУТЕМАС. Преподавателем мастерских был А.М. Родченко, известный как один из создателей дизайна, родоначальник новой советской рекламы, живописец,

график, плакатист, скульптор, фотограф, художник театра и кино. С 1923 г. в русле ВХУТЕМАСА работал творческий тандем «Реклам-конструктор: Маяковский – Родченко». В целом влияние идей и форм авангарда и его лидеров на искусство плаката очень масштабно (Khan-Magomedov, 1995b; Khan-Magomedov, 2000).

Интересно, что в это же первое время существования советского искусства начата рефлексия опыта плаката. Известно, что изучением художественного языка советского плаката и спецификой его воздействия на зрителя с 1920 г. стали активно заниматься в Декоративном институте (г. Петроград), где были организованы мастерские по агитплакату (под руководством Р. Френца) и торгово-промышленному плакату (под руководством М. Векслера) (Barkhatova, 2017).

В 1922 г. выходит в свет издание, подготовленное Н. Н. Пуниным и посвященное плакатам В. В. Лебедева для агитационных «Окон РОСТА» в Петербурге, созданных в период с 1919 по 1921 г. Это издание не только публикует 23 цветных плаката, но и тексты, формулирующие ключевые особенности этих образцов плакатного искусства (Punin, 1922).

В. П. Полонский в 1925 г. выпускает издание, которое публикует плакаты, классифицированные по авторам. По сути, этот труд представляет собой не исследование, о чем и сказано в предисловии, а сводный каталог советского революционного плаката. Время с 1917 по 1925 г. автором названо «героическим периодом развития» плакатного искусства в СССР (Polonskiy, 1925).

Анализ репрезентантов советского плаката 1917–1922 гг.

На 1917–1922 гг. приходится период после Октябрьской революции 1917 г. и, как следствие, гражданской войны и окончательное установление новой советской власти – СССР. В качестве репрезентанта для философско-искусствоведческого анализа (Zhukovskiy, Koptseva, 2004) выбран **плакат Александра Петровича Апсита (Апситис) «На коня, пролетарий!», 1918 г.** (рис. 1).

Данное произведение выбрано по причине поиска нового художественного языка.

Плакат создан в технике плоской печати – литографии, что типично для советского плаката данного периода. Плакат имеет размеры 106 на 71 см на бумаге, достаточно большое графическое произведение. Агитационный плакат ориентирован на широкие массы и требует соответствующих размеров. Наиболее призывающие к действию плакаты создавались в основном с использованием черного и красного цветов, выражающих активное, контрастное и провокационное в произведении искусства. Контраст в данном случае строится на противопоставлении хроматических и ахроматических цветов (Johannes, 2007). Визуальный язык с опорой на данную цветовую палитру призван привлекать массы, служить интересам нового миропорядка. Композиционная формула строится на преобладании диагонали, проходящей с нижнего левого угла в правый верхний, что указывает на подъем боевого духа людей. Расположение текстового сопровождения сверху и снизу также выделено черным и красным цветом, чередующимся с основными персонажами советского плаката.

Он создан в Литературно-издательском отделе Политуправления Реввоенсовета Москвы. Ориентация на популяризацию государственных идей и пополнение рядов Красной Армии отражается и в раннем творчестве художника. Все образы призывают людей, но имеют лаконичные и четкие знаки-символы, в то время как позднее в творчестве художника появляются более детализированные, захватывающие разные сферы человеческой жизни образы. Так как ближе ко времени установления СССР нарастают и другие проблемы, в том числе социальные и экономические. Тем не менее революционный пафос преобладает над всеми другими в переходный период, в плакатах отражается установление «новой мифологии» советского человека. Так, например, в данном произведении неслучайно основным выбран образ всадника. Всадник на протяжении долгого времени в русской культуре является символом героя–побе-



Рис. 1. Плакат «На коня, пролетарий!», А.П. Апсит, 1918 г.
Fig. 1. Poster “On a horse, proletarian!”, A.P. Apsit, 1918
(Фото / Photo: https://artchive.ru/artists/14524~Aleksandr_Petrovich_Apsit/works/544594~Na_konja_proletarij)

дителя, соответственно, выбор такого символа, одновременно опирается на мифы прошлого (фольклорный образ) и разные исторические эпохи, но в то же время избирается для использования в период становления советской власти. Преемственность символических образов прошлых эпох позволяет человеку нового времени опираться на прошлое, но тем не менее познавать новые образы, транслируемые государством.

В произведении представлены такие основные персонажи, как кавалерист, конь, флаг, бойцы и сопровождающий текст.

Кавалерист или всадник является центральной фигурой в произведении. Он представлен в максимально динамичной позе. Так как композиционно он служит осью и вмещает в себя большое количество знаков, формирующих целостный образ бойца Красной Армии. Он представлен на коне, с саблей, поднятой вверх, что указывает на динамику персонажа и момент

нахождения в бою, это усиливается присутствием в другой руке древка развивающегося красного флага с аббревиатурой РСФСР. Во внутреннем пространстве плаката есть прямоугольная рама со скошенными углами, в которую вписан основной транслируемый сюжет, но для подчеркнутой динамики образа кавалериста флаг и конь пересекают данную рамку и выходят на зрителя, тем самым создавая эффект наступления кавалериста, символизирующего Красную Армию. Развевающийся флаг красного цвета занимает такой же объем, как кавалерист, что дополняет его образ символами нового государства. За отдельным солдатом стоит мощная позиция нового советского государства, транслирующая важность каждого рабочего и крестьянина для строительства нового мира и необходимых изменений в нем. Вороной конь детально проработан и находится в состоянии галопа, что усиливает динамику художественного образа.

А выход за пределы конкретно очерченного пространства призван служить не только для привлечения зрителя, но и для захвата его внимания к текстовому сопровождению в нижней части, детально раскрывающему идею плаката: «Рабочая революция должна создать могущественную красную конницу. Коммунист должен стать кавалеристом». В верхней же части плаката текстовое сопровождение «На коня, пролетарий» призывает к действию и пересекается с красным знаменем, что также создает образ призыва, подкрепленного новым советским государством. Сопровождающий текст и художественный образ располагаются ритмически и чередуются как при помощи цветового контрастного решения (черный, красный, черный, красный), разноразмерностью шрифтов, так и при помощи чередования текста и избранных знаков-символов. Именно текстовое сопровождение в первую очередь взаимодействует со зрителем.

Возвращаясь к художественному образу произведения видим, что центральный образ кавалериста выходит из облака, созданного движением кавалерии, и проходя через фигуру всадника, по древку красного флага вырывается и становится продолжением буквы «Й» в слове пролетарий, призывая определенный социальный класс. Горизонтальное и вертикальное деление персонажей в произведении практически не поддерживается. Сама кавалерия утопает на втором плане и имеет размытые очертания, что смещает акцент на возможности отдельно взятого человека и его значимости для общего дела. В то время как персонажи кавалерист, флаг и конь имеют четкий черный контур, усиливающий образ.

Основными функциями данного плаката являются агитационная и информационная. Использование конницы во время революционных событий имело решающее значение для Красной Армии. Первые красные конные отряды были сформированы позднее, в 1919 г. Конница является наиболее подвижным типом именно наземных войск, а возможность опоры на культурные образы прошлого позволяет органично впи-

сать их в символы нового советского мировоззрения.

Таким образом, интерпретируя произведение А.П. Апсита «На коня, пролетарий!», можно отметить ключевую идею призыва «красного» кавалериста из социального рабоче-крестьянского класса через применение динамичных, четких образов, соединяющих два мировоззрения – прошлого и будущего. Идея формируется через динамичный художественный образ, применение разных агитационных приемов, обладающих огромным коммуникативным потенциалом в рамках новой советской идеологии. Четкость, ясность, ритmicность, оконтуренность фигур и преобладание диагонали в композиционном решении одновременно подчеркивают устойчивость новой власти советов, ее основательность и незыблемость идей. Но в то же время заразительность и динамичность образа кавалериста подчеркивает незаконченный характер происходящих исторических событий, призыв к действию и, как следствие, дальнейшему наступлению Красной Армии. В данном произведении отражается новая картина мира, основанная на сплоченности и единстве русского народа против старой капиталистической идеологии внутри страны.

Следующим репрезентантом для анализа выбран плакат «**Враг у ворот! Он несет рабство, голод и смерть!**» Д.С. Моора, 1919 г. (рис. 2).

Дмитрия Стахивича Моора можно считать одним из самых репрезентативных художников советского плаката 1917–1922 гг. Стиль художника характеризуется своеобразной экспрессией, использованием романтических приёмов и образов. Наиболее известная работа мастера, относящаяся к данному периоду, – плакат «Ты записался добровольцем?», созданный в июне 1920 г. Тем не менее работа «Враг у ворот!», которая была написана на год раньше, представляется нам более интересным объектом для анализа, поскольку в ней представлен процесс поиска нового языка для выражения традиционного призыва к защите Отечества.



Рис. 2. Плакат «Враг у ворот! Он несет рабство, голод и смерть!», Д. С. Моор, 1919 г.

Fig. 2. The poster "The enemy is at the gate!
He brings slavery, hunger and death!", D.S. Moore, 1919

(Фото / Photo: https://artchive.ru/artists/2169~Dmitrij_Stakhievich_Moor_Orlov/works/540457~Vrag_u_vorot_On_neset_rabstvo_golod_i_smert%27_Unichtozh%27te_chernykh_gadov_Vse_na_zaschitu_Vpered)

В 1919 г. потребность в новых солдатах для Красной Армии всё ещё была достаточно высока, из-за этого смысловая нацеленность и задача плакатной работы достаточно проста и очевидна – необходимо призвать рабочих к защите собственной родины через демонстрацию ярких устрашающих образов врага, наступающих на своеобразную крепость нового советского государства.

Пространство произведения организовано с помощью яркого контрастного противопоставления правой части плаката, где преобладают красные оттенки, и левой части, наполненной чёрными цветами. Своеобразной перемычкой между ними выступает белая пауза. Сама по себе граница достаточно резкая и хорошо читаемая, организована вертикальной линией, расположенной примерно по центру холста. При этом чёткость не соблюдается строго за счёт проникновения элементов из противоположных половин одна в другую сверху и снизу. Вообще, исключительно на уров-

не красок граница между пространствами выступает как сложное синтетическое единство, в котором чёрный и красный уже смешаны друг с другом, и чёрное как бы оттесняет красные элементы в левый угол.

Способствуют этому эффекту оттеснения и динамика краскоформ. Если чёрные красочные элементы предельно динамичны и направлены слева направо, сверху вниз, то красные элементы представляют собой статичные, искусственные массы, в которых чёрные отблески как раз и создают элемент иррационального. В сущности, противоречием динамичного движения выступают черные же вертикальные и диагональные линии в правой части полотна. В результате композиция в глобальном плане организована вертикальной линией в центре полотна и множеством диагоналей, направленных слева направо, сверху вниз, из-за чего создаётся композиция, с одной стороны, предельно неустойчивая, с другой стороны – способная в определённый момент прийти в состояние равновесия: своеобразные «весы».

Если действительно рассмотреть плакат «Враг у ворот!» как весы, то окажется, что левая часть весов расположена как бы внизу, она перевешивает. С одной стороны, этот эффект работает на генеральную идею плаката – создаётся ощущение преобладания противника советской власти, врага, который и репрезентирован левой частью работы (в пользу чего говорят хорошо узнаваемые монархические знаки, наподобие флагов, «короля» и двуглавого орла). С другой стороны, этот «перевес» начинает восприниматься как нечто работающее против врага.

Речь вот о чём – нижняя левая часть плаката представляет собой знак «людской массы» – чёрного множества, ошестившегося на крепостные лестницы множеством лестниц и стремящегося перебраться через них. Особенность этого чёрного моря заключается в том, что в него уже брошен «красный камень» – часть крепостной стены (причём за ней следуют и другие) уже отвалилась и погрузилась в эту аморфную массу, способствуя её дальнейшему «погружению» вниз, скатыванию в бездну.

Этой толпе противопоставлены защитники красных стен нового государства. В каком-то смысле – это всё те же люди, но если сподвижники врага исчезают в бездне, то бойцы Красной Армии из этой бездны выбираются, они организованно движутся вверх и занимают оборонительные рубежи, порой совершенно неестественно и мистически встраиваясь в, казалось бы, строго рационально организованный организм красного здания.

Наиболее важными образами, раскрывающими сущность и особенности представленного противостояния, выступают фигуры, «ведущие» за собой чёрную массу. Интересно, что в этих фигурах аллегорически явлен критический анализ «власти», внутри которой не ясно, кто кем управляет. С одной стороны, перед нами яркий образ двуглавого орла, монархического символа, несущего к крепостным воротам смерть (представленную скелетом в мантии) и цепь (распространённый для плакатного искусства знак рабства). На руках у смерти сидит

персонаж-король (в пользу этого говорит царская мантия, осанка, общая иконография образа), которому смерть указывает окровавленной рукой на город. В результате появляется образ чёрной птицы, несущей зло, за которым и выступают чёрные массы. Злом этим, вероятно, можно считать определённую социальную организацию, символом которой орёл и представляется.

При этом непосредственным управителем чёрной массы является, скорее, именно королевская фигура, о чём говорят как внешняя нагрузка на данный знак, так и своеобразная репрезентация его в качестве ложно-святого (застёжка плаща смерти формирует над королём своеобразный нимб). Этот персонаж оказывается лишь формальным элементом власти, который реально ничем не обладает и способен лишь быть игрушкой в руках настоящей власти, руководящей тьмой, – смерти и рабства.

Для художественного образа произведения важен тот факт, что репрезентантам власти у врага противопоставлены не какие-то конкретные образы со стороны крепости, а её организация в целом. Если массы слева именно руководимы, ведомы некой тёмной силой и потому оказываются творящими несправедливое дело, то строй солдат справа напротив организован сам по себе, на основании идеи, которая скрепляет их в нечто единое. Именно независимость от иллюзии управителя во многом и делает структуру людей в правой части более «справедливой», чем левую.

В контексте этого противостояния интересно начинает играть и белый фон произведения. Помимо уже описанной композиции со множеством диагональных линий можно говорить о существовании композиции вокруг единой диагональной линии, будучи организованной белым цветом, она поддерживает ощущение «клина», который вторгается в ряды противника со стороны красной крепости.

Если рассматривать идею клина, то раскрывается активная составляющая защиты нового мироустройства, ведь композиционная организация в виде весов создавала художественный образ, в котором чёрные

массы скатывались в бездну по причине их неверного устройства, в то время как структурированное «советское» общество, как своеобразный волнорез, лишь удерживало наступающие силы неприятеля. Клин же демонстрирует активное действие разрывания и «высвечивания», которые способствуют качественному преобразению наступающей массы.

В чём же суть этого преобразования? Можно говорить о том, что здесь как раз заключено нетривиальное смысловое содержание данной плакатной работы. Белый клин отделяет людскую массу от вражеских символов власти, которые как раз таки и ведут её в неправильном направлении. То есть осуществляемая операция носит характер не столько «насилия» в ответ, сколько «просвещения». Необходимо не убить массу людей у стен крепости, а дать им понять, кто руководит ими, после чего станет возможно их качественное преобразование в солдат новой структуры.

В этом смысле становятся понятными и некоторая схожесть красных солдат с неприятелем, и включение чёрных элементов в саму крепость. Это связано с тем, что само по себе новое мироустройство возникло не из пустоты – оно вырастает из старого миропорядка. По-новому здесь можно интерпретировать и падение камней из крепостной стены в чёрную массу нападающих – это своеобразное «засеивание» почвы, результатом которого становится не столько гибель в бездне, уготованной врагу, но прорастание нового оплота упорядоченной красной крепости.

Подводя итог анализу плаката «Враг у ворот! Он несет рабство, голод и смерть!», созданного в 1919 г. Д. С. Моором, можно говорить о том, что главной его особенностью является углубление одной ключевой идеи, которая сначала представляется зрителю в своей наиболее очевидной и простой форме, которая в то же время и служит непосредственной задачей плаката, но способна и раскрыться с новых сторон при более внимательном всматривании в само визуальное пространство. В данном случае – это постепенное движение от вы-

несенного в текст сообщения о необходимости защиты родины от наступающего врага, к осознанию характера этой самой защиты и миссии, которую несут бойцы, вставшие под знамёна Красной Армии.

Заключение

Советский плакат в своей истории проходит несколько этапов. Переходный этап 1914–1917 гг. характеризуется поиском художественного языка с целью внедрения новых общественно-политических идей. Революционный этап 1917–1922 гг. – ключевой для данного исследования, характеризуется значительной ролью агитплаката, занятого пропагандой социалистических идей, а также появлением нового советского рекламного плаката и плаката в русле стиля «конструктивизм». Крупный советский период 1922–1991 гг. принято разделять на десятилетия в соответствии с периодами советской истории.

Плакат в рассматриваемый революционный период выступает одним из генеральных жанров изобразительного искусства, поскольку предельно отвечает стоящим перед российским обществом вызовам времени – демократизации и массовости искусства, поиска новых форм выражения актуальных общественно-политических идей и ценностей нового строя, борьбы с прежним режимом. Плакатное искусство выступило эффективным посредником в коммуникации новой идеологии и представителей всех слоев общества. Художники, работавшие в жанре плаката, не только работали над издательскими проектами и созданием дизайнера нового рекламного продукта в создаваемой советской производственно-потребительской системе, но и активно участвовали в политической жизни страны. Одним из репрезентативных явлений агитационного плаката являются «Окна РОСТА». Авангардный конструктивистский плакат развивается объединением «УНОВИС» и преподавателями ВХУТЕМАСа.

Исследование плакатов А. П. Апсита «На коня, пролетарий!» и Д. С. Моора «Враг у ворот! Он несет рабство, голод и смерть!»

позволило пронаблюдать специфику сложения актуальных образов этого периода и своеобразие идей.

Плакат «На коня, пролетарий!» воплощает собой новую картину мира, оплотом которой является единство русского народа против старой капиталистической идеологии внутри страны. Плакат обращается к зрителю с призывной интонацией, этот призыв «красного» кавалериста передан посредством применения четких и в то же время динамичных образов, соединяющих два мировоззрения – образы мира прошлого и будущего. Ясность, ритмичность, локализованность фигур и преобладание диагонали в композиционном решении одновременно подчеркивают устойчивую основательность новой власти советов, незыблемость идей и процессуальность происходящего, призыв к реальному действию.

Плакат «Враг у ворот! Он несет рабство, голод и смерть!» строит художественный образ, последовательно углубляя ключевую идею, представленную зрителю сначала в наиболее очевидной форме и постепенно раскрывающуюся с новых сторон. Исследование продемонстрировало постепенное движение от вынесенного в текст сообщения о необходимости защиты родины от наступающего врага к осознанию миссии бойцов Красной Армии. Композиционная организация в форме весов создает образ перевеса: черные массы канут в бездну из-за их неверного устройства, а структурированное советское общество сдерживает силы противника и способно удержаться в своей крепости. Композиционная организация в форме клина демонстрирует активное действие, способствующее качественному преобразению наступающей массы – не насилием, а просвещением.

Список литературы / References

Ageeva, Ju. S., Smetanina N.I. *Образ врага в советском плакате периода Великой Отечественной войны* [The image of the enemy in the Soviet poster of the period of the Great Patriotic War]. In *Vestnik Krasnodarskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* [Bulletin of the Krasnodar State Institute of Culture], 2020, 1(22), 10. EDN YYSSJX.

Andreeva, V. O. *Просветительский плакат как средство выражения советской идентичности* [Educational poster as a means of expressing Soviet identity]. In *Terra Linguistica*, 2022, 13, 2. 75–83. DOI 10.18721/JHSS.13208. EDN EKYGEB.

Avdeeva, Yu.N., Degtyarenko, K.A., Kolesnik, M. A. *Architectural Space in the Paintings by Vincent van Gogh* [Architectural Space in the Paintings by Vincent van Gogh]. In *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2020, 13(6), 838–859. DOI 10.17516/1997–1370–0610. EDN EWJKBQ.

Baburina N.I. *Советский зрелищный плакат* [Soviet spectacular poster]. In *Советский зрелищный плакат, 1917–1987: Театр, цирк, балет, кино* [Soviet spectacular poster, 1917–1987: Theater, circus, ballet, cinema]. Moscow, 1990. 7 p.

Barkhatova E. *Конструктивизм в советском плакате* [Constructivism in the Soviet poster]. Moscow, 2017. 246 p.

Burjak, N. Ju. Ruchkina, N.A. *Лозунги Коммунистической партии как социальная реклама в СССР* [Slogans of the Communist Party as social advertising in the USSR]. In *Mezhduna-rodnyj zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [International Journal of Humanities and Natural Sciences], 2022, 2–1(65), 62–65. DOI 10.24412/2500–1000–2022–2–1–62–65. EDN ULRHRG.

Byleva, D.S. *Семиотический анализ советского плаката Великой Отечественной войны* [Semiotic analysis of the Soviet poster of the Great Patriotic War]. In *Voprosy istorii* [Questions of history], 2019, 12(3), 117–123. DOI 10.31166/VoprosyIstorii201912Statyi63. EDN AJHZP.

Chabina, A. A. *Жеотологический миф в советском агитационном плакате 1920-х – 1930-х гг* [Eschatological myth in the Soviet propaganda poster of the 1920s – 1930s]. In *Mногообразие культур в условиях глобализованного мира и проблемы сохранения культурно-исторического наследия* [Diversity of cultures

in a globalized world and problems of preserving cultural and historical heritage]. Ekaterinburg, 2022. 68–73. – EDN DEMWSD.

Chaus, N. V. Sovetskij plakat v bor'be s religiej (1917–1920 gody) [The Soviet poster in the struggle against religion (1917–1920)]. In *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad.], 2010a, 2(17), 70–74. EDN MUDQKN.

Chaus, N. V. Sovetskiye plakaty 1917–1920 gg. Osnovnoye sredstvo propagandy sotsialisticheskoy ideologii [Soviet posters 1917–1920 The main means of propaganda of socialist ideology]. In *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy* [Socio-economic phenomena and processes], 2010b, 6, 220–223.

Chernevich E. V. *Russkij graficheskij dizajn 1880–1917* [Russian graphic design 1880–1917]. Moscow, 1990. 209 p.

Esjunin, E. A. Lubok i sovetskij politicheskij plakat 1917–1922 godov. Problemy tradicii i novatorstva [Lubok and the Soviet political poster of 1917–1922. Problems of tradition and innovation]. In *Rumjancevskie chtenija – 2019: Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Rumyantsev Readings – 2019: Materials of the International Scientific and Practical Conference]. Moscow, 2019. 241–245. EDN SYINQW.

Grin', M. A. Zhorova, E. V. Konstruktivizm – stil' sovetskogo dizajna 20-h godov [Constructivism – the style of Soviet design of the 20s]. In *Dizajn i iskusstvo – strategija proektnoj kul'tury XXI veka (DISK-2016): sbornik materialov Vserossijskoj nauchnoj konferencii molodyh issledova-telej* [Design and Art – strategy of project culture of the XXI century (DISC-2016): collection of materials of the All-Russian Scientific Conference of Young Researchers], (016. 84–87. EDN YNOTJZ.

Iohannes, I., *Iskusstvo cveta* [The Art of color]. Moscow, 2007. 94 p.

Khan-Magomedov, S. O. *Pionery sovetskogo dizajna* [Pioneers of Soviet design]. Moscow, 1995a. 423 p.

Khan-Magomedov, S. O. *VKHUTEMAS: Vysshije gos. khudozhestvenno-tekhnicheskiye masterskiye, 1920–1930* [VKHUTEMAS: Higher state. art and technical workshops, 1920–1930]. Moscow, 1995b. 342 p.

Khan-Magomedov, S. O. *VKHUTEMAS: Vysshije gos. khudozhestvenno-tekhnicheskiye masterskiye, 1920–1930* [VKHUTEMAS: Higher state. art and technical workshops, 1920–1930]. Moscow, 2000. 488 p.

Khan-Magomedov, S. O. *Suprematizm i arkhitektura (problemy formoobrazovaniya)* [Suprematism and architecture (problems of shaping)]. Moscow, 2007. 519 p.

Koken F.-K. Obraz Lenina v revoljucionnoj i postrevoljucionnoj ikonografii [The image of Lenin in revolutionary and post-revolutionary iconography]. In *Studia culturae: al'manah* [Studia culturae: almanac], 2004, 7, 271–296.

Koptseva, N. P. Regional'nyye iskusstvedcheskiye issledovaniya v sovremennoj Rossii (vstupitel'naya stat'ya) [Regional art studies in modern Russia (introductory article)]. In *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2022, 15(1), 4–8. DOI 10.17516/1997–1370–0872. EDN EDQQPD.

Koptseva, N. P., Degtyarenko, K. A., Menzhurenko, Y. U. N., Pchelkina D. S. Periodicheskiye izdaniya Rossijskoy imperii nach. XIX v. kak istochnik po istorii sibirskogo iskusstva [Periodicals of the Russian Empire early. 19th century as a source on the history of Siberian art]. In *Bylyye gody*, 2022, 17(4), 1693–1703. DOI 10.13187/bg.2022.4.1693. EDN OSWHXE.

Koptseva, N. P., Sitnikova, A. A. The Historical Basis for the Understanding of a State in Modern Russia: A Case Study Based on Analysis of Components in the Concept of a State, Established Between the Fifteenth and Sixteenth Centuries. In *International Journal for the Semiotics of Law*, 2019, 32(1), 47–74. DOI 10.1007/s11196–018–9564-y. EDN MLZION.

Koreckij V. B. Zаметki plakatista [Notes of a poster artist]. Moscow: Sovetskij hudozhnik, 1958. 166 p.

Kosov A. V. Mifozoznanie: funkicii i mehanizmy [Myth consciousness: functions and mechanisms]. In *Analitika kul'turologii* [Analitika kulturologii], 2007, 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mifozoznanie-funktsii-i-mehanizmy> (data obrashhenija: 13.02.2023).

Leshchinskaya, N. M. Kul'turologicheskiye podkhody k analizu proizvedeniy dekorativno-prikladnogo iskusstva [Culturological approaches to the analysis of works of decorative and applied art]. In *Severnyye Arkhivy i Ekspeditsii* [Northern Archives and Expeditions], 2021, 5(2), 9–15. DOI 10.31806/2542–1158–2021–5–2–9–15. EDN IAPWIN.

Leshchinskaya, N.M., Sitnikova, A. A. Sertakova, Ye.A., Koptseva, N.P. Zhurnal “Zodchiy” kak istochnik po istorii ruskogo moderna kontsa XIX- nachala XX vekov [Journal “Zodchiy” as a source on the history of Russian modernism of the late XIX – early XX centuries]. In *Bylyye gody*, 2022, 17(3), 1237–1249. DOI 10.13187/bg.2022.3.1237. EDN BNRZCL.

Nikolaeva M. F. Sovetskoe plakatnoe iskusstvo kak material dlja kul'turologicheskogo issledovanija [Soviet poster art as a material for cultural research]. In *Jaroslavskij peda-gogicheskij vestnik [Yaroslavl Pedagogical Bulletin]*, 2012, 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovetskoe-plakatnoe-iskusstvo-kak-material-dlya-kulturologicheskogo-issledovaniya>

Novaya art-kritika na beregakh Yeniseya [New art criticism on the banks of the Yenisei] N.P. Koptseva, A. V. Bralkova, A. A. Gerasimova i dr. Krasnoyarsk, 2015. 340 p. ISBN 978–5–7638–2537–4. EDN VIQKIB.

Polonskiy, V.P. *Russkiy revolyucionnyy plakat [Russian revolutionary poster]*. Moscow, 1925. 192 p.

Ponomareva, A. M. Reprezentacija ideologem v sloganah sovetskih plakatov [Representation of ideologems in the slogans of Soviet posters]. In *Nauka i obrazovanie: hozjajstvo i jekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie [Science and education: economy and economics; entrepreneurship; law and management]*, 2016, 9 (76), 61–65. EDN WJGLHJ.

Punin, N.N., Lebedev, V.V. *Russkiy plakat. 1917–1922 [Russian poster. 1917–1922]*. Peterburg, 1922. 36 p.

Sarab'yanov, D. V. *Istoriya ruskogo i sovetskogo iskusstva [History of Russian and Soviet Art]*. Moscow, 1979. 384 p.

Semenova, A.A., Soshenko, M. V. Image of Siberia in Artist Aleskander Surikovs Works. In *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2011, 4(12), 1743–1766. EDN OKHXIH.

Shpak, A.A. Slozhnyye etnicheskiye identichnosti: izucheniye fenomena v sovremennom gumanitarnom znanii [Complex ethnic identities: the study of the phenomenon in modern humanitarian knowledge]. In *Severnyye Arkhivy i Ekspeditsii [Northern Archives and Expeditions]*, 2022, 6(1), 10–16. DOI 10.31806/2542–1158–2022–6–1–10–16. EDN SQNJYN.

Sidorov A. Dva goda ruskogo iskusstva i hudozhestvennoj dejatel'nosti [Two years of Russian art and artistic activity]. In *Tvorchestvo*, 1919, 10–11.

Sidorov A. A. *Russkaja grafika nachala XX veka [Russian graphics of the beginning of the XX century]*. Moscow, 1969. 252.

Sitnikova, A. A. Retsenziya na knigu “Krasnoyarskiy arhitektor Leonid Chernyshev” [Review of the book “Krasnoyarsk architect Leonid Chernyshev”]. In *Severnyye Arkhivy i Ekspeditsii [Northern Archives and Expeditions]*, 2020, 4(1), 95–100. DOI 10.31806/2542–1158–2020–4–1–95–100. EDN MLYDKA.

Sitnikova, A. A. Severnyye ekspeditsii i obraz Arktiki v zarubezhnoj zhivopisi XIX veka [Northern Expeditions and the Image of the Arctic in Foreign Painting of the 19th Century]. In *Severnyye Arkhivy i Ekspeditsii [Northern Archives and Expeditions]*, 2022, 6(1), 240–249. DOI 10.31806/2542–1158–2022–6–1–240–249. EDN KEPVYT.

Sitnikova, A.A., Li, S. Obraz Kitaya v tvorchestve krasnoyarskogo khudozhnika Sergeya Forostovskogo [The image of China in the work of the Krasnoyarsk artist Sergei Forostovsky]. In *Severnyye Arkhivy i Ekspeditsii [Northern Archives and Expeditions]*, 2022, 6(4), 87–98. DOI 10.31806/2542–1158–2022–6–4–87–98. EDN OOXZNN.

Trihina, A. D. Sovetskie plakaty [Soviet posters]. In *Rossija i mir v novoe i novejshee vremja – iz proshlogo v budushhee: mate-rialy XXV jubilejnoj ezhegodnoj mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii [Russia and the world in the new and modern times – from the past to the future]*. Sankt-Peterburg: Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet promyshlennyh tehnologij i dizajna, 2019, 4, 228–229. – EDN SUZIUW.

Ulizko, P. V. *Obraz vruga v sovetskom plakate v gody Velikoj Otechestvennoj vojny (1941–1945 gg.) [The image of the enemy in the Soviet poster during the Great Patriotic War (1941–1945)]*. In *Gumanitarny'e problemy' voennogo dela [Humanitarian problems of military affairs]*, 2014, 1(1), 144–147. EDN VODUEH.

Zhukovskij, V. I. Teorija izobrazitel'nogo iskusstva [Theory of fine arts]. St. Petersburg, Aletejja, 2011. 496 p.

Zhukovskiy, V.I., Koptseva, N.P. *Propozitsii teorii izobrazitel'nogo iskusstva [Propositions of the theory of fine arts]*. Krasnoyarsk, 2004. 266 p.