

УДК 003 (075.8)

Ленсу Яков Юрьевич

заведующий кафедрой теории и истории дизайна

Lensu Yakov Y.

e-mail: lensu50@inbox.ru

Учреждение образования

«Белорусская государственная академия искусств»

Institution of Education «Belarusian State Academy of Arts»

г. Минск, пр-т Независимости, д. 81 Республика Беларусь, 220012

Тел. 8 (017) 292-51-53

СИМВОЛ В ИСКУССТВЕ ПЛАКАТА

SYMBOL IN THE POSTER ART

Аннотация: В статье анализируется практика использования символов в плакатном искусстве. Показываются особенности символа в плакатах разных эпох: времени Великой французской революции, господства в искусстве стиля модерн, советского конструктивизма, сталинского тоталитаризма и гитлеровского фашизма, Великой Отечественной войны, послевоенного периода. Выявляется роль символа в современном белорусском плакате.

Ключевые слова: символ; плакат; искусство; дизайн; стиль модерн; конструктивизм; белорусский плакат.

Abstract: The article analyzes the practice of using symbols in the poster art. It shows the peculiarities of symbols in the posters of different epochs: those that created in the age of the great French revolution, during the prevalence of Art Nouveau, the Soviet constructivism, Stalin totalitarianism and Hitler fascism, the Great Patriotic War, during the postwar period. The role of symbols in the modern Belarusian posters is revealed.

Keywords: symbol; poster; art; design; Art Nouveau; constructivism; Belarusian posters.

Первоначально необходимо определиться с понятием символа. В семиотике символы рассматривают как вид знаков, которые называют условными или конвенциональными (от слова «конвенция» – соглашение). Условными они именуется потому, что их форма не похожа на денотат (то есть обозначаемый объект), последний же связан с формой как бы по соглашению, договору, негласно заключенными между использующими эти знаки. Так, государственные флаги совсем не похожи на страны, которые они обозначают, нотные знаки не похожи на соответствующие музыкальные звуки и т. д. Таким образом, форма знаков-символов не дает представления о содержании знака, их действие основано на установленной по соглашению

связи означающего и означаемого. «Символ, – писал известный российский философ А. Ф. Лосев, – идейная, образная или идейно-образная структура, содержащая в себе указание на те или иные, отличные от нее предметы, для которых она является обобщением или неразвернутым знаком... Символ является, таким образом, не просто знаком тех или иных предметов, но он заключает в себе обобщенный принцип дальнейшего развертывания свернутого в нем смыслового содержания» [1, с. 10].

Символ – один из характерных элементов любого художественного произведения. «Художественный символ, – пишет другой российский философ Н. Н. Рубцов, – можно охарактеризовать как художественный образ в высшем его проявлении» [2, с. 44]. Символ нередко используется и в таком виде искусства, как плакат. «Специфика художественного языка плаката – ... широкое использование общепонятных символов...», – говорится в статье о плакате в «Энциклопедии литературы и искусства Беларуси» [3, с. 305].

Впервые символ наиболее ярко проявляется в плакате времени Великой французской революции XVIII в. Это и неудивительно – обычно революции нуждаются в выразительных символах. На ряде французских революционных плакатов можно видеть целый набор символов того времени. Во-первых, так называемый «фригийский колпак» – мягкий закругленный головной убор, свисающий вперед верхом, известный как символ свободы и революции. Во-вторых, галльский петух – один из символов Франции, который стал распространяться тоже в период французской революции. В-третьих, ветки дуба с листьями – символ силы, долголетия, почета. Они обычно обрамляют текст: «Единство и неделимость республики. Свобода, равенство, братство или смерть». В обрамление этого текста также чаще всего входят трехцветные французские флаги, расположенные симметрично парами по бокам плакетки с текстом. Французский триколор появился также во время революции (красный и синий – геральдические цвета Парижа, к которым его мэры в знак примирения добавил белый, цвет монархической власти). Иногда на полотнищах флагов, изображенных на плакатах, также

можно было прочесть: «Террор. Единство республиканцев». В этих плакатах использованы символы в чистом виде, конвенциональные знаки, значение которых было определено традиционно, по определенной «конвенции».

Другой всплеск использования символов в плакате наблюдается через сто лет во времена господства в искусстве стиля модерн. Здесь символика совершенно иная, нежели в плакатах Французской революции. В данном случае символика рождена направлением символизма, которое господствовало тогда в художественной культуре. В плакате это очень активно проявилось, например, у такого знаменитого плакатиста того времени, как Альфонс Муха. В его рекламных плакатах, афишах использованы символические изображения различных прекрасных женщин, аллегорически представляющих различные поры года, природные стихии и прочее. Эти образы характеризуются лирической прелестью, окутаны романтическим флером, ореолом поэзии. Символикой отличается и плакат-афиша А. Стейнлена для знаменитого парижского кабаре «Ша нуар» («Черная кошка»). На плакате изображена действительно кошка черной масти, но это не реальное животное, а именно романтический символ таинственной ночной жизни парижского «полусвета». И как некое радужное сияние вокруг головы кошки сделана декоративная композиция, заключенная в круг, с надписью «Монмартр», выполненной художественным шрифтом.

Интересно, что символ в плакате российского модерна имел совершенно иной характер, чем европейский. В это время здесь он уже приобретает социальное содержание. Так, в известном плакате Л. Бакста 1899 г., посвященном благотворительному базару кукол, автор изображает девочку скорбно целующую «умершую» куклу-арлекина. Плакат несет глубокую символику общественного сострадания к страждущим. Другой выдающийся художник российского модерна Е. Лансере в рекламном плакате выходившей в ту пору газеты «Утро России» изображает как символ России поясное изображение человека с гусиным пером в руке, в венце на голове и в развевающемся плаще – персонаж внешне напоминает Петра

Великого в знаменитой конной статуе «Медного всадника». А на плакате-афише Международной выставки новейших изобретений 1909 г. художника А. Дурново как символ изобретательства фигурирует сказочный «воздушный корабль», украшенный русским народным орнаментом. Характерен также плакат 1904 г., времени русско-японской войны, созданный художником И. Билибиным. Он информирует об Исторической выставке предметов искусства в пользу раненых и больных воинов действующей армии, находящихся под покровительством императрицы Александры Федоровны. Венчает композицию плаката, выдержанного в характерном для И. Билибина древнерусском стиле, также стилизованное в этой стилистике изображение официального символа Российской империи двуглавого орла.

Особую общественную нагрузку приобретает символика плаката русского авангарда послереволюционного периода. Очень показателен в этом плане знаменитый плакат 1919 г. графика-конструктивиста Л. Лисицкого «Клином красным бей белых». Выполненный в духе супрематизма, этот плакат построен на чисто формальной основе с использованием геометрических фигур разного цвета. Все элементы композиции несут сугубо символическую роль. Острое активной, динамичной формы красного треугольника, символизирующего Красную армию, врезается в напоминающий толстого буржуа круг белого цвета, который символизирует белое движение. При этом красный треугольник, символ «красных», революции расположен на белом фоне, олицетворяющем свет, добро. Символ же «белых» находится на черном фоне, соответствующем тьме, бедам, которые, по глубокому убеждению художника, старый мир несет людям.

Символичен и очень известный плакат А. Родченко «Ленгиз. Книги по всем отраслям знаний». В композиции плаката художник использовал фотоизображение Л. Брик в образе советской работницы, ее рот раскрыт в энергичном призыве читать книги, овладевать знаниями. Этот женский образ несет в себе яркий символ светлого будущего советского простого народа, приобщенного к культуре, к научной и художественной литературе.

Насыщены символикой и фотомонтажные плакаты Г. Клуциса. Так, в его плакате «Мир старый – мир вновь строящийся» старый мир символизируется изображениями кандалов, нагайки, бутылки водки и прочего, мир же вновь строящийся, мир социализма, представлен изображениями угольника как символа творчества конструктора и силуэтов новых строительных конструкций. В плакате «Электрификация всей страны» того же автора мы видим символическое изображение вождя пролетариата, который держит в руках вышку линии электропередачи, неся свет советскому народу. Еще один плакат Г. Клуциса – «Рабочие, работницы, все на выборы Советов». В центре композиции большеформенное фотоизображение человеческой руки (автор плаката сфотографировал свою же руку), ниже уменьшенное размноженное изображение той же руки. Символ здесь понятен – единение масс в стремлении голосовать за большевистские Советы.

Ко второй половине 1930-х гг., с усилением культа личности И. В. Сталина, символ в советском плакате все более политизируется, приобретая откровенно агитационный характер. В это время складывается определенный, достаточно узкий состав символов, которые используют художники-плакатисты: государственный герб и флаг СССР, гербы и флаги союзных республик, лавровые и дубовые ветки с листьями, праздничный салют и т. д. Эти символы фигурируют на плакатах, посвященных выборам в государственные органы страны, государственным праздникам, юбилеям СССР, КПСС, классикам марксизма-ленинизма. Большое внимание в плакатном искусстве тогда, конечно, уделяется «отцу народов» И. В. Сталину. Его изображение тоже зачастую становится символом. Например, он изображается в виде капитана, стоящего за штурвалом страны. За спиной у кормчего развивается красное советское знамя, на штурвале надпись: «СССР», а слоган гласит: «Капитан Страны Советов ведет нас от победы к победе!».

Сходной символикой в это время характеризуются и плакаты тоталитарных европейских режимов. Так, в Германии создается много плакатов с изображением нацистского лидера А. Гитлера, которое также часто приобретает характер символа. Например, фюрер показывается в виде знаменосца, вздымающего над собой фашистский стяг и ведущего за собой армию сторонников. Подобные же символические плакаты создавались и в фашистской Италии. Посвящены они, естественно, были Б. Муссолини. К примеру, на плакате, созданном к итальянским выборам 1934 г., изображение френча «дуче» как лидера, символа нации формируется композицией из многоголовой толпы соплеменников. Еще один символ в этом плакате – сформированные из газетных страниц того времени крупные буквы, составляющие слово «SI» (да), то есть призыв отдать голоса на выборах за партию Муссолини.

Глубоко символичны почти все советские плакаты времени Великой Отечественной войны. Здесь в первую очередь можно назвать знаменитейший плакат И. Тоидзе «Родина-мать зовет!». На плакате мы видим изображение пожилой женщины в красном широком одеянии, ее брови сурово сдвинуты, в одной руке она держит военную присягу, а другая рука в энергичном жесте вскинута вверх. За спиной героини плаката вырастает лес острых, оцетинившихся штыков. И хоть мы видим на плакате реальную женщину, это обобщенный образ всех советских матерей, символ Родины, зовущей своих сынов на борьбу с врагом. Символичен и плакат Кукрыниксов «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!», показывающий столкновение двух противоборствующих сил, представленных различными символическими изображениями. В образе фашистских захватчиков выступает карикатурное изображение нацистского фюрера, голова которого высовывается из дыры, прорванной в тексте договора о ненападении между СССР и Германией. В руке у Гитлера пистолет и сброшенная с лица маска. Советская же страна символизируется изображением грозного красноармейца, втыкающего штык в голову агрессора. Выразителен также

плакат В. Корецкого «Воин Красной армии, спаси!» Здесь в качестве символа страдающей оккупированной советской земли выступает изображение женщины-матери, с ужасом прижимающей к груди маленького ребенка. На бедную же мать нацелен покрытый кровью штык винтовки со свастикой.

В послевоенное время в советском плакатном искусстве также используется много символики, однако она идет в русле сложившегося еще до войны штампа с использованием официальных государственных символов. Этот регламентированный набор символов присутствовал во многих советских политических плакатах той поры. Определенное изменение характера символа в советском плакате происходит в период проведения в Москве в 1957 г. VI Всемирного фестиваля молодежи и студентов. С фестиваля началось обновление языка графических символов, затронувшее и сами принципы их применения. Если раньше, несколько лет назад, использовали общеизвестные, канонизированные символы-эмблемы (герб, серп и молот, лавровые листья и т. п.), связанные чаще всего с идеей государственности, то теперь символика стала пониматься как одна из форм художественного образа, доступная творческому переосмыслению, свободной интерпретации и декоративной переработке. Непременным компонентом всех рекламных фестивальных плакатов был символ единства молодежи – цветок фестиваля, пятилистник со словами «За мир и дружбу». Во многих случаях художники использовали как символ Мира образ голубя. На одном из плакатов можно было видеть летящего голубя, который несет на своей спине трех молодых представителей разных рас, в клюве у голубя гирлянда из флагов различных стран – яркий образ дружбы и мирного сотрудничества народов мира. Изображался на плакатах и кружащийся вокруг фестивального цветка символический хоровод молодых людей, одетых в национальные костюмы представителей разных наций, – олицетворение дружбы народов. Таким образом, расширились представления о коммуникативных возможностях символики искусства плаката.

Но если в социально-политических советских плакатах активно использовалась символика, то ничего подобного не было в торговой рекламе. Здесь господствовало натуралистическое изображение рекламируемых товаров. Между тем, в западной торговой рекламе тогда довольно распространено было использование символа. Например, в полном смысле в качестве символа часто фигурирует в американских рекламных плакатах автомобиль – главный герой жизни американцев. Как жемчужина, как символ «розовой мечты» в сияющих лучах предстает глазам зрителя шикарный «Кадиллак». Как ракета, огненный снаряд летит на другом плакате стремительный «Шевроле» – символ скорости на автомобильных дорогах. А вот веселый символ бензоколонок «Эссо» – задорный, энергичный тигренок Эссо и запоминающийся слоган: «Посади тигра на бензобак!» И совсем другой символ, придуманный для фирмы по производству мужских рубашек «Nathaway» знаменитым американским рекламистом Д. Огиви – изображение импозантного пожилого мужчины с черной повязкой на глазу. Этот чрезвычайно запоминающийся персонаж, ставший символом рекламируемой фирмы, фигурировал на всех рекламных плакатах фирмы, символизируя импозантность и привлекательную загадочность.

Очень ярким и выразительным становится символ в советском плакате конца XX в., в том числе белорусском. Так, чрезвычайно удачный символ использован в плакате 1986 г. «От года мира к миру без войн» белорусских дизайнеров-графиков С. Войченко, А. Шелютто и В. Цеслера. (Этот плакат в то время получил премию Генерального секретаря ООН). Как символ мирного сосуществования здесь выступает изображение лапы тигра, на когте которой мирно сидит голубка. Не менее оригинальный символ использован белорусской художницей Л. Кальмаевой в плакате 1980 г. «Белорусский лен», где этот материал, который сам является символом Беларуси, символизируется белоснежными волнами ткани, по которым, как по снежным горам, стремительно едут лыжники. Белорусский плакат в это время вообще становится очень символичным. Например, на плакате 1985 г.

Д. Сурского «Хлеб – всему голова» мы видим каравай хлеба, лежащий на столе и накрытый белорусской народной плетеной соломенной шляпой-брылем. В результате хлеб действительно воспринимается как голова в шляпе, но это не просто голова, это – символ важнейшего продукта в жизни народа. Другой пример – плакат В. Круковского 1980 г. «В битвах за волю, в битвах за долю» с символическим изображением Беларуси в виде женщины в намитке (женском народном традиционном головном уборе) с мечом в одной руке и колосьями – в другой. Одежда этой символической женщины как бы соткана их гербов белорусских городов. Символичен и плакат М. Енемпадистова, созданный в 1990 г. и посвященный 500-летию Франциска Скорины, где великий белорусский первопечатник и просветитель символизируется изображением светящейся в ночном небе кометы, голова которой представляет собой солнце со знаменитого автопортрета Скорины в напечатанной им Библии.

Оригинальной символикой характеризуется и плакатное искусство Беларуси на грани XX и XXI вв. В этом плане особенно выделяются плакаты известных белорусских дизайнеров-графиков В. Цеслера и С. Войченко. Интересен, например, их плакат «Два солнца», получивший Гран-при на 1-ом Минском международном фестивале рекламы «Европейская линия» в 1999 г. Это реклама автомобиля *Peugeot-406* – символ грядущего появления на международном рынке новой модели автомашины. На плакате помещен фотопейзаж с волнующейся поверхностью озера. Над горизонтом же из-за лесной гряды в тумане встают два солнца, напоминающие мерцающий в сумраке свет фар автомобиля. Символ в плакатах В. Цеслера и С. Войченко часто ироничен, порой до эпатажа. Так, на одном из плакатов мы можем видеть книгу в виде куска сала, переплет книги сформирован свиной шкуркой, а как закладка из книги торчит лавровый листик. Символ здесь, видимо, такой: книга – пища духовная, а лучшая пища – сало. Или другой плакат – масленичный фестиваль «Широкая Масленица». На нем изображена

гармонь, меха которой сделаны в виде стопки масленичных блинов, символа этого праздника.

Таким образом, символ в плакате – очень действенный фактор. С помощью символа можно не прямолинейно, но очень выразительно и доходчиво донести основную идею плаката. Символ дает пищу и уму, и чувствам зрителя. Символы всегда несут глубокий смысл. М. К. Мамардашвили и А. М. Пятигорский говорят о символах, что они «мыслятся нами как репрезентации не предметов и событий, а сознательных посылок и результатов сознания» [4, с. 99]. В плакате символ также несет представление не о каких-то конкретных вещах и объектах, а об абстрактных порождениях сознания автора плаката и воспринимающего его зрителя, о неких глубоких смыслах и сложных построениях разума. С развитием плакатного искусства эти символические образы становятся все сложнее и глубже, отражая усложняющуюся жизнь современного общества.

Список литературы

1. Философская энциклопедия: в 5 т. / Редкол.: Ф. В. Константинов (гл. ред.) [и др.] – М. : Сов. энцикл., 1960–1970. – Т. 5. – 1970. – 740 с.
2. Рубцов Н. Н. Символ в искусстве и жизни: Философские размышления. – М. : Наука, 1991. – 176 с.
3. Налівайка Л. Дз. Плакат // Энцыклапедыя літаратуры і мастацтва Беларусі: ў 5 т. / рэдкал.: І. П. Шамякін (гал. рэд.) [і інш.] – Мінск : Бел. сав. энцыкл. імя Петруся Броўкі, 1984 – 1987. – Т. 4. – 1987. – 742 с.
4. Мамардашвили М. К., Пятигорский А. М. Символ и сознание: Метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке. – М. : Школа «Языки русской культуры, 1997. – 217 с.