



Эволюция лубочного творчества в XIX веке.

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков.

Введение в специальность. Реклама. Преподаватель Шерышова Л.С

- В начале XIX века Россия, так же как и западноевропейская реклама продолжает развиваться инерционно.
- На первом месте в рекламном процессе по совокупности коммерческого товарооборота продолжали оставаться ярмарки.
- Вспомним, что в 1817 году наиболее популярная приволжская Макарьевская ярмарка была переведена в Нижний Новгород — ближе к мануфактурно-промышленным центрам. В условиях ярмарок продолжает процветать фольклорная устная реклама.



Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- В дополнение к ярмаркам еще более широкого размаха в первой половине XIX века достигает коробейничество, развозная торговля, обеспечивавшая хороший сбыт при минимальных рекламных усилиях, как всегда это бывает, если отсутствует выбор товаров, услуг, предметов первой необходимости.
- Устное слово в этих условиях лидирует среди иных знаковых средств оповещения до конца столетия.
- Образ коробейника становится одним из знаковых символов России.



Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- Огромной популярностью продолжает пользоваться в XIX веке лубок. Принципы его производства и распространения эволюционируют, втягивая в набор типовых сюжетов военно-патриотическую тематику, особенно в связи с событиями Отечественной войны 1812 года. Постепенно ксилографическая резьба на деревянных досках сменяется резьбой и травлением по меди. Начиная с 60-х годов XIX века российский лубок осваивает литографию.



Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- **Ужесточение цензурных правил** после подавления восстания декабристов распространилось и на лубочное производство. Цензурные законы 1826 и 1839 годов стали непреложны для народной картинки с 1851 года.
- И это значительно усложнило оперативную реакцию «простовиков» на события, а также и на исполнение заказов рекламного характера. Можно говорить о дальнейшем широком производстве религиозных, нравственно-дидактических и просветительских сюжетов, направлений, сходных с современной социальной рекламой: обличение пьянства, безумного расточительства, плутовства.
- В известной ныне лубочной продукции XIX века образцов коммерческой рекламы не сохранилось, что говорит если не о полном отсутствии подобной тематики, то о ее недостаточно интенсивном распространении.

Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- Комплекс новых законов, сопровождавших крестьянскую реформу 1861 года, привел к сокращению торговли лубочными листками по деревням: офени почувствовали усиление налогового бремени, которое раньше было для них льготным.
- Главными пунктами распространения лубков в глубинке стали опять-таки ярмарки, обеспечивавшие львиную долю всего коммерческого кругооборота в России в XIX веке.



Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- Изменение технологии и условий распространения народных картинок не повлияло на степень их популярности. Напротив: их фольклорно-кустарное производство во второй половине XIX века становится все более профессиональным. Создаются крупные мастерские: семейства Ахметьевых в Москве, И. А. Голышева в Мстере и другие.
- Здесь печатание лубков поставлено «на поток», постепенно теряя черты не замутненной фольклорной естественности (простодушия, наивности) и переходя в разряд городской массовой культуры.



Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- Заметной частью этой лубочной продукции стали сюжеты, посвященные эпизодам из жизни царствующей императорской фамилии, изображения, связанные с утверждением в духовном сане ведущих церковных иерархов и с многолюдными процессиями по случаю их погребения.
- Элементы документальной «репортажности», ощущаемые в подобных листках, — еще одно свидетельство глубинных сдвигов в мироощущении авторов народных картинок: по преимуществу, сказочный, мифологический контекст изображений сменяется реалистическим бытовизмом.
- «Простовики» второй половины века отличаются возрастающими размерами вербального текста. Нередко это литературные произведения, ставшие популярными песнями. Причем далеко не всегда текст и изображение сопряжены друг с другом достаточно органично.
- Об утрате фольклорного, как правило анонимного, характера творчества свидетельствует и появление авторских подписей на листках. Правда, «это не имя художника — создателя произведения, а фамилия (иногда и адрес) владельца мастерской, предпринимателя, ответственного перед цензурой.

Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- Лубок, прежде чем полностью уйти с авансцены народной русской культуры в начале XX века, этот вид творчества дал импульсы формированию жанра многоцветного плаката в России и долго еще продолжал напоминать о себе в стилистике ярмарочных афиш и вывесок заведений, отдаленных от столичных центров.



Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- На исходе первого десятилетия XX века лубочный стиль стал одной из творческих координат профессиональных художников-примитивистов, одним из направлений многолетних, в том числе и весьма продуктивных, эстетических исканий.
- Таковым стало обращение к лубку художника Казимира Малевича и поэта Владимира Маяковского в обстановке Первой мировой войны. Их рекламно-пропагандистские цветные «народные картинки» с рифмованными подписями частушечного типа пользовались популярностью на фронте и в тылу. Этот опыт сопряжения с лубочной стилизацией В. Маяковский еще раз остроумно использовал в знаменитых «Окнах РОСТА» периода Гражданской войны 1918-1920 годов.

Эволюция лубочного творчества в XIX веке



Подошелъ колбасинъ къ Лодзи
Мы сказали „Панъ добродзи!“

Ну, а съ Лодзью рядомъ Радомъ
И ушелъ съ подбитымъ задомъ.



„Жуди лбзсь, куди прещ!“

Куди лбзсь, куди прещ?
На Чухотъ, Далай Вранскъ...
Или, куды ухотъ-ухотъ!

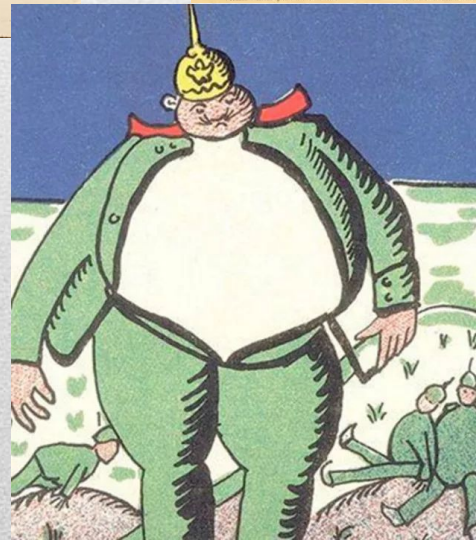
Искы трюхъ сруль вонскъ!
Аморскъ-старскъ,
Фирманскъ на ботъ!
А срульскъ вонскъ!
Или, куды прещ? Или, куды прещ!

Или, куды прещ?
Или, куды прещ?
Или, куды прещ?
Или, куды прещ?
Или, куды прещ?

Или, куды прещ?
Или, куды прещ?
Или, куды прещ?
Или, куды прещ?
Или, куды прещ?



Или, куды прещ?
Досталось по шевелюрамъ.



- Народные картинки Казимира Малевича и Владимира Маяковского

Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- Далее рассмотрим проявление лубочных традиций в российских настенных рекламных жанрах.
- В основе дальнейшего развития этих жанров, бытовавших в России уже длительное время, было движение от самодеятельности к профессионализму. Оно становится отчетливо заметным ко второй половине XIX века. Одной из первых профессионально исполненных афиш является литография по рисунку художника В. Тимма, приглашавшая подписываться на журнал «Листок для светских людей».
- Она появилась на петербургских улицах в 1844 году. На афише изображена группа людей, стремящихся приобрести рекламируемое издание. Среди них различимы портретные наброски приметных особ того времени: артиста В. Каратыгина, журналистов и литераторов Я. Грота, Ф. Булгарина и других



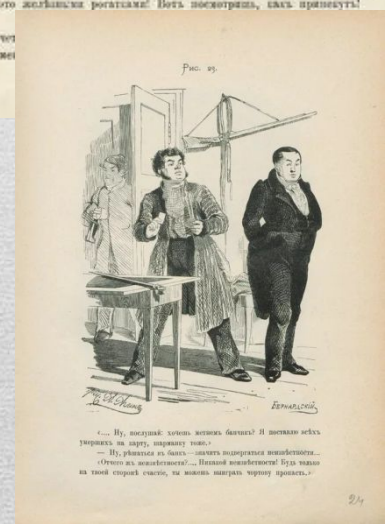
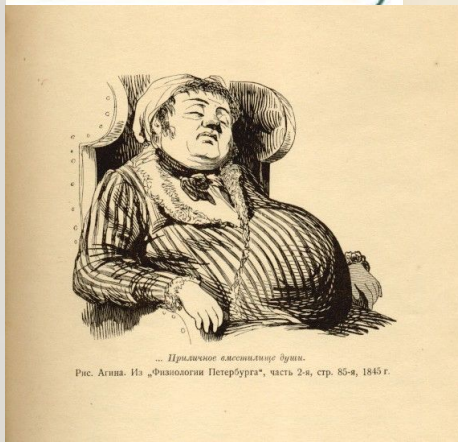
Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- Немалое место, уделенное в этом произведении изображению, определяет тяготение профессиональной настенной рекламы к плакатной форме. Однако пока это только обнаружившаяся тенденция образования нового жанра, так как рисунок здесь по-прежнему вторичен по отношению к вербальной части сообщения.
- Не менее приметной явилась афиша художника А. Агина, относящаяся к 1846 году. Она информировала о том, что из литографии вскоре будет выпущена серия рисунков этого автора к «Мертвым душам» Н. В. Гоголя. Желающие могли обеспечить себе их приобретение посредством подписки.



Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

А. А. Агин – иллюстратор «Мертвых душ» Н. В. Гоголя



Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- **Однако с публикациями в строгой профессиональной манере продолжали соседствовать вариации лубочных приемов. Они оставались неотъемлемой частью праздничных балаганов.**
- *Приведем свидетельство очевидца: «За неделю до представления расклеивались по городу афиши. Они были большого формата — размером в развернутый печатный лист. Обыкновенно на них значилось: временный народный театр такого-то под таким-то названием на Царицыном лугу, в течение такой-то недели: с воскресенья такого-то — представлено будет. Затем шло название пьесы, указание, кто составил и откуда заимствован сюжет, перечень картин и упоминание об эффектах, перечень действующих лиц без фамилий исполнителей, упоминание в надлежащих картинах о танцах, пении и шествиях, и цены местам.*
- **В центре афиши в красках была помещена картина, изображающая суть пьесы, а текст помещался сверху и снизу картины, а нередко и по бокам**

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

КУПИТЕ ПОДСИПЪЖНИКЪ!



ЖАРЬ ИЩА

8-9 МАЯ

ДЕНЬ СПРОТЪ ВОИНОВЪ

СВОРЪ ВЪ ПОЛЪЗУ ПРИЗРЪВАЕМЫХЪ ДЪТЕЙ ВЪ ПРИЮТЪ-УВЪЖИЩЪ МОСК. СОВ. ДЪТЕС. ПР.

ГЕОРГИЙ 1916 ПЛАНКОЕЪ



"СОЛДАТУ КЪ СВЪТЛОМУ ПРАЗДНИКУ"

Во всѣхъ залахъ Россійскаго Благороднаго собрания
13, 14 и 15 марта 1915 года
ВЕРВНЫЙ БАЗАРЪ

Чистый СБОРЪ поступитъ въ распоряженіе МОСКОВСКАГО ГОРОДСКОГО ОБЩЕСТВЕННАГО УПРАВЛЕНІЯ на приобрѣтеніе и отправку на передовыя позиціи подарковъ нъ празднику св Пасхи воинамъ дѣйствующей армии.

БОЛЬШОЙ КОЛОННЫЙ ЗАЛЪ:
Грандиозный бунфетъ-зафѣ. • Безпримѣнная программа участія артистовъ ИМПЕРАТОРСКИХЪ и частныхъ театровъ. • Для артиста музыка. • Цыганскій зоръ. • Неополитанцы.

МАЛЫЙ ЗАЛЪ:
БАЛАГАДЪ.

БОКОВЫЕ ЗАЛЫ:
Присвоенъ размѣстъ вещей для отсылки въ дѣйствующую армию на передовыя позиціи. • Безпримѣнная лекція. • Разнообразныя игры. • Безпримѣнная лекція о цвѣтѣхъ и растеніи. • Пасхальный базаръ игрушекъ. • Миниатюрная фотграфія.

ВХОДНАЯ ПЛАТА ОДИНЪ РУБЛЬ.

БАЗАРЪ ОТКРЫТЬ: пятница, 13 марта, отъ 4 часовъ дня до 1 часа ночи; суббота, 14 марта, отъ 12 час. дня до 6 часовъ вечера; воскресенье, 15 марта, отъ 12 часовъ дня до 12 часовъ ночи.

НИВА

ПОЛНОЕ СОБРАНІЕ СОЧИНЕНІЙ П.И.МЕЛЬНИКОВА-ПЕЧЕРСКАГО

ПОЛНОЕ СОБРАНІЕ СОЧИНЕНІЙ ГЕНРИКА ИБСЕНА

52 КНИЖЕКЪ ИМПЕРАТОРСКОГО ЖУРНАЛА "НИВА"
198 КНИЖЕКЪ СОЧ. МЕЛЬНИКОВА-ПЕЧЕРСКАГО
112 КНИЖЕКЪ СОЧ. ГЕНРИКА ИБСЕНА
112 КНИЖЕКЪ ИМПЕРАТОРСКОГО ЖУРНАЛА "НИВА"
112 ЛИСТЪ РАЖОХЪ И АКУТЪ ИБСЕНА
112 СТЪИЛОЙ КАТЕГАРЪ ИЗЪ 1909 ГОДА

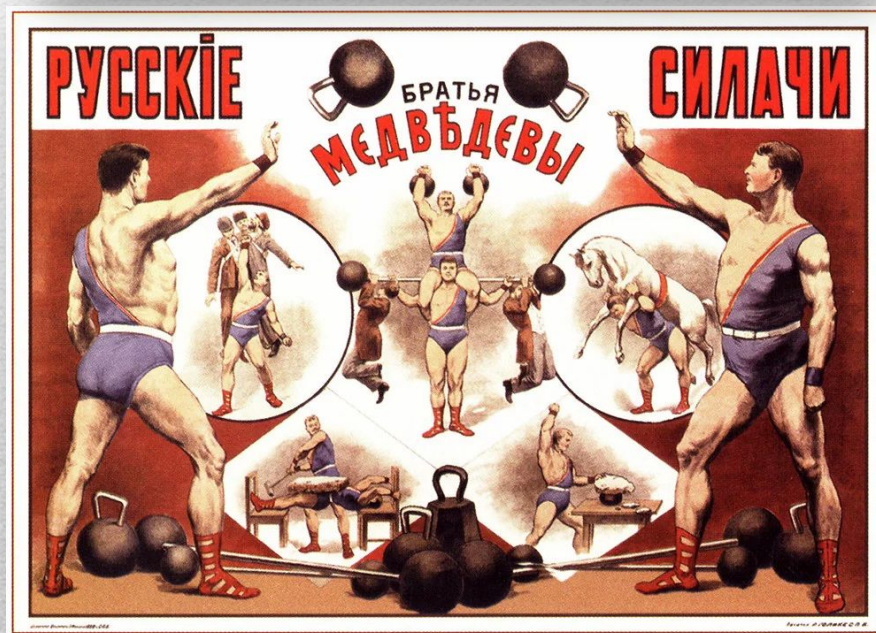
6 р. 50 к. 8 р.
7 р. 25 к. 12 р.
7 р. 50 к.

Л. А. Мельниковъ-Печерскій
С. Петербургъ, Россия

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- Другой очевидец, известный политический деятель, глава кадетской партии П. Милюков так делится детским восприятием лубочных балаганных афиш: «Уже наружный вид балаганных построек производил... неизгладимое впечатление. Невероятные приключения на разрисованных яркими красками полотнищах, плохо прибитых гвоздями и развевавшихся по ветру: крокодилы, пожиравшие людей, и атлеты, побеждавшие крокодилов; необыкновенной красоты, царицы неведомых царств, покрытые драгоценными камнями... факиры, упражнявшиеся со змеями; фокусники, глотавшие горящую паклю и сабли».
- Здесь, в отличие от предыдущего автора, рассказавшего о достаточно профессионализовавшихся и цензурировавшихся афишах, передан размах народной фантазии, запечатленный красочными образами. А тем временем в провинции, подальше от всевидящего ока властей, появляются афиши совсем уж неотразимой завлекающей силы: «Будет показан главарь людоедов племени Тумба-Юмбо, изловленный в центре Сахары. Начинает с поедания живых голубей, кончает человекоедением»

Афиша и вывеска в XIX — начале XX века



Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- Стилистика афиш профессионального цирка располагалась посередине между строгим обликом театральных объявлений и импровизациями балаганного творчества.
- Такова, например, афиша к бенефису клоуна Анатолия Дурова, намеченного на 8 апреля 1895 года. Цветной рисунок петуха со шпагой здесь сопровождают стихи:



*Для петербуржцев я стараюсь
Всегда новинки припасать;
Малафееву являюсь
С фурорной новостью опять.
Что интересно представленья,
В том поручиться я готов:
Всех приведу я в изумленья
Войною Кур и Петухов.
Мои войска, хоть и крылаты,
Врагов стреляют, режут, бьют:
Здесь Петухи, мои солдаты,
И Куры лезут на редут.
Среди такого мы сраженья
Немало выкинем колен,
И петербуржцев, без сомненья,
Возьму с таким я войском в плен*

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- Исследовательница русского плаката Н. И. Бабурина пишет: «Сохранились плакаты-афиши к представлениям, которые устраивались в петербургском Зоологическом саду и Михайловском манеже... **Рекламные издания Зоологического сада и Михайловского манежа в полном смысле слова являлись художественными афишами — настолько значительное место отведено в них тексту. Изобразительная часть выполнялась в традициях русского лубка, широко практиковался прием развернутого многокадрового рассказа, обстоятельного и подробного показа места действия и костюмов, наивного изображения персонажей»**



Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

4
ПЕРС.

Михайловскій Манежъ

Льготный билетъ
ДЛЯ ВХОДА НА

БОЛЬШІЯ РОЖДЕСТВЕНСКІЯ ГУЛЯНЯ

1909—1910 года.

Дѣйствителенъ ежедневно
съ 27 Декабря по 6 Января включ.

Билетъ при входѣ въ манежъ
предъявлять въ кассу для получе-
нія контромарки, цѣна контромарки
30 к. съ persons.

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- На рубеже XX века балаган, раёк, составляющий их неотъемлемую часть лубок — оттесняются на периферию русской культуры.
- Их стремятся возродить, сделать органичной частью своего творчества художники-примитивисты из группы «Бубновый валет» М. Ларионов, Н. Гончарова, И. Машков в первой половине 1910-х годов. Они пленяются мастерством городских вывесочников.



Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- Если в XVII — первой половине XIX века в основе российских вывесок были лубочные пристрастия, то со второй половины столетия ситуация меняется. Здесь также формируется значительный слой профессионалов своего дела.
- *Как пишет в воспоминаниях художник К. С. Петров-Водкин: «за XIX век цех вывесочников разросся по всей стране». И продолжает: «Вывесничество — это следующая за красильщицом крыши, труб, окон и дверей стадия. Обычно мальчик в ученичестве у маляра проходил составление колера, шпаклевку, раскраску под дуб и орех. Книжки знакомили его с картинами и подталкивали к занятию рисованием; такой мальчик переходил к вывесочнику. Работал у него вначале по шрифту, а потом и в качестве изобразителя чая, сахара, свечей и мыла»*

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- К концу XIX века в России шрифтовые вывески заметно оттесняют лубочные. Еще в середине столетия эту тенденцию — только применительно к столичным центрам — отмечал путешествовавший по России французский литератор Т. Готье: «Магазинные вывески, словно золотая вязь украшений, выставляют напоказ красивые буквы русского алфавита, похожие на греческие, которые можно использовать на декоративных фризах».
- *С этим впечатлением иноземца перекликается мнение отечественного анонима, изложенное им в журнале «Иллюстрация» в статье «Петербургские вывески». «Нам кажется, что самые красивые вывески — простые надписи по черному грунту с накладными металлическими выпуклыми буквами, недавно изобретенными и уже украшающими многие лавки и мастерские в Санкт-Петербурге».*

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков



Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков



Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- *О мастерстве создания вывесок повествуют учебные пособия. Одно из них, например, называется: «Живописец вывесок. Практическое руководство по написанию вывесок на стенах, полотне, деревянных щитах, железе и других материалах». Здесь опытный мастеровой детально разобрал приемы создания вывесок: их золочения, серебрения, бронзирования. С чувством профессионального достоинства автор заявляет: «Писание вывесок составляет особый специально художественный раздел малярного дела». Здесь рассматривается уместность использования и сочетания различных цветов, причем заказчикам рекомендуется занимать гибкую позицию, так как «выбор цвета окраски зависит от вкуса и практических соображений, как, например, общего колорита и окружающей среды, деревьев, тени и прочего». Иметь в виду не броскую аляповатость, а эстетическую гармонию, — советует данный автор, что тем самым свидетельствует и об изменившихся вкусах зажиточных слоев городского населения. В кругах же художественной интеллигенции многие стали рассматривать вывеску как часть народного искусства. Современный искусствовед подчеркивает: «Живописцев начала столетия восхищала та непреложная убедительность и весомость, какой обладали фигуры или предметы на провинциальных вывесках, неподвижные, но мощные во всей безапелляционности своего демонстративного присутствия на вывесочном щите»*

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- **И все же — при всей популярности фольклорных ответвлений вывесочного жанра, эпоха заканчивалась. И это понимали художники-авангардисты, стремившиеся на определенном этапе своей эволюции реанимировать и культивировать фольклор.**
- *Давид Бурлюк писал в том же 1913 году: «Цивилизация, грамотность, печатный и фабричный станки сделают свое дело. Умрет, исчезнет с лица земли «кустарное» искусство — и одно лишь место будет — музеи, где аромат и прелесть национального... духа народного будет жить» .*
- Итак, на рубеже веков определяющую роль играли уже шрифтовые вывески, безусловно рассчитанные на грамотных людей. Долгое время позолоченными или бронзированными металлическими буквами или гигантским шрифтом на деревянно-фанерных основаниях обозначались не предметы продажи, а на первом месте — фамилии предпринимателей. Вместе с подобного рода вывеской в российский опыт входили на новом историческом витке понятия торговой марки и фирменного знака.

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков

- Практическое задание:
- Продолжить таблицу по «Истории плаката», включить и проанализировать как менялся стиль в афишах и вывесках в России в XIX — начале XX веков.
- По возможности определить авторов.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков