



Шель австриецъ въ Радивилы,  
Да попалъ на бабы вилы.

**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.



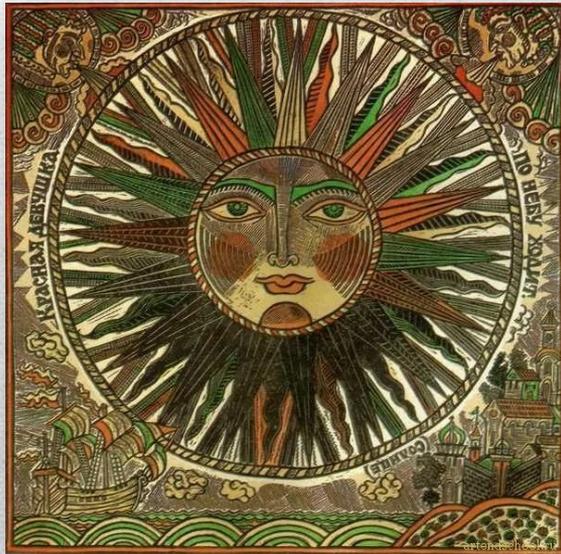
## Эволюция лубочного творчества в XIX веке

- **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.



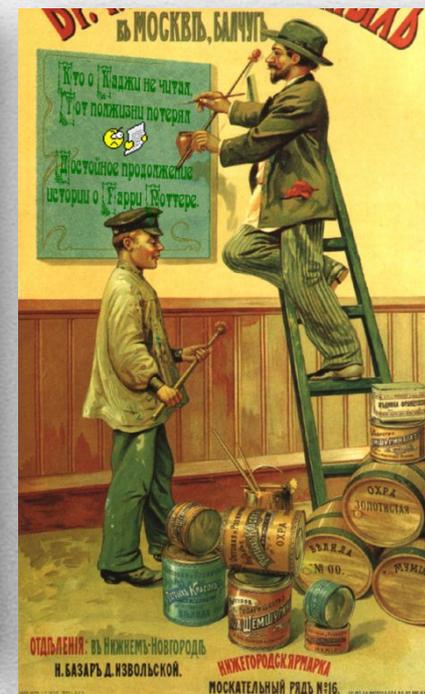
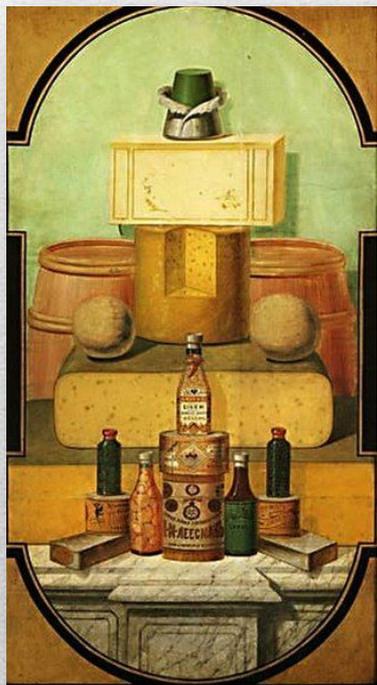
**Эволюция лубочного творчества в XIX веке**

- 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 прьст!“

Куди лбзсь, куди прьст?  
На Чухомъ, Деламъ Франсь...  
Или, какой ухотъ-ухотъ!

Искъ трюхъ сурьль вапекъ!  
Америка — старина,  
Фирмавака на бекъ!  
А судьямъ вапекъ!  
Или, вахъ шьт! Или, вахъ прьст!

Или, шьткъ, Мачога!  
Искъ отъи прьстекъ!  
Или, шьткъ-прьстекъ!  
Хотъи, шьткъ, хотъи, шьткъ!  
Или, шьткъ-прьстекъ!

Или, шьткъ-ухотъ!  
Или, шьткъ-ухотъ!  
Или, шьткъ-ухотъ!  
Или, шьткъ-ухотъ!  
Или, шьткъ-ухотъ!



Или, кахъ, ишъцамъ подъ Намюромъ,  
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



---

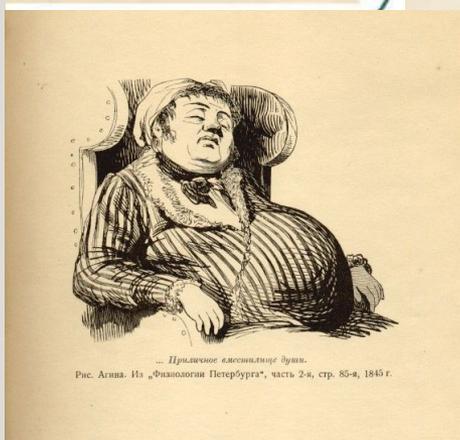
**Афиша и вывеска в XIX — начале XX веков**

- 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

- Наряду с такими художественно оформленными настенными рекламами (но еще не плакатного жанра) через весь XIX век, протягиваясь в XX, бытуют строгие театральные шрифтовые афиши: черный текст на белом фоне, как правило, с очень подробным сообщением о программе спектаклей и скрупулезным перечислением действующих лиц и их исполнителей.
- Известно, насколько пристально актеры следили за величиной (кеглем) шрифта, которым были напечатаны их фамилии, какие житейские баталии разыгрывались из-за нечеткого соблюдения предполагаемой субординации творческой значимости исполнителей в отображении рекламной величины букв.
- Основным производителем таких афиш была типография императорских театров.



**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 къ празднику св. Пасхи воинамъ дѣйствующей армии.

**БОЛЬШОЙ КОЛОНЫЙ ЗАЛЪ:**  
Грандъ-буфетъ-кафе. • Безпримѣнная программа при участіи артистовъ ИМПЕРАТОРСКИХЪ и частныхъ театровъ. • Для артиста музыки. • Цыганскій хоръ. • Неаполитанцы.

**МАЛЫЙ ЗАЛЪ:**  
**БАЛАГАДЪ.**

**БОКОВЫЕ ЗАЛЫ:**  
Присвоено размѣщеніе вещей для отсылки въ дѣлостроительную армию на передовыя позиціи. • Безпримѣнная лекція. • Разнообразныя игры. • Безпримѣнная лекція о цвѣтѣхъ и растеніяхъ. • Пасхальный базаръ игрушекъ. • Мемориальная фотографія.

**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 РАЖСКОГО АКАДЕМИЧЕСКОГО РАБОТЪ-ЧЕРТЕЖЪ ВЪКРЕ  
1 СТЪЛБНОГО КАТЕКАЛЬЯРЪ изъ 1909 ГОДА

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

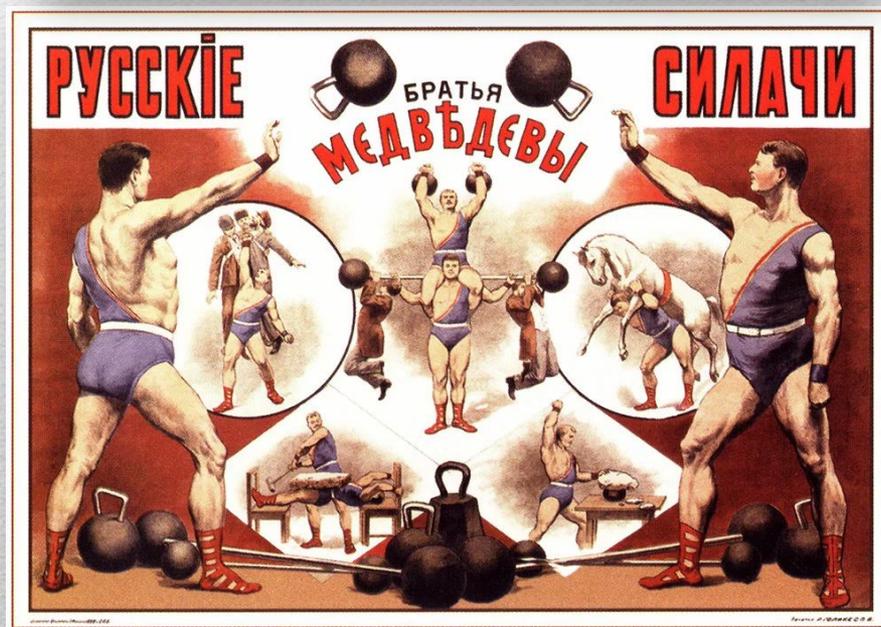
ЛАЗАРЬ КОСТЮКЪ НИВА ДОБРОСАЛЪ С. ПЕТРОВНА РОССАВЪ

**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»

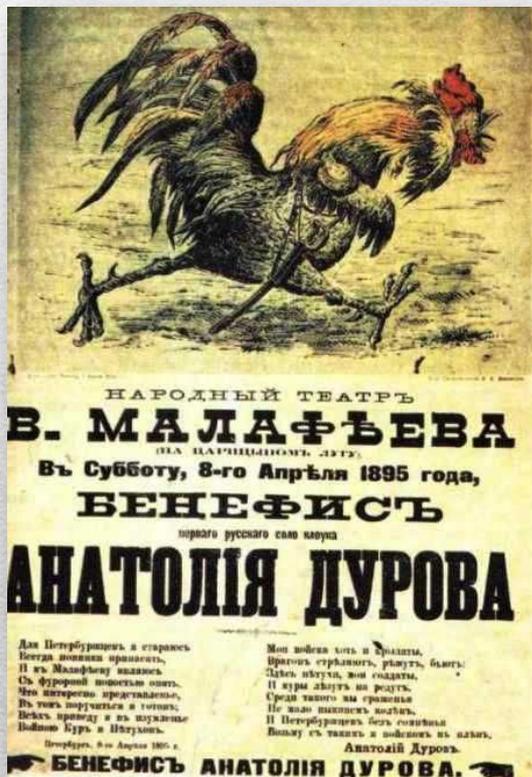
---

**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**



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**

- В 1913 году состоялась выставка группы «Бубновый валет», где один из залов был отведен творчеству вывесочников. Четыре работы здесь принадлежали кисти грузинского мастера народной вывески Нико Пиросманишвили (Пиросмани).



**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**