Э.М. ГЛИНТЕРНИК

Доктор искусствоведения, профессор, зав. кафедрой рекламы Санкт-Петербургского государственного университета (Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»), ведущий научный сотрудник НИИ РАХ, действительный член Национальной академии дизайна, член СПб Союза художников России
e-mail: e.glinternik@spbu.ru

E.M. GLINTERNIK

Doctor of Arts, Professor, Head. the Department of Advertising, St. Petersburg State University (Institute «Higher Journalism and Mass Communication School»), Leading Researcher at the research Institute of RAH, academician of the National Academy of Design, a member of the St. Petersburg Union of Artists of Russia
e-mail: e.glinternik@spbu.ru

ЛЕНИНГРАДСКАЯ ШКОЛА ПРИКЛАДНОЙ ГРАФИКИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ ИСКУССТВА 1960–1980-х ГОДОВ

LENINGRAD SCHOOL OF APPLIED GRAPHICS IN SOCIO-CULTURAL CONTEXT OF ART FROM THE 1960s TO THE 1980s

Публикация подготовлена в рамках НИР СПбГУ «Иллюстрированные периодические издания в социокультурном контексте XIX – XXI веков: отечественный и зарубежный опыт: 2020 г., ID проекта в системе PURE 53364090

Статья посвящена истории развития ленинградской школы прикладной графики в период 1960–1980-х годов. Рассматривается социокультурный контекст и условия, в которых формировались новые принципы и художественные задачи в графическом дизайне этого периода. Показывается жанровое многообразие прикладной графики, отмечается творчество ведущих мастеров, работавших в этой области искусства.

The article is devoted to the history of the development of the Leningrad school of applied graphics in the period 1960–1980s. The sociocultural context and conditions in which new principles and artistic tasks were formed in the graphic design of this period are considered. The genre diversity of applied graphics is shown, the creativity of leading masters who have worked in this field of art is noted.

Ключевые слова: ленинградская школа прикладной графики, графический дизайн, дизайн-графика 1960–1980-х годов, ЛВХПУ им. В.Мухиной, художественное образование.
Keywords: Leningrad school of applied graphics, graphic design, design graphics of the 1960–1980s, LVHPU of V.Mukhina, art education.

Примерно с середины 1950-х гг. начался период нового художественного осмысления предметно-пространственной среды. Этому способствовал и целый ряд крупных событий международного масштаба: посещение представителями рекламной отрасли Италии и Франции (1954), Международный фестиваль молодежи и студентов (1957), Международная выставка в Брюсселе (1957). Внутри страны на рубеже 1950–1960-х гг. эстетическое освоение действительности подкрепляется государственными постановлениями, создаются ВНИИТЭ, СХКБ в промышленности, мастерские художественного конструирования в системе Худфонда, начинает издаваться бюллетень «Техническая эстетика», ВНИИТЭ становится членом ИКСИД, начинается реформа в художественно-промышленном образовании.

Этот период важен для нас и с точки зрения критического осмысления художественной практики тех лет. На рубеже 1960-х гг. острый интерес к промграфике можно проследить по материалам периодических изданий, конференций, отчетов и т.д. Особое место по своему значению в систематизации и публикации материалов по истории советской прикладной графики и ее проблемам можно отвести работам искусствоведа ленинградской школы А.П.Павлинской: «Графика вокруг нас. О творчестве мастеров промышленной графики» (1962) и «Товарный знак» (1974). Ее вклад в историю изучения промграфики трудно переоценить.

В каком социокультурном контексте происходила активизация промграфики на этапе середины 1950–1960-х гг., можно судить по выступлению на Международной конференции работников рекламы в

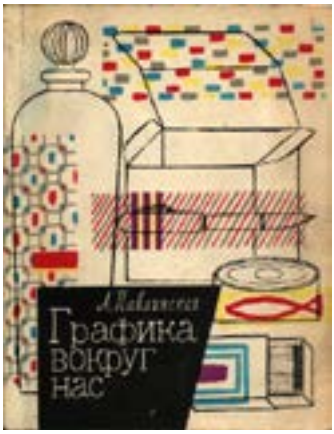




Рис. 1. А.Павлинская. Графика вокруг нас. О творчестве ленинградских мастеров промышленной графики. Обложка Б.Крейцера. 1962
Рис. 2. Преподаватель М.Ф.Егоров. Курс шрифта на ф-те металла. II курс. 1949

Праге. Представитель советской делегации недвусмысленно сформулировал творческое кредо советской рекламы: «Социалистическая реклама — это реклама для народа, она должна быть понятна всем, она должна быть логически обоснована и художник не может не считаться с этим, оформляя витрины или разрабатывая рекламный плакат или проводя какое-то другое рекламное оформление. <…> Формализм в искусстве не принят <…>. Для народа это понятнее, для глаза это приятнее» [3, с. 11].

Первая самостоятельная выставка прикладной графики художников Ленинграда была открыта в декабре 1958 г. в помещении павильона Росси (Невский пр., 39). В ее организации приняли участие Союз художников РСФСР, Ленсовнархоз и Главное управление местной промышленности, представлено более 600 работ. В рецензии А.Павлинская высказала мысль о своеобразии и специфике промграфики: «Надо, наконец, понять, что современная рекламная графика требует своих художественных приемов и, прежде всего декоративности цветового решения. Лаконичности композиции и той доли условности, которая для каждого вида искусства определяется по-своему. [8, с. 27].

Каталоги выставок дают представление о степени востребованности той или иной продукции и о характере выполнявшихся работ. Так, на традиционной осенней выставке ЛОСХа в отделе промышлен-

ной графики большой удельный вес занимала рекламная продукция для Всемирной выставки в Брюсселе (1957): проспект «Мощный арктический ледокол с атомной установкой», «Оптические приборы» (И.И.Ершов, И.Е.Оминин, А.Г.Скрягин, А.М.Яковлев), обложки каталогов для промышленных товаров «Интерферометр», «Керогаз», «Фарфор», «Флуорометр», «Фотоэлектрический стилометр» (Ю.П.Иванов), обложки для журналов мод (В.П.Игнатьева), обложки для грампластинок и коробки для конфет, упаковки для рыболовных снастей (С.М.Савицкий) и пр. [6, с. 53].





Рис. 3. Л.Нисенбаум. Конверт грампластинки «Концерт К.Шульженко». 1957
Рис. 4. К.Козьмин. Знак Ленинградского завода грампластинок «Аккорд». 1957

Постепенно в экспозиции и в каталогах выделяются самостоятельные разделы. В 1961 г. в перечне выставленной продукции преимущественно конверты для грампластинок (Г.Н.Васильев, Л.Нисенбаум, Е.Н.Сандлер), кондитерские упаковки (И.И.Ершов, В.П.Кубашевский, И.В.Кушаков, А.А.Георгиевская, М.З.Фельгин), отдельные упаковки для ювелирных изделий (Е.В.Успенская), несколько проспектов (К.Е.Глинтерник, В.Ю.Фонарев) В каталоге выставки ленинградских художников за 1960 г. в разделе промграфики этикетки для ликера «Южный», «Кофейный», «Новогодний», «Черносмородиновый», «Бенедиктин», «Шартрез» (худ. Ю.И.Иванов).

Почти все работавшие в промграфике были поколением послевоенных выпускников ЛВХПУ им. В.Мухиной. Их отличала высокопрофессиональная выучка. В училище традиции графической школы продолжались и сохранялись благодаря тому, что большинство преподавателей в свою очередь учились в Ленинградском ВХУТЕИНе (б. Академии Художеств) в 1920-х гг. [1].

В 1928 г. искусствовед А. Федоров-Давыдов впервые в обширной статье под названием «Ленинградская школа графических искусств» сделал попытку охарактеризовать особенности художественного метода мастеров Северной столицы. Упомянув «мирискусническое» происхождение ленинградской школы, он определил основное различие графических искусств двух столиц как различие материального и абстрактного подходов в искусстве. Эта творческая общность сохранялась и передавалась последующим поколениям. Так, в 1946 г. в справочнике для поступающих в ЛВХПУ у студентов факультета декоративной росписи предполагалась подготовка для выполнения «больших задач по отделке продукции легкой индустрии (рисунки на обоях, этикетки для вин и парфюмерии, конфетные и шоколадные обертки, рекламы и плакаты)» [3, с. 6].



Рис. 5. Т.Корнилова. Коробка для конфет «Чио-Чио-сан». 1959

Основными дисциплинами для всех факультетов с первого по восьмой являлись рисунок, акварель, графическое изучение стиля и орнамента, история искусства. Сохранялось преподавание графической грамотности, основы шрифтовой культуры. Так в ЛВХПУ на отделении металла выпускник ВХУТЕИНа архитектор-художник, преподаватель М.Ф.Егоров вел курс шрифта. Им была разработана т.н. «генетическая система шрифтов», которой обучались студенты на всех специальностях на протяжении трех лет. Это давало возможность сохранять культуру графического языка, присущую ленинградской. Несмотря на то, что все выпускники были ориентированы на работу в области декоративно-прикладного искусства, многие из них составили в 1950–1980-е гг. ядро ленинградской школы промграфики.

В 1957 г. на факультете металла создается отделение художественного конструирования, в 1964 г. открывается кафедра промискусства, возглавляемая выпускником Ленинградского ВХУТЕИНа И.Ваксом. Поставив в центре внимания педагогической системы школы воспитание творческой личности дизайнера, И.Вакс стремился найти средства, перекидывающие мосты между ценностями художественной традиции и миром повседневной жизни с ее быстротечно меняющимися запросами. Благодаря этому стремлению, ленинградская школа дизайна в своих



Рис. 6. К.Глинтерник. Консервная банка. 1960



Рис. 7. Е.Сандлер. Конверт грампластинки «Запорожец за Дунаем». 1962

лучших, наиболее острых, новаторских исканиях, могла удержаться на грани классического, сверенного с высокой традицией, чувства формы.

Как новый взгляд в подготовке промграфиков, в ЛВХПУ в 1975 г. появляется курс «Основы проектирования визуальной коммуникации», подготовленный преподавателем Ю.А.Кайналайненом. В обосновании дисциплины автор объяснял, что традиционное преподавание различных предметов — «Плакат», «Упаковка», «Шрифт» — на основе обособленных программ ориентирует студента на создание эстетически вполне удовлетворительных работ, не затрагивая при этом задач проектирования самого процесса коммуникации. В курсе рассматривались роль и функции разнообразных знаков и знаковых систем в различных формах визуальной коммуникации, эстетическая сущность визуальной коммуникации, визуальная организация явлений и проектное воплощение [1, с. 10]. Предложенная программа в наибольшей степени соответствовала необходимым критериям профессиональной подготовки в тот период.

В 1964 году была создана Всесоюзная фирма «Мелодия», получает распространение и экспорт наших пластинок, что потребовало нового подхода к графическому оформлению упаковок для пластинок. В этой области много работ было выполнено замечательными ленинградскими художниками Г.Васильевым, А.Георгиевской, П.Ивлевым, К.Козьминым, В.Кубашевским, Л.Нисенбаумом, Е.Сандлером и мн. другими. С 1970-х гг.



Рис. 8. И.Оминин. Коробка для конфет. 1961

упаковка для пластинок становится также одной из тем дипломного проектирования на кафедре промышленной графики и упаковки в ЛВХПУ им. Мухиной. Так, в 1971 г. В.Панкевич выполнял комплект упаковки грампластинок для фирмы «Мелодия», в 1974 В.Рябов — комплект упаковок для пластинок опер-сказок Римского-Корсакова, в 1976 О.Шермушенко — упаковку серии грампластинок фирмы «Мелодия», в 1977 Н.Кастанаян — упаковку грампластинок для фирмы «Мелодия», в 1986 В.Анисимов — «Сонаты Л.Бетховена», серию грампластинок для фирмы «Мелодия».

В 1970-х гг. расширяется перечень работ в промграфике. Так, на выставке «Наш современник» (1975) были представлены: медицинские коробки (худ. В.И.Алябьева, О.П.Большаков, В.Е.Бухман); оформление промышленных каталогов: Невский мыловаренный завод (Т.Н.Артюхова, Н.С.Каменева); оформление беловых товаров бумаги для заметок, благодарственных писем почетных грамот, школьных тетрадей; эмблема, фирменный бланк и конверт Ленинградского дворца работников просвещения (В.Кубашевский) и пр. Работа с предприятиями, в основном, ограничивалась изготовлением упаковок для продукции и рекламных проспектов. Изредка стали появляться конверты, эмблемы, открытки. Товарные знаки существовали сами по себе, не включенные в контекст какой-либо комплексной работы. Кроме традиционных кондитерских упаковок и конвертов для грампластинок, много в этот год было оформлено меню для ресторанов (Д.А.Макаров, Л.А.Панфилова).

При большом спросе на прикладную графику, возросшем интересе ко всем ее формам, работа в этой области не считалась престижной. Поскольку в 1950-х гг. специально художников-промграфиков не готовили ни в одном учебном заведении, каждый приходил своим путем в эту область. Имело место негласное полупризнание — вступить в творческий союз с работами по прикладной графике было практически



Рис. 9. Д.Грушевский. Проспект «Роспищепромреклама». 1967

невозможно. Лишь в конце 1970-х гг. в структуре Ленинградского союза художников в секции декоративно-прикладного искусства была выделена подсекция прикладной графики.

Получение заказов на исполнение работ проходило через ряд организаций: комбинат «Продоформление», «Роспищепромрекламу», «Ленизо, систему отделений Худфонда СССР (графические мастерские, затем — комбинаты), Торговую палату или непосредственно от заказчика. При каждой из организаций функционировал худсовет, имелись твердые расценки на все виды работ. При Торговой палате функционировал художественный совет, принимавший или отсылавший на доработку представленный проект, не определяя его стоимости. Оценка той или иной работы производилась ответственными сотрудниками палаты.

Затем, в 1960-е гг., при Художественном фонде СХ создается Комбинат графических искусств, со своим художественным советом и твердыми расценками на все виды работ. С одной стороны, такая система, казалось бы, ограничивала свободу художника, но с другой давала социальную защищенность в случае произвола заказчиков и, главное, все же стабильно поддерживала профессиональный уровень большей части работ.

Представление о задачах и смысле деятельности промграфика складывалось в зависимости от полученных заказов, выполнение их было обусловлено теми средствами и в той технике, которой владел художник. По отдельным наблюдениям, основанным на перечне сделанных работ, можно сказать, что многие графики тяготели к определенным видам работ, одни предпочитали плакаты и каталоги, другие — упаковки для сигарет или парфюмерии, третьи — упаковки для грампластинок и т.д. Но это только на первый взгляд. Была еще и другая сторона вопроса — этическая. Если на том или ином предприятии работал вполне определенный мастер, другой не мог там получить работу. Существовала и проблема получения заказов.

Мы знаем, что этикетка — ярлык на чем-нибудь с фабричным, торговым клеймом, надписью и т.п., но в 1950–1960-е гг. к этому понятию относили не только винно-водочные, пивные, спичечные этикетки, но и все виды оберток, от кондитерских до фармацевтических товаров, рыбных консервов, словом то, что можно наклеить или обернуть. Из финансовых соображений художники предпочитали этикеточные работы по возможности делать как комплексные упаковки.



Рис. 10. В.Панкевич. Коверты для грампластинки «Джаз». 1972

В 1960–1970-х гг. художникам предстояло решить ряд творческих проблем, главная из которых — отход от натуралистических приемов в рекламе, имевших место в предыдущие годы. Кроме того, предстояло осознать и выработать дизайн тех или иных групп товаров. Требовалась новая тенденция в оформлении табачных, парфюмерных изделий и т.д. Зачастую художественное решение было обусловлено самыми скромными возможностями типографии или заказчика, просили сделать так, чтобы печатать этикетку в 1–2 краски и не более. На протяжении 1960–1970-х гг. в условиях постоянного дефицита товаров задачу формирования массового спроса и потребления, создание визуально-коммуникативных систем перед дизайн-графикой не ставили. Часто заказанные работы носили характер комплексных компаний и мероприятий, прежде всего, к памятным датам (1967, 1970, 1977 и праздникам (Новому году, 8 марта и т.д.).

Представленный проект предприятие могло использовать по своему усмотрению, оригинал исчезал из поля зрения автора, его воспроизведение становилось неконтролируемым. Путь от оригинала к тиражу был труден, проблема качества полиграфической печати — постоянной. Большинство лучших из созданных работ можно было видеть лишь на выставочных стендах, на прилавках магазинов их почти не встречали, оригиналы могли храниться у заказчика для отчетности, и в печать не от-

правлялись. Не позавидуешь участи художника, который не мог представить на выставку тиражный экземпляр, настолько он мог отличаться от оригинала, что приходилось делать специальные выставочные экземпляры, либо добывать пробные оттиски, которые были лучше тиража.

Была еще и проблема авторского права, вернее его отсутствия. Очень часто заказчик мог изменить этикетку по своему усмотрению, взять за основу мотив какой-либо сделанной работы, она подвергались переделкам без ведома автора, делались рамки, менялся фон, уменьшались или увеличивались и т.д. В связи с этим, сейчас трудно установить авторство тех или иных работ.





Рис. 11. А.Георгиевская, И.Кушаков. Коробка для конфет «Агат». Нач. 1970-х

Рис. 12. Отдел промграфики на выставке произведений ленинградских художников в Манеже. Москва. 1975

Ленинградская школа промграфики шла по своему пути развития: 1960–1980-е гг. стали периодом плодотворной работы целой плеяды мастеров. В это время продолжали свою деятельность выпускники ВХУТЕИНа, художники поколения довоенных лет — А.Корзов, Т.Корнилова, Е.Сандлер, Б.Крейцер, в начале 1950-х пришли М.Фельгин, К.Кузьмин, В.Кубашевский, П.Лубковский, Л.Ниссенбаум, Ю.Иванов, И.Оминин, О.Николюк, Г.Ольхович, К.Глинтерник, А.Георгиевская, И.Кушаков, М.Кремер, Д.Грушевский и др. Художники к работе подходили, исходя из собственной творческой индивидуальности, в этом состояло главное отличие прикладной графики 1960–1970-х гг. Именно поэтому их работы так интересны сегодня с точки зрения истории графического дизайна. Почти в каждой видна была творческая манера конкретного мастера и узнаваема рука художника.

Одним из наиболее интересных мастеров школы был выпускник ЛВХПУ И.Оминин. Его работы всегда отличал высокий профессиональный уровень и графическая культура, что позволяет его творческому наследию

оставаться актуальным и сегодня. Так, по поводу одной из своих работ он высказывался: «Мне кажется, что в области декоративного искусства, и в том числе прикладной графики, у художников открываются поистине огромные возможности, диктуемые потребностями нашего времени. Этот вид графики является многообразным искусством, требующим от художника большой широты взглядов. Проникновение в суть и смысл стоящего перед ним задания и концентрированное графическое выражение его — вот творческая основа и главная задача прикладной графики, сложной и увлекательной области изобразительного искусства [5, с. 104].

В эти годы ленинградская школа получает известность за рубежом. В 1967 г. с успехом проходит выставка в ГДР. Журнал «Neue werbung» отмечал большое разнообразие решений, сохранение при этом своей индивидуальности, благодаря чему ленинградская прикладная графика развивалась без обычных штампов. Журнал отмечал соединение в графической продукции элементов фольклора и современной типографики в работах Е.Сандлера к записям опер «Запорожец за Дунаем» и «Петрушки» И.Стравинского» [10, с.14].

Сегодня промграфика 1960–1980-х годов — уже достояние истории. Особенно остро это чувствуется, когда начинаешь собирать эмпирический материал для статей, уточнять авторов тех или иных работ, усердно обзванивать художников, их детей, внуков, племянников, с просьбой подобрать образцы работ для публикации. Многих уже нет в живых, неизвестно, где хранятся остатки их работ, кто-то свои работы просто выбросил за ненадобностью. Это прозаическая и неблагодарная сторона искусства прикладной графики, удел искусства будничного, «искусства дня».

При всех издержках периода следует отметить главное достоинство в графике этих лет — яркую авторскую индивидуальность. Достигнув высокого уровня профессионального мастерства, художники этого периода столкнулись с новыми задачами: укрупнения проектной деятельности и отхода от локальных оформительских задач. К началу 1980-х начинают принципиально меняться условия работы, усложняются задачи, происходит переход к проектной системе: нужно было выработать приемы визуальной идентификации практически для всех групп товаров, прежде всего, пищевых. Появляются примеры единого графического оформления конкретного предприятия: от элементов корпоративной идентификации до упаковки продукции на прилавках магазинов. Поколение шестидесятников оставалось по-прежнему вос-

требованным, опыт и блестящая выучка позволили многим принять вызов наступавшей компьютерной эры.

Работы ленинградской школы отличала высокая графическая культура, грамотность, художественный вкус, присущие в целом ленинградской школе графики. Подобно тому, как существуют общие устоявшиеся понятия ленинградской школы графики, ленинградской школы книжной графики, с полным правом существует и не менее гордое понятие ленинградской школы прикладной графики. Как еще в 1962 г. писала А.Павлинская, «прикладная графика — одна из первых ступеней той большой лестницы, по которой люди идут к пониманию самых серьезных проблем искусства. Ее произведения постоянно окружают человека и учат его понимать гармонию цветовых отношений, законы композиции, остроумную образность. Такую роль может выполнить только подлинное искусство, нужное людям, решающее серьезные проблемы современности, прославленное именами своих лучших мастеров» [9, с. 47].

Список литературы:

1. *Глинтерник Э.М.* Петроградские высшие государственные художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС) — петроградский высший государственный художественно-технический институт — ленинградский (1921–1930) // Энциклопедия русского авангарда. — Том. III. Н-Я. — Книга 2. — Москва, 2014. — С. 119–123.

2. *Кайналайнен Ю.Р.* Курс «Основы проектирования визуальной коммуникации» в подготовке дизайнеров-графиков // Техническая эстетика. — 1979. — № 5.

3. *Курнин Д.В.* Доклад на конференции // Реклама. Сб. материалов. — Москва, 1960.

4. ЛВХПУ им. Мухиной. — Ленинград, 1946.

5. Ленинград. Зональная выставка. Живопись, скульптура. Графика, декоративно-прикладное искусство. — Ленинград, 1967.

6. Ленинградский союз советских художников. Осенняя выставка произведений ленинградских художников. Каталог. 1958. — Ленинград, 1959.

7. Мастера современной гравюры и графики / под редакцией В.Полонского. — Москва, 1928.

8. *Павлинская А.П.* Ленинградская промышленная графика // Декоративное искусство СССР. — 1959. — № 11.

9. *Павлинская А.П.* Графика вокруг нас. О творчестве ленинградских мастеров промышленной графики. — Ленинград,1962.

10. *Nowak Berhard.* Leningrader Note nach Noten // Neue werbung. — 1969. — № 2.