Э.М. ГЛИНТЕРНИК

Доктор искусствоведения, профессор, зав. кафедрой рекламы Санкт-Петербургского государственного университета (Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»), действительный член Национальной академии дизайна, член Санкт-Петербургского 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»), academician of the National Academy of Design, a member of the St. Petersburg Union of Artists of Russia
e-mail: e.glinternik@spbu.ru

«ГРАФИЧЕСКИЕ ИСКУССТВА» И СТАНОВЛЕНИЕ ДИЗАЙН-ГРАФИКИ В КОНТЕКСТЕ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУБЕЖА XIX–XX ВВ.

«GRAPHIC ARTS» AND THE FORMATION OF DESIGN GRAPHICS IN CONTEXT OF EXHIBITION ACTIVITY OF THE COUNTRY XIX–XX CENTURIES

Статья посвящена истории раннего становления отечественной дизайн-графики, которое было обусловлено совокупностью целого ряда экономических и социокультурных факторов. В их числе одним из определяющих была активная выставочная жизнь на рубеже XIX–XX вв. Критические рецензии, выставочные каталоги, обзоры художественной жизни как документы эпохи дают возможность составить общую картину путей развития «графических искусств». В отсутствии специальной терминологии так называли рассматриваемую сферу массовой тиражной графики. Проведение многочисленных художественных и отраслевых выставок способствовало развитию «графических искусств» или «декоративной графики», которое проявлялось в красочных рекламных плакатах, листовках, многочисленной акцидентной продукции.

The article is devoted to the history of the early development of the domestic design graphics, which was due to the combination of a number of economic and socio-cultural factors. Among them, one of the defining features was an active exhibition life at the turn of the XIX–XX centuries. Critical reviews, exhibition catalogs, reviews of artistic life, such as documents of the epoch, give an opportunity to make a general picture of the development paths of the «graphic arts». In the absence of special terminology, the so-called scope of mass circulation graphics was so called. The holding of numerous art and industry exhibitions contributed to the development of «graphic arts» or «decorative graphics», which was manifested in colorful advertising posters, leaflets, and numerous incidental products.

Ключевые слова: графический дизайн, «графические искусства», «декоративная графика», художественные выставки рубежа XIX–XX вв., история рекламной графики, прикладная графика.
Keywords: graphic design, «graphic arts», «decorative graphics», artistic exhibitions at the turn of the XIX–XX centuries, history of advertising graphics, applied graphics.

Становление отечественной дизайн-графики было обусловлено совокупностью целого ряда экономических и социокультурных факторов, среди которых можно выделить основные, такие как создание единого общероссийского рынка, формирование городской культуры, технический прогресс в полиграфии и, наконец, — активная выставочная деятельность.

Подъем в промышленности, оживление торговли, усиление конкуренции в коммерческой сфере ускорили создание единого общероссийского рынка. Проведение художественно-промышленных выставок и торгово-промышленных съездов, создание художественно-промышленных музеев и обществ, обращение художников к прикладным темам — звенья в цепи интенсивной и многообразной жизни общества. Впервые успехи в творческой сфере стали связывать с развитием экономики и производства.

Это был период формирования новых форм художественного творчества, одна из которых сначала была обозначена как «графическое искусство» или «декоративная графика». Современный исследователь,

историк графического дизайна или полиграфии, обращаясь к материалам по печатному делу более чем столетней давности — отраслевой периодике или специальной литературе, обязательно сталкивается с широко бытовавшим тогда в полиграфии понятием — «графические искусства» [1]. Оставляя обширную тему развития дизайн-графики в недрах полиграфической индустрии за рамками настоящей статьи, обозначим просто его использование на протяжении второй половины XIX — первой четверти XX вв. в контексте, идентичном нашим представлениям о специфике деятельности дизайнера-графика. В это время обсуждаются проблемы восприятия, решаются формообразующие задачи, обосновываются функции прикладной графики, создаются предпосылки для эстетического анализа.



Рисунок 1. В.Рейнке. Первая всероссийская выставка печатного дела. Плакат. 1894

В значительной степени в этом процессе проявилось влияние активной выставочной деятельности в России на рубеже XIX–XX вв. Особенно насыщенными в художественной жизни оказались буквально последние десять лет уходящего XIX века. Уникальный характер отдельных выставок, их место и значение в истории отечественной культуры, графического дизайна и печатного дела трудно переоценить. Проведение отраслевых выставок способствовало развитию художественной критики, а также приобщению общества к проблемам творческого и технического характера. Выставочные каталоги, отзывы, рецензии позволяют дополнить общую картину взаимодействия и развития проектной графики и печатного дела на протяжении рассматриваемого периода. К сожалению, у нас нет достоверных сведений касательно художественной организации большинства этих выставок с точки зрения экспозиционного искусства. Мы располагаем лишь рекламными плакатами и фотодокументами, которые позволяют воссоздать и домыслить, хотя бы в ка-

кой-то степени, способы экспонирования и организации выставочного пространства в ту пору.

К середине 1890-х гг. решено было провести в Санкт-Петербурге Первую всероссийскую выставку печатной отрасли как подведение итогов определенного этапа развития, с демонстрацией всех возможностей российского печатного дела. Выставка проводилась под эгидой Императорского Русского технического общества, под высочайшим покровительством его Императорского высочества великого князя Константина Константиновича, и была торжественно открыта в Соляном городке (февраль — июнь 1895 г.). Художником В.Рейнке специально к выставке был выполнен рекламный плакат, вполне отвечавший массовым эстетическим представлениям времени (ил. 1). Экспозиция подразделялась на следующие разделы: история книгопечатания, современное издательское дело, граверное дело, словолитное, писчебумажное и механико-химическое производства, типография, литография и металлография, гелиография, переплетное дело, специальные школы и специальная литература, художественный отдел. Практически все, что было связано с графическими искусствами, нашло отражение в экспозиции.

Хроника проведения выставки известна благодаря 34 спецвыпускам «Обзоров Первой всероссийской выставки печатного дела», редактором которых был Р.Р.Голике. Регулярно, два раза в неделю, они печатались непосредственно в выставочных павильонах с использованием шрифтов словолитни О.И.Лемана, бумаги Невской писчебумажной фабрики А.И.Варгунина, на типографских машинах первого в России и Санкт-Петербурге машиностроительного завода И.А.Гольдберга.

Экспозиция выгодно отличалась от обычных выставочных мероприятий тем, что, по общему замыслу, почти все машины находились в действии, каждая фирма печатала свою продукцию на собственном оборудовании. Это значительно оживляло атмосферу выставки и сообщало ей большой практический интерес, имевший, помимо всего прочего, и общеобразовательное значение. Так, в словолитном отделе посетители знакомились с производством литер на ручных и универсальных машинах. Затем здесь же, после отливки, можно было проследить поступление литер в наборную шрифт-кассу. Наборщик тотчас набирал текст очередного номера «Обзора», его верстали и несли на скоропечатную машину, где печатали очередной выпуск в сотнях и тысячах экземплярах. Таким образом, впервые посетители получили возможность проследить всю цепочку

в процессе изготовления печатной продукции — от рукописи к готовому изданию. Заплатив за журнал гривенник, который шел в пользу Школы печатного дела, они могли сразу приступить к чтению. На их глазах происходило «поразительное явление из области типографского дела».

Особое внимание привлекала ротационная машина, на которой день и ночь, без перерыва, печатался самый популярный в России журнал для семейного чтения «Нива». Даже когда выставка закрывалась, ночью, журнал продолжал печататься. Весь тираж — 170 000 экземпляров — изготавливался в течение шести дней. По словам обозревателя выставки, «быть на ней и не видать ротационной машины г. Маркса, это все равно, что не заметить слона. Огромное чудовище, с множеством цилиндров, колес и валиков внушает к себе невольное уважение». Подводя итоги проведения выставки, он же писал далее: «Я замечал неоднократно, что больше всего внимание публики привлекали процессы печатания. И не одно пустое любопытство сказывалось в этом внимании. Здесь чувствовалось стремление проникнуть, если можно так выразиться, в анатомию и физиологию печатного дела, ибо только, зная строение организма, можно любить его, т.е. смотреть на него сознательными и ясными глазами. Выставка не прошла поэтому бесследно для читательского сердца… Книга не падает с неба. Она великий и святой труд. <…> И выставка обнажила эту тайну великого труда» [2, с. 21]. В экспозиции были представлены около 200 фирм из 50 городов, в общей сложности на ней побывало 42 608 человек.



Рисунок 2. С.Соломко. Международная выставка художественных афиш в Санкт-Петербурге. Обложка каталога. 1897

Далее в хронологическом порядке, буквально волной, одна за другой, прокатились по России три художественные выставки. Прежде всего, для развития проектной графики огромное значение имела

Первая международная выставка афиш, устроенная в помещении Общества поощрения художников в 1897 г. в Санкт-Петербурге. Грандиозный праздник печатной рекламы, судя по единственной фотографии в журнале «Всемирная илюстрация», был по тому времени небывалым зрелищем (ил. 2). От пола до потолка в сплошной развеске здесь было представлено более 700 рекламных плакатов не только известнейших мастеров, но и анонимных авторов, из 13 стран. В каталоге выставки отмечалось: «Идя на помощь промышленности, искусство художественною афишею проникает в жизнь толпы и тем вносит в нее живительную ноту. Музеи прикладных искусств широко открыли ей двери, целая особая литература возникла для описания, разбора классификации этих эфемерных произведений» [3, с. 3].

Активное участие в организации выставки принял Р.Р.Голике. С начала 1890-х гг. он стал издателем иллюстрированного журнала «Шут», на страницах которого часто воспроизводились рекламные плакаты зарубежных и русских художников. Почти все плакаты русского отдела, представленные на выставке, были отпечатаны в его типографии. Постоянными авторами «Шута» — художниками С.Соломко и И.Порфировым — были сделаны два выставочных плаката. Кроме того, был издан большеформатный каталог выставки с черно-белыми репродукциями и отдельным приложением к нему — альбома из 48 цветных хромолитографий. Вместе с тем, это издание было, выражаясь современным языком, хорошо спланированной рекламной акцией для самого типографа, который последовательно стремился стать ведущим исполнителем заказов на рынке рекламной печатной продукции. В журнале «Графические искусства и бумажная промышленность» в статье «Настоящее положение графических искусств» особо подчеркивалось участие Р.Р.Голике в «поощрении графического дела на выставке художественных афиш» [4, с. 3].

Наиболее интересные рецензии на выставку были опубликованы в журналах «Живописное обозрение», «Всемирная иллюстрация», «Театр и искусство» и др.

Одна из самых вдумчивых, статья в «Живописном обозрении» (автор скрылся под инициалами «К.С.») объективно рассматривала значение печатной рекламы в жизни общества, ее состояние в России, сравнивала отношение к ней в России и за рубежом. Ее ключевой темой стал вопрос об отношении общества к промышленному искусству. Воспользовавшись бытовавшей традиционной классификацией искусства

на низкое и высокое, автор характеризовал положение промышленных искусств в современном ему обществе: «Высоким является жанр исторический и бытовой; пожалуй, и пейзаж <…>, а искусство декоративное, прикладное, промышленное — совсем игнорируется; его не только не ставят рядом, но стараются даже всячески выразить свое презрение к искусству, служащему промышленности <…>» [5, с. 908].



Рисунок 3. Выставка картин современных русских и французских художников. Плакат. Москва, Кузнецкий мост, Пассаж. 1898

Сравнивая положение, он констатировал: «За границей уже признано, что искусство, как выражение мысли и красоты, одинаково велико, каким бы путем оно не проявлялось. <…> Большие промышленные фирмы поняли важность художественной рекламы; платя большие деньги, они привлекли талантливых художников, в руках которых обыкновенная торговая реклама превратилась в художественное произведение. Афиша, как реклама, без сомнения должна соответственно применяться. Чтобы обратить на себя внимание публики, она должна отличаться красочностью и оригинальностью» [5, с. 909]. С нашей точки зрения суждения автора обнаруживают полное понимание специфики новой графики, ее места в новой области промышленных искусств. Тогда же, по горячим следам после выставки, «Нива» отмечала: «Художники не брезгуют такой работой: они принципиально верят в то, что искусство должно служить массе, и что те произведения искусства, которые постоянно находятся на глазах толпы, и должны отличаться самой высокой художественностью, потому что на них развивается и воспитывается эстетический вкус народа» [6, с. 1196] (ил. 3).

Многочисленные отзывы в периодике на протяжении еще нескольких лет возвращались к этому событию. Среди критических рецензий были и нелицеприятные оценки состояния российской тиражной

графики. Известный художественный критик В.Чуйко (1839–1899) отмечал в журнале «Всемирная иллюстрация»: «Во всяком случае приходится с грустью признать, что русское искусство в художественной афише решительно отстало от других европейских стран. Может быть, это обстоятельство зависит от малого развития нашей промышленности и торговли; может быть и от других причин: незначительного уровня нашего художественного воспитания, или от каких-нибудь иных условий, но факт остается фактом» [19, с. 576]. Ему вторил рецензент в журнале «Театр и искусство»: «В области афиш мы очень отстали. […] Наш русский отдел поражает бедностью и однообразием. Он почти жалок. Дело не столько в художниках, сколько в несовершенстве наших типографских средств» [7, с. 887]. Очевидный критикам провал русского отдела выставки дал неожиданно мощный стимул развитию торгово-промышленного плаката, пробудил взаимный интерес со стороны художественной общественности и представителей торговли и производителей.

В следующем году устроителем Первой Международной выставки афиш в Москве, в Строгановском училище, был известный отечественный издатель И.Н.Кнебель (1854–1926). Сознавая возросшее значение рекламного плаката в культурной жизни общества, в предисловии к каталогу он писал: «…эта новая отрасль художественной промышленности, вызванная в последнее время необыкновенной потребностью в рекламе, играет громаднейшую роль в мире торговли и промышленности. <…> Такое значение современных художественных афиш и плакатов для промышленности и торговли вызвало <…> желание устроить и в Москве Международную выставку художественной рекламы. Я приложил все мое старание, чтобы сделать эту выставку возможно разнообразной и интересной: из числа более чем 20 тысяч современных афиш и плакатов, <…> я выбрал лучшие и надеюсь, что они заинтересуют как представителей художественного и промышленного мира, так и всех любителей искусства» [8, с. 3].

Цифра в 20 000 тысяч плакатов представляется маловероятной, но, тем не менее, из 500 плакатов, представленных в экспозиции, отечественных оказалось всего 14. Это были театральные афиши, отпечатанные в типографии Скоропечатни А.А.Левенсона.

Третья выставка — в Киеве (1900) — также проходила при содействии владельца крупнейшей типографии С.В.Кульженко. В каталоге Международной выставки художественных афиш и плакатов отмечалось: «Так недавно зародившаяся новая отрасль применения искусства

к промышленности, в форме художественных плакатов, <...> получила полные права гражданства, как в Европе, так и Америке. Художественная афиша нашла себе широкое распространение, как в промышленном мире, так и в мире художников. При участии крупных художественных сил, афиши, помимо чисто коммерческих целей, имеют несомненное влияние и на развитие вкуса среди широких классов публики» [9, с. 3]. На выставке были представлены 561 афиша и плакат, среди них 49 работ 28 русских художников. По сравнению с экспозицией предыдущих, в тематическом отношении плакаты русского отдела были уже более разнообразны. Помимо книготорговой и книгоиздательской, была представлена табачная и прочая промышленная реклама, реклама выставок садоводства и птицеводства.



Рисунок 4. Я.Бельзен. Международная художественно-промышленная выставка керамических изделий. СПб., 1900

Все три выставки показали значение тиражной графики при постоянно возрастающей конкуренции в области торговли и промышленности и, вместе с тем, выявили значительную отсталость России в этой области творчества, несмотря на уже имевшуюся солидную полиграфическую базу в крупных городах. В течение последующих пятнадцати лет дизайн-графика продолжала активно развиваться, художественный уровень рекламной графики и отношение к ней широкой общественности изменились в корне.

В 1906 г. в залах Академии художеств прошла выставка с благотворительной целью, организованная товариществом Р.Голике и А.Вильборга. Специальный плакат для нее «Выставка произведений печати» был выполнен известным художником Я.Я.Бельзеном, выпускником Академии художеств, работавшим также и в рекламно-выставочном плакате. Так, известен его плакат к Международной художественно-промышленной выставке керамических изделий (1900) (ил. 4). Все средства, вырученные от проведения выставки, перечислялись в пользу недостаточных учеников Высшего художественного училища при Им-



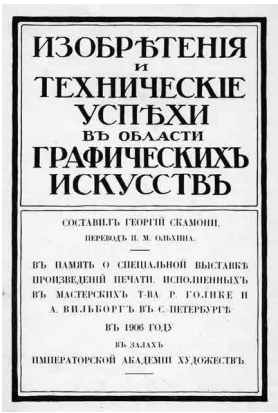


Рисунок 5. Обложка и титул книги Г.Скамони «Изобретения и технические успехи в области графических искусств». 1908

ператорской Академии художеств и Первой школы печатного дела при Императорском Русско-техническом обществе. Сведений об этой выставке практически не сохранилось, нет сведений о выставлявшихся авторах и работах. Известно лишь, что демонстрировались произведения печати, исполненные в мастерских товарищества.

В связи с этим представляет интерес документ из Научно-библиографического архива РАХ. Рукописная рецензия относится примерно к 1927 году, по всей вероятности, ее автором был известный специалист, историк плаката В.К.Охочинский (в 1920-х гг. директор издательства Академии художеств). «Ровно 20 лет тому назад — в декабре 1906 года, по инициативе Академии художеств была организована выставка графики и произведений художественной печати. Успех этой выставки был исключительный. Правда, она ничем не реагировала на массовую книгу, на книгу, рассчитанную для небогатого читателя, и охватывала только дорогостоящие издания, потребителем которой был господствующий класс капиталистов. Тем не менее, в области книжного искусства и техники выставка имела большое значение. Следует считать, что примерно с 1906 года начинается эпоха появления в свет высокохудожественных изданий, таких как “Горе от ума” с рисунками Д.Кардовского, “Медный всадник” с рисунками А.Бенуа, “Пиковая дама” и т.д., которые показали возможности очень высокого мастерства в книжном деле» [10].

В память о выставке в 1908 г. была выпущена книга — «Графическое искусство», посвященная, согласно предисловию, «изобретениям и техническим успехам в области графических искусств» [11, с. 3] (ил. 5, 5а).

Начиная с 1909 г., по инициативе Главного управления по делам печати в Санкт-Петербурге стали проводиться ежегодные отчетные выставки. Несмотря на отличную организацию и хорошие отзывы, отмечавшие их как крупное культурное явление в жизни общества, общественный резонанс в результате их проведения был относительно невелик. На выставке в 1909 г. посетителей было всего 800 человек, в 1910 г. — 1200, в 1911 г. — 3000.

По всей вероятности, причиной столь ограниченного интереса было отсутствие практики и традиций в проведении таких выставок. Как вполне обоснованно отмечал тогда журнал «Русский инвалид», «следует думать, что холодное или равнодушное отношение общества к данной выставке — простое недоразумение. Дело новое. Многие, вероятно, не могут себе представить, что они встретят в дивных по книжному богатству залах выставки. Наверное, многие не знают, что там можно просиживать целые дни за любыми книгами, журналами, газетами, что книги и журналы можно брать с полок, разрезать их, делать себе пометки, выписки, снимки, словом, работать вполне удобно, свободно, как в собственном кабинете» [12, с. 12]. Известен нам специальный плакат к одной из таких выставок работы художника В.Табурина (1910). В истории проектной графики это особая страница, поскольку на этих выставках впервые самостоятельным разделом экспонировалась торгово-промышленная реклама. Уникальные архивные фотографии запечатлели даже развеску, по которой сегодня мы узнаем дошедшие до нас плакаты (ил. 6).

Под высочайшим покровительством государя императора и почетным председательством Президента Академии художеств, великой княгини Марии Павловны, в декабре 1911 — январе 1912 г. в Санкт-Петербурге проходил Всероссийский съезд художников. Наряду с другими, к этой дате в залах Академии художеств открылась и выставка «Искусство в книге и плакате». Именно эта экспозиция, по свидетельству искусствоведа В.К.Лукомского, привлекла «наиболее острое внимание членов съезда...<...> Оно и понятно, так как выставка являлась не только наглядным показателем применения художественного творчества в печати, но и представляла сама по себе ценное и подобранное собрание произведений печатного станка, которое не могло остаться незамеченным» [13, с. 182].

Впервые образцы печатной рекламы на столь крупной выставке экспонировались вместе с художественной иллюстрацией, эстампа-

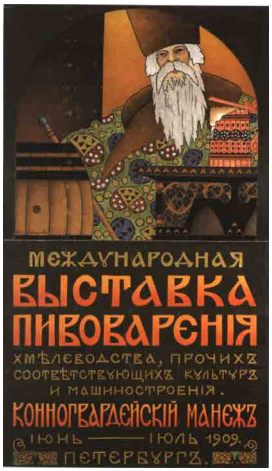




Рисунок 6. А.Дурново. Афиша Международной выставки пивоварения. СПб., 1909; Н.х. СПб авиационная неделя. 1910
Рисунок 7. Я.Пономаренко. Художественно-промышленная выставка 1910 года в Одессе

ми, открытками, народными картинами. Тиражная графика уже осознавалась как явление графической культуры, соответственно и экспозиция призвана была выявить художественные критерии этой культуры.

Едва ли не основным фактором при отборе выставочных экспонатов был способ и страна их изготовления. Как пояснял в предисловии И.И.Леман, из представленных материалов исключалось все, что было издано с применением иностранных клише. На выставке были показаны экспонаты из личных коллекций крупнейших типографов Р.Голике, И.Кадушина, А.Левенсона. Соединение в общей экспозиции образцов книжной и рекламной графики на равных условиях означало, что графика прикладного характера обрела свое законное место в художественной жизни России. Впечатляющим было качество и количество рекламных работ, представленных в творчестве самых известных художников, составлявших в то время славу русского искусства: М.Врубель, В.Васнецов, И.Билибин, С.Чехонин, М.Добужинский, Л.Бакст и многие другие мастера.

Торгово-промышленный плакат был представлен работами А.Апсита (для фирмы Сіу и К «Наш какао»), Я.Бельзена, И.Билибина (для а/о пиво-медоваренного з-да «Бавария», пароходного об-ва «Кавказ» и «Меркурий»), Е.Лансере, Г.Пашкова, Е.Россинской (для т-ва «Брокар и К» — «Лебяжий пух»), Н.Самокиша и др. Было много плакатов, сделанных по заказам издателей для продвижения многочисленных журналов, а также приуроченных к выставкам различного рода, историческим,

строительно-художественным, мебели, новейших изобретений и т.д. Значительная часть прикладной графики, представленной на выставке, сегодня доступна нам, благодаря публикациям современных исследователей. В небольшом количестве была представлена прикладная графика малых форм: Диплом школы летчиков С.Чехонина, обложка для папиросной бумаги М.Врубеля (1895), меню Б.Зворыкина (1909, 1910), Н.Самокиша (1906), Диплом для Министерства торговли и промышленности Е. и Н.Лансере (1911) и пр. (ил. 7).

Здесь же, прямо в выставочных залах, в свободном доступе на столах, для всеобщего обозрения были выставлены выходящие повременные издания: «Аполлон», «Ежегодник императорских театров», «Зодчий», «Старые годы», «Театр и искусство», «Русский библиофил», «Свободным художествам» и др.

Следует упомянуть еще об одном, не столь широко известном мероприятии, — «Ретроспективной выставке русской художественной графики. 1888–1913» из коллекции петербургского архитектора В.С.Карповича, которая экспонировалась в рамках проведения Всероссийской выставки 1913 г. в Киеве, в отделе печатного и писчебумажного дела. Сам владелец коллекции считал, что в рекламном плакате нет определенных течений, и все работы носят случайный характер. Для будущей истории он зафиксировал реальную ситуацию: «В этом искусстве мы отстали от Запада. <…> Если сравнивать плакаты хотя бы 60-х годов, с тем, что видим теперь, то несомненно, следует порадоваться громадному успеху и в этой области декоративной графики <…> Наши торговые предприятия весьма косно относятся к хорошей красочной рекламе и довольствуются лубочными произведениями типографий. Некоторое движение, правда, чувствуется в этой области, но все-таки, плакатная декоративная графика развивается весьма медленно, несмотря на большое количество художественных сил, могущих дать прекрасные произведения и в этой области» [15, с. 40].

В конце того же года в Москве в галерее К.А.Лемерсье прошла выставка плаката. Пока что о ней не удалось собрать сколько-нибудь полной информации, галерея специализировалась на продаже картин современных художников. В нашем распоряжении лишь рецензия в газете «Раннее утро» от 19-го декабря 1913 г. (№ 292). Критик Ю.Бочаров, как следует из статьи, был достаточно хорошо знаком с ситуацией в области печатной рекламы и проходившими выставками в Санкт-Пе-

тербурге. Он писал о том, что «приходилось видеть отделы плакатов на выставках печатного дела, на выставках Главного управления по делам печати, но устроители этих выставок подходили к плакату, как к произведению типографского искусства — не больше, — и совершенно не видели в нем создания художника, произведения искусства» [16].

Бочаров подводит читателя к тому, что печатная реклама уже вполне могла стать художественным явлением, и потому открытие специальной выставки способствовало этому процессу. «Ведь современное искусство надо искать не в одних салонах тех молодых новаторов, которые себя только и считают сегодняшним художественным днем <…>. Современное искусство живет и на шумной улице с ее толпой, с ее магазинами, с ее кричащей рекламой. Плакаты настолько же современное искусство, как хотя бы картины Пикассо» [16]. В статье обозначалась связь между искусством и экономической жизнью страны, и очень точно определялись особенности формообразования и основные функции рекламного плаката.

В качестве первой в России выставки дизайн-графики, можно назвать выставку художественных плакатов, организованную в Санкт-Петербурге по результатам конкурса на проект торгово-промышленного плаката. Проходила она с 6 по 17 мая 1916 г. в фойе кинотеатра «Soleil» (Невский пр., 48, «Пассаж»). Конкурс был объявлен Русским художественно-промышленным обществом для Русско-американской линии Русского Восточно-Азиатского пароходства. Его условия были опубликованы в журнале «Солнце России». Лаконичное объявление гласило: «Русское художественно-промышленное общество объявило следующие конкурсы: Художественный плакат для Русско-Американской пароходной линии. Премии — 600, 350, 225 руб. Размер 60 х 90 см в натуральную величину красками. Не премированные проекты могут быть куплены Восточно-Азиатским пароходством по 150 руб. Срок конкурса — 18 апр. 1916 г. в 8 ч. веч. Ранее эти плакаты заказывались в Америке» [17, с. 16]. Всего на конкурс поступило 93 проекта. Работы представлялись под девизами, к примеру: «Былое в настоящем», «Море-флот», «Морской флот», «Columbus», «Штурвал», «Русь-Америка» и пр. Авторы и сами работы нам не известны. Скромный двухстраничный каталожек сопровождало небольшое вступление, в котором неизвестный автор от имени организаторов посетовал на не всегда высокие художественные качества рекламного плаката, но, тем не менее, признавал, что «реклам-

ный плакат получил в наше время широкое распространение и при известных условиях м. б. подлинным художественным произведением. К сожалению, он редко бывает таким, особенно у нас в России. Между тем роль плаката в художественном воспитании народных масс может быть очень значительной. Устранение плакатов дурного вкуса и замена их хорошими — задача, заслуживающая самого серьезного внимания художников, и в России могут быть созданы художественные плакаты, нисколько не уступающие заграничным» [18, с. 2].

От имени правления общества в каталоге подчеркивалось: «Цель плаката: обратить внимание на определенное предприятие или на продукты производства легче всего достигается, если картина-реклама настолько художественно-привлекательная, что зритель может подолгу остановить на ней свое внимание» [18, с. 2]. Таким образом, стало очевидно и было озвучено, что цели, «преследуемые художниками и лицами, прибегающими к услугам плакатов», вполне совпадают. Организаторы конкурса и выставки преподносили данное мероприятие как патриотическое и культурное дело, которое показало, что в России могут быть созданы художественные плакаты, ничуть не уступающие заграничным, и что обращения с такого рода заказами за границу совершенно излишни. Подобные акции наглядно показывали, что в обществе уже созрели условия для сотрудничества производителей и художников в области рекламного плаката. Пришло понимание, что такая взаимосвязь будет способствовать высокому художественному уровню графики и, одновременно, развитию вкуса широкой публики.

Экономическое процветание Российской Империи в конце прошлого столетия, развитие торговли и промышленности, усиление конкуренции, способствовали развитию графического дизайна. Активная выставочная деятельность, проведение вышеназванных выставок имело поистине историческое значение, так как подводило итоги определенного художественного этапа, или же, напротив, показывало неудовлетворительное состояние того или иного направления в массовой печатной графике, способствовало осмыслению художественной и функциональной природы многообразной печатной продукции. Это был период формирования основ новой проектной графики, пока еще не вполне функционирующей, но уже вполне осознанной в экономическом, социальном, политическом, а вместе с тем и культурном развитии, как необходимое явление в жизни общества.

Примечания:

1. *Глинтерник Э.М.* Понятие «графических искусств» в печатном деле на рубеже XIX–XX веков и становление терминологической системы дизайн-графики // Теория искусства, традиционная культура и творческий процесс / Мат. межд. научн. конф. МГХПА им. С.Г.Строганова. М., 2015. С. 177–182.

2. Обзор Первой Всероссийской выставки печатного дела. СПб., 1895. № 4.

3. Международная выставка художественных афиш. Каталог. Сост. П.П.Марсеру. СПб., 1897.

4. Настоящее положение графических искусств // Графические искусства и бумажная промышленность. 1897. № 12.

5. К.С. Международная выставка афиш // Живописное обозрение. 1897. № 51. С. 908–909.

6. Международная выставка художественных афиш // Нива. 1897. № 50.

7. Театр и искусство. 1897. № 48. С. 886–887.

8. Каталог Первой Международной выставки художественных афиш в Москве / пред. И.Н.Кнебеля М., 1898.

9. Международная выставка художественных афиш и плакатов. Каталог. Киев, 1900.

10. Научный архив РАХ АХ. О выставке книжной графики и произведений художественной печати. Ф. 7. Оп. 1. Д. 645. Л. 6.

11. Графическое искусство / сост. Г.Скамони / пер. Н.М.Ольхина. СПб., 1908.

12. Русский инвалид. 1910. № 6.

13. Искусство в книге и плакате. Выставка // Труды Всероссийского съезда художников в Петрограде. Декабрь 1911 — январь 1912. Т. III. Пг., 1914. С. 181–185.

14. Искусство в книге и плакате. Выставка при Всероссийском съезде художников. Каталог / пред. И.И.Лемана. СПб., 1912. 87 с.

15. Ретроспективная выставка русской художественной графики. 1888–1913. Коллекция В.С.Карповича: Каталог // Всероссийская выставка в Киеве. 1913 г. Каталог отдела печатного и писчебумажного дела. Киев, 1913. С. 39–53.

16. *Бочаров Ю.* Искусство плаката // Раннее утро. 1913. 19.09.

17. Солнце России. 1915. № 294 (39).

18. Выставка конкурса художественных плакатов Русско-Американской линии Русско-восточноазиатского пароходства. Список проектов. Пг., 1916. С. 2.