

Е. Д. Еременко

## Фонд плаката киностудии «Ленфильм»\*

Более десяти лет на киностудии «Ленфильм» ведется работа по восстановлению музея. Предпринимаются меры, чтобы экспозиция, утраченная в годы «постперестроечного безвременья», была восстановлена, а посетитель в обозримом будущем пришел в этот необычный киномузей. Выразительными составляющими его экспозиции служат плакаты к фильмам – благодаря им можно проследить всю историю легендарной киностудии.

Подобно раннему кинематографу, боравшемуся за «равноправие» в семье искусств в XX в., киноплакат долгое время отстаивал право на свою, особую роль в культурной жизни человека. «Детство» отечественного киноплаката восходит к традициям импрессионистов и русских живописцев Серебряного века. Тулуз-Лотрек во Франции, Пирсони, Врубель и Бенуа в Российской империи – эти художники внесли заметный вклад в формирование эстетических основ искусства плаката. 1920-е гг. – эпоха конструктивизма – совпадают с расцветом зрелищного плаката. В нашей стране появляется ряд замечательных авторов: братья Владимир и Георгий Стенберги, Александр Родченко, Антон Лавинский. Это были художники, чьи творческие установки нашли неожиданный отклик многие десятилетия спустя, например, в творчестве Энди Уорхола и других представителей «поп-арта». Отдельные советские плакатисты – Юрий Пименов, Кукрыниксы – шли по иному пути. Они не создали «школы», поскольку были столь самобытны, что так остались «айсбергами» в искусстве плаката.

С агитационных, «плакатных» фильмов начиналось советское кино. И не только кино: отечественное искусство 1920-х гг. – это по преимуществу искусство жесткого лозунга, выразительных обобщений (не случайно, что часть своего творчества посвятил плакату и В. В. Маяковский). «Монтажное кино Л. Кулешова, Дзиги Вертова, С. Эйзенштейна... способствовало рождению монтажного плаката: в нем столкно-

вением отдельных изображений, кадров, деталей высекается искра образа, выражающего суть фильма: идею, жанр, сюжет, интригу; это столкновение принципиально отлично от бытовавших в рекламе той поры простых, формальных сопоставлений, последовательного изобразительного ряда, парада персонажей...»<sup>1</sup>. Киноплакат обнаружил качества своеобразного проводника в мир кино. От его «киногенности» стало зависеть, захотим ли мы войти в темноту зала с белым экраном. На исходе эры немого кино была определена, возможно, самая важная черта киноплаката. Из рекламного листка он превратился в первое, зыбкое и интригующее впечатление от фильма, который нам еще только предстояло увидеть.

Наиболее распространенный вид плаката к фильму – старательная, порой даже гиперреалистическая иллюстрация. Крупные планы главных героев – это модель традиционного массового плаката, поверхностно отражающего содержание представляемой ленты. Существуют различные вариации плаката к «Премии» (1975 г.) – образцу советской производственной кинодрамы. Но композиция, в основном, одна: подборка лиц персонажей, центральный из которых – бригадир Потапов (Е. Леонов). Тем неожиданнее впечатление от польского плаката, выявляющее истинный смысл «Премии». Мы видим «карандашное дерево»: заточенный карандаш – «ствол», расходящиеся от него карандаши – «ветви». Это очень точное отражение смысла пьесы А. Гельмана, направленной против бюрократии и показухи на советском производстве времен «застоя».

Иллюстративный киноплакат не столько любим зрителем, сколько привычен, «конформен». Он напрямую презентует «безотказные» характеристики фильма – прежде всего, это лица любимых актеров. Одной из характерных примет, представляемых киноплакатом, является идеализация образа экранного персонажа: мужчина становится более му-

\* Статья подготовлена в рамках проекта «Киноплакат в системе художественных средств кинематографа» (Грант Президента Российской Федерации для поддержки молодых российских ученых: 2003-2004 гг., № МК2197.2003.06).

женственным, женщина – более женственной, злодей – ужаснее, герой – привлекательнее. Актерская внешность подвергается «двойной метаморфозе» – через экранную историю, а затем и через киноплакат. Массовый зритель видит иллюстративный плакат едва ли не на каждой современной премьере. Те, кто забыл, как выглядел плакат «Титаника» Джеймса Кэмерона, смогли вспомнить его по ассоциации с плакатом «Сибирского цирюльника». Встречаются «самодеятельные» плакаты-иллюстрации, порой далеко уводящие зрителя от темы фильма. Пример абсурда (или неосведомленности художника) запомнился мне с детства. Оформитель кинотеатра «Нева» изготовил плакат к костюмно-исторической мелодраме «Большие маневры», на котором изобразил современный танк в действии.

С эстетической точки зрения наиболее интересен «интеллектуальный» киноплакат. В данном случае мы имеем дело с «плакатом переживания», перевоплотившимся – по аналогии с театральной концепцией Брехта – в «плакат размышления». В его основе – метафора, парадокс. Антропоморфный петух, в голове которого роятся мириады воспоминаний: таким впервые увидел российский зритель образ феллиниевского Казановы на киноплакате. Автор современного интеллектуального плаката в своей работе сочетает несколько функций, создавая сложные композиции на стыке живописи, фотографии, цифрового дизайна. Виртуозной «фотографией» Е. Тарана (выпускника СПбГУКИ) обладают черно-белые плакаты к лентам Александра Сокурова. Основная тема фильма Юрия Грымова «Коллекционер» на плакате выражена уже в названии: слово «коллекционер» изображено с тремя буквами «л», а буква «и» – в виде знака «№»: («Коллекц№онер»). Художник интеллектуального плаката предлагает каждому человеку по-своему «расшифровать» его произведение, одновременно заинтриговав зрительское воображение.

Включенность плаката в систему художественных средств кино служит залогом успешной презентации фильма. Выразительность, постмодернистское «двойное кодирование» – умение заинтересовать людей с разным уровнем интеллекта – основные черты современного киноплаката, не расстающегося в то же время с при-

метами стилистики «прадедушек», представлявших зрителю фильмы Ренуара и Ромма, Александрова и Кристиана-Жака.

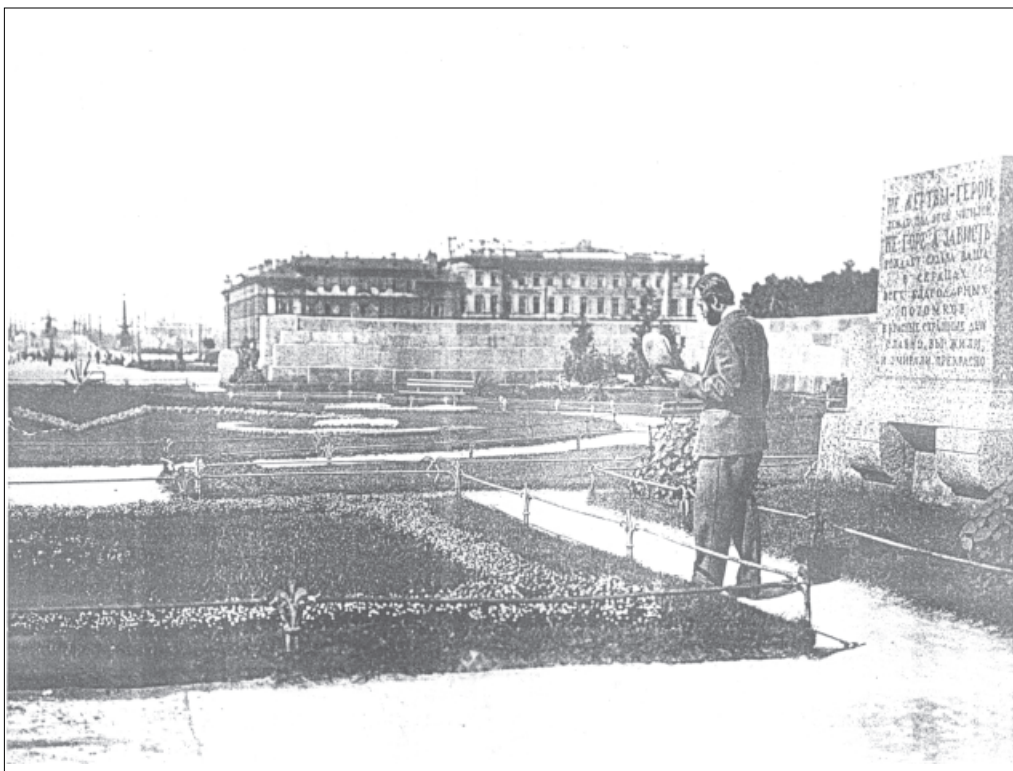
Публикации на тему киноплаката выходили в журналах «Искусство кино», «Декоративное искусство СССР», «Искусство», «Художник». 1920-е гг. – период расцвета киноплаката – представлен наиболее активным обращением искусствоведов к данной теме (А. Абрамов, Д. Аранович, Ю. Герчук, Б. Земенков, И. Золотоверхова, Н. Оношко, А. Федоров-Давыдов). 1930 – 1940-е гг. – время, когда внимание искусствоведов к киноплакату заметно снижается. Но в начале 1950-х гг. этот вид живописи вновь в центре внимания. Исследователи второй половины XX века – Н. Бабурина, Б. Зеленский, М. Иоффе, Л. Шатова – посвящали свои работы как теории искусства киноплаката, так и творчеству отдельных плакатистов. Событием в области исследования искусства киноплаката является публикация альбома, подготовленного Н. Бабуриной в 1990 г.: «Советский зрелищный плакат: 1918-1987». Помимо мастеров киноплаката издание отражало наиболее интересные работы плакатистов театра, эстрады и цирка. Материал, посвященный киноплакату, в издании был представлен локально. Это объясняется необходимостью уделить внимание другим формам зрелищного плаката. В 2001 г. вышла следующая книга Н. Бабуриной – «Плакат немого кино: Россия 1900 – 1930», в которой собраны наиболее показательные отечественные киноплакаты дозвучного периода<sup>2</sup>. Последней на сегодняшний день книгой-альбомом, посвященной отечественному киноплакату является фундаментальное издание «Русский киноплакат» (составители – А. Снопков, П. Снопков, А. Шклярчук)<sup>3</sup>.

Изобразительный (иконографический) фонд музея киностудии «Ленфильм» составляют коллекции киноплакатов и кинобуклетов, фотоколлекция (кадры из фильмов, эпизоды подготовки к съемкам и рабочие моменты), коллекции эскизов декораций и костюмов. Эскизы декораций выполняет художник-постановщик, эскизы одежды – художник по костюмам. К этим материалам примыкают работы художников комбинированных съемок, художников по гриму.

В информационно-архивном отделе «Ленфильма» содержится несколько тысяч



Владимир и Георгий Стенберги. Плакат к фильму «Обломок империи»



*Кадр из фильма «Обломок империи», 1929 г.  
На заднем плане – здание, где сегодня располагается Санкт-Петербургский  
государственный университет культуры и искусств*

плакатов к более чем шестистам лентам. Их «возраст» – от картин начала XX века (дореволюционные ленты с Верой Холодной и Витольдом Полонским) до фильмов последних лет (работы Александра Сокурова, Олега Ковалова). Наиболее ценны материалы, отпечатанные до 1930 г. К числу раритетов, касающихся непосредственно истории студии, относятся плакат первой ленфильмовской ленты («Уплотнение», 1918 г.), плакаты к фильмам киногруппы ФЭКС («Чертовое колесо», «Шинель», «С.В.Д.», «Новый Вавилон»), снятые в 1920-е гг. режиссерами Г. Козинцевым и Л. Траубергом.

Плакаты, не относящиеся к продукции «Ленфильма», также представляют интерес. Особенно отпечатанные в первой половине XX в., рекламирующие такие классические фильмы, как «Король цирка» с Максом Линдером, «Нибелунги» Фрица Ланга, «Багдадский вор» с Дугласом Фэрбенксом, «Сто мужчин и одна девушка» с Диной Дурбин. Трудности в атрибуции фильмов могут возникать при обращении к «экспортным» плакатам, то есть плакатам на иностранных языках. Латинские

названия определяются легче. А вот полувековой давности киноплакаты на китайском языке (времен «дружбы с Китаем») требуют определенных усилий в атрибуции. Среди плакатов, представляющих продукцию «Ленфильма», также сохранились уникальные примеры. Это работы 1920-х гг. к лентам уже упомянутой киногруппы ФЭКС и фильмам Ф. Эрмлера («Катяка – „Бумажный Ранет“», «Парижский сапожник», «Обломок империи»), картинам 1930-х гг. («Чапаев» братьев Васильевых, трилогия о Максиме Г. Козинцева и Л. Трауберга, «Комсомольск» С. Герасимова). Редчайший экземпляр плаката к «Небесному тихоходу» (1946 г.) содержит поздравительную надпись, выражающую благодарность коллективу студии «за отлично выполненную работу по дублированию кинофильма на эстонский язык».

Годы создания фильма и плаката могут не совпадать, особенно если речь идет о «фильме-юбиляре». Плакаты к одному и тому же фильму могут насчитывать до десяти (и более) версий – например, к «Чапаеву», трилогии о Максиме, «Дон Кихоту», «Гамлету». Наибольшее количество

киноплакатов с не установленным авторством относится к дореволюционному и раннеревOLUTIONному периоду. В первые годы советского государства на плакатах, как правило, не указывались данные об их создателях. В ряде случаев помещались инициалы, сокращения фамилий или рукописные автографы плакатистов. Поэтому особую трудность в изучении киноплаката представляет атрибуция. Привлечение к работе студентов СПбГУКИ послужило более разностороннему анализу исследования, и расширению форм практики для будущих специалистов в области музейно-экскурсионного дела.

Можно выделить следующие хронологические группы киноплакатов «Ленфильма»:

– «раннеревOLUTIONный» стиль («Уплотнение», «Дворец и крепость»);

– «экспрессионизм» («Шинель», «Обломок империи»);

– конструктивизм («Октябрь», «С.В.Д.», «Ищу протекции»);

– «соцреализм сталинской эпохи» («Гроза», «Чапаев», «Человек с ружьем», «Небесный тихоход», «Мусоргский», «Честь товарища»);

– искусство «оттепели» («Дорогой мой человек», «Иду на грозу»);

– «юношеско-романтический» плакат 1960-х («Человек-амфибия», «Дикая собака Динго», «Женя, Женечка и „Катюша“»);

– «суровый стиль» 1960-х («Горизонт», «Рабочий поселок», «Чужая родня», «Завтрашние заботы»);

– «перестроечный» киноплакат конца 80-х гг. («Взломщик», «Фонтан», «Оно») и т. д.

В наше время количество существующих кинокартин – при том, что речь идет только о выдающихся лентах – исчисляется сотнями. Наряду с установившейся в середине XX века традицией называть «золотую десятку» фильмов «всех времен и народов», существует уже и сотня «самых-самых». Многие работы «Ленфильма» – среди которых «Новый Вавилон», «Чапаев», «Золушка», «Гамлет», «Интервенция», «Начало», «Проверка на дорогах» – безусловно входят в эту «золотую сотню».

Киноплакат – не просто посредник между фильмом и зрителем. Удачная работа плакатиста – половина грядущего успеха фильма. Поэтому в современном кино при продуманном подходе затраты на рекламу (видео-ролики, плакаты, сувениры) могут составлять половину бюджета фильма.

Отстаивание права на «свое слово» привело к тому, что плакат стал едва ли не самым либеральным среди изобразительных искусств. Художник-плакатист получил редкую возможность совместить в своих произведениях высокое и низкое, утонченность и брутальность, пафос и насмешку. Плакат способен быть понятным каждому. Но может выступать и как загадка, иероглиф, сообщающий идею фильма в форме интеллектуального шифра.

#### Примечания

<sup>1</sup> Советский зрелищный плакат: театр, цирк, балет, кино. 1917-1987 / Авт.-сост. Н. И. Бабурина. – М., 1990. – С. 3-4.

<sup>2</sup> Плакат немого кино: Россия 1900-1930 / Авт.-сост. Н. Бабурина. – М., 2001. – 175 с.

<sup>3</sup> Русский киноплакат / Авт.-сост. А. Е. Снопков, П. А. Снопков, А. Ф. Шклярчук. – М., 2002. – 235 с.