

УДК 659.133.1

Студ. А. В. Воронецкая
Науч. рук. доц. Н. И. Шишкина
(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ БЕЛОРУССКОГО КИНОПЛАКАТА 1926–1940 ГГ.

В работе рассматривается становление белорусского киноплаката как самостоятельного живописного и графического произведения искусства. Выделяются характерные особенности плакатов к фильмам 1926–1940 гг. Объектом исследования являются 35 киноплакатов данного периода из выставочной экспозиции Музея истории белорусского кино. Актуальность подтверждается новизной исследования, так как белорусские киноплакаты впервые изучены по критериям.

В советский период киноплакат был главным, а зачастую и единственным средством рекламы кино. Автор киноплаката должен был найти такое выразительное композиционное и цветовое решение, которое бы передавало содержание фильма и одновременно вызывало желание его посмотреть. Чтобы добиться подобного эффекта, рекламное сообщение необходимо было с помощью ручных средств обличить в яркую художественную форму.

В 1926–1940 гг. на белорусской киностудии было снято около 60 художественных фильмов, к каждому из которых предполагалась разработка от одного до пяти рекламных плакатов. Над созданием плакатов для картин белорусской студии работала интернациональная команда художников рекламных бюро в Москве и Ленинграде акционерного общества «Совкино», а также известные художники-графики, талантливые дизайнеры-конструктивисты: Владимир Стенберг, Максим Литвак, Михаил Длугач, Израиль Боград, Николай Хомов, Дмитрий Буланов, Борис Зеленский и, разумеется, уроженец Витебска Михаил Векслер [1]. Энтузиазм художников подкреплялся условиями творческой свободы, развитием и популярностью сферы кино. Первые белорусские киноплакаты датируются 1926–1927 гг., то есть датами выхода первых картин: «Лесная быль», «Проститутка» и «Кастусь Каліноўскі». Среди 35 сохранившихся рекламных плакатов имеется 3 уникальных образца, выпущенных в типографиях Москвы на белорусском языке: художественные афиши к фильмам «Кастусь Каліноўскі», «Песня вясны» и «Джэнтльмен і певень».

В 1920-х гг. в СССР начало зарождаться новое авангардистское направление в изобразительном искусстве, архитектуре, фотографии и декоративно-прикладном искусстве — конструктивизм. Именно это

направление стало ключевым в разработке белорусских киноплакатов этого времени.

Особенности киноплакатов 1926–1940-х гг. можно изучить при их сравнении по следующим критериям:

1. Фотомонтаж — главный «изобразительный ресурс» конструктивизма. Использование комплекта фотографий с ключевыми моментами действия картины усиливает реалистичность и документальность плаката, а фотографические изображения главных героев привлекают потенциального зрителя к просмотру фильма.

2. Типографика: использование рубленых шрифтов является неотъемлемой частью конструктивизма.

3. Динамичность — провозглашение действия, энергии. Идея движения проявляется в использовании периодически воспроизводимых в конструкции элементов, параллельных линий, векторном развитии композиции.

4. Броская авангардистская образность: политические события страны находят отражение в различных произведениях искусства.

5. Цветовая палитра: нестандартное цветовое решение и сочетание нескольких активных цветов усиливает напряжение сюжета.

6. Поиск образа «супергероя» — выполнение общественной и агитационной функции киноплаката.

7. Использование крупных планов и необычных ракурсов — инструмент глубокого отражения характеров героев.

8. Контраст ритмов и масштабов — передача характера операторского мастерства.

9. Прямая и обратная перспектива — композиционные особенности конструктивизма, которые рождают острый и выразительный язык плаката. Обратная перспектива — композиционный метод, при котором более далекие от зрителя предметы изображаются более крупными. Таким образом, линии на картине, изображенной в обратной перспективе, сходятся не на горизонте, а внутри зрителя [2].

10. Использование приема комикса с характерным гротеском.

Разработка киноплакатов данного периода главным образом основана на монтажной композиции из фотоизображений и кинокадров. Например, такой прием подачи информации отражен в плакатах к фильмам «Настоящая жизнь» (1930), «Ненависть» (1930), «Солнечный поход» (1931).

Во всех киноплакатах к белорусским фильмам этого периода наблюдается использование рубленых шрифтов, что характерно для конструктивизма. Типографика нарочито геометрична. Встречается разбивка текстовых блоков, текстовые части принимают различные

направления и становятся динамичными, например, как в киноплакатах «В большом городе» (1928) и «Отель Савой» (1929).

Как отмечалось ранее, динамичность плакатов обусловлена различными графическими приемами, в том числе и использованием характерной типографики. Особенно ярко наблюдается проявление идеи движения в плакате к фильму «Поручик Кижэ» (1934): здесь использован прием векторного развития композиции. В плакате «До завтра» (1929) наблюдается повторение параллельных цветных линий, что создает эффект оптических иллюзий. В плакате к фильму «Человек в футляре» (1939) за главным героем наблюдается лестница и поднимающийся человек, эффект движения обусловлен наличием теней.

Использование броской авангардистской образности наблюдается в плакате к фильму «В огне рожденная» (первоначально — «Великан»): под великаном понималась молодая белорусская республика, которая вырастает в виде яркой фигуры на фоне темного прошлого, а на ней — изображения персонажей, то есть судьбы тысяч людей в их противоречивой борьбе за светлое будущее. В плакате к фильму «Ненависть» (1930 г.) образы героев подсказывают классовое противостояние. В плакате к фильму «Лесная быль» Борис Клинич выразил личное отношение к материалу только одной деталью — бешеным глазом красного коня, символа революции, представив его бесконтрольной стихией, результаты действия которой абсолютно непредсказуемы.

Усиление напряжения сюжета осуществляется с помощью использования нестандартного цветового решения и сочетания нескольких активных цветов. Например, в художественной афише к фильму «Настоящая жизнь» (1930) использованы активные оттенки красного и зеленого, к фильму «Ненависть» (1930) — оттенки красного и желтого. Встречаются плакаты, выполненные в технике дуотона. Дуотон — это полутоновое воспроизведение изображения с использованием наложения одного контрастного цветового полутона на другой цветовой полутон. Также нередки случаи использования обработанных цветом монохромных фотографических изображений героев. Например, в киноплакате «Искатели счастья» (1936) использованы монохромные фотографии актеров в синем и зеленом цветах, в работе «Песня вясны» (1929) — фотография красного цвета, в киноплакате «Проститутка» (1926) — синего, в «Девушка спешит на свидание» (1936) — изображение главной героини голубого цвета, остальных героев — оранжевого.

Поиск образа супергероя наблюдается в плакатах к фильму «Кастусь Каліноўскі» (1927). Калиновского в СССР трактовали как

романтического героя белорусского крестьянства, что ощущается в трех версиях плаката.

Использование необычных ракурсов, крупных планов, столкновение персонажей, контрасты ритмов и масштабов, прямой и обратной перспективы не только рождало новый, острый и выразительный язык плаката, но и точно передавало мысль режиссера или характер операторского мастерства. Прием использования крупного плана можно увидеть в плакатах к фильмам «Медведь» (1938) и «Моя любовь» (1940). Применение обратной перспективы наблюдается в одном из вариантов плаката к фильму «В большом городе» (1928), а также в «Поручик Кижэ» (1834): художник создал эффект движения для текста. Контраст ритмов и масштабов характерен для плаката «Возвращение Нейтана Беккера» (1932).

Использование приема комикса с характерным гротеском можно рассмотреть на примере одного из вариантов плакатов к фильму «Девушка спешит на свидание» (1936). Вокруг портрета Марии Барановой, сыгравшей роль виновницы суматохи, сгруппированы маленькие изображения с описаниями коллизий сюжета.

Таким образом, белорусские киноплакаты 1926–1940 гг. полностью соответствовали духу политической и социальной жизни общества, а также воплощали все идеи развивавшегося в СССР конструктивизма. С учетом всех своих особенностей данные художественные афиши действительно воспринимаются как самостоятельные живописные и графические произведения искусства, отражающие сюжетную особенность фильма, талант художника, эстетические тенденции эпохи, а также выполняют рекламную функцию — побуждают человека к просмотру фильма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Выставка «Белорусский кинематограф 1920–1930-х гг. в киноплакате» / Национальный исторический музей Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — 2019. — Режим доступа: <http://www.cinema.his-tmuseum.by/ru/exhibitions-events/exhibition-ingmar-bergman/>. — Дата доступа: 10.03.2019.

2. Голубева, О. Л. Основы композиции / О. Л. Голубева. — М.: Искусство, 2004. — 120 с.