ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Вопросы
истории, международных отношений
и
документоведения

Выпуск 5

Издательство Томского университета

2010

как простой человек со своими чувствами, переживаниями, эмоциями. Больше сцен в домашней обстановке, в кругу семьи и друзей.

В целом попытку пересмотра образа Ленина в кинематографе 50–60-х годов нельзя назвать успешной. Авторы пытались уйти от шаблонности, от устоявшегося образа вождя, вдохнуть в него новую жизнь, приблизить образ вождя к образу простого человека, по-другому представить его зрителю. Но попытки зачастую оказывались неуспешными. Простые граждане не проявили должного интереса к новому облику вождя, люди устали от навязываемой идеологии. Больший интерес у граждан вызывали художественные фильмы, которые начали появляться в период «оттепели». Часто интерес к образу Ильича формировался искусственно, принудительно, силами государства и бюрократической машины. Долго поддерживать интерес к фигуре вождя партийным деятелям не удалось. Уже к концу «оттепели» интерес к образу Ленина спадает.

Примечания

[1] «КПСС в резолюциях». М., 1960. Ч. 4. С. 190.
[2] Краткая история советского кино. М., 1969. С.413.
[3] Там же.
[4] Шахов Г., Максим Максимович Штраух. М., 1964. С. 284.
[5] Крупская Н.К, О пьесах, посвященных Октябрю // Н.К. Крупская об искусстве и литературе. С. 60.
[6] Краткая история советского кино. М. 1969. С. 416.
[7] Шкловский В. Фильм о счастливом человеке // В. Шкловский. За 60 лет. Работы о кино. М., 1985. С. 319.
[8] Там же.
[9] [Электронный ресурс]. Режим доступа http://www.kinoart.ru/magazine/12-2003/ publications0312/fokina0312, свободный.
[10] Шкловский В.С. Указ. соч. 320.

М.С. Гилев

ИЗ ИСТОРИИ КОМИКСА В РОССИИ

Комикс в странах Европы, Азии, а также в США давно стал явлением массовой культуры, влияющим на формирование массового сознания. Например, «около 40% всей японской печатной продукции приходится на комиксы или, как их называют в этой стране, манга»[1]. «Ежегодно только во Франции публикуется около 1600 новых альбомов, и, согласно опросам, более 50% населения этой страны читают комиксы. А в США годовые доходы компаний, выпускающих комиксы, исчисляются миллиардами долларов»[2]. Говорить о причинах такой популярности сложно, ведь в каждой стране она своя – это тема отдельного исследования, просто примем это как данность. Несмотря на непопулярность комикса в России сегодня, праформы этого явления играли определённую роль в жизни российского общества на разных исторических этапах.

Актуальность данного исследования обусловлена выявлением значения русского комикса в ту или иную историческую эпоху, что поможет указать на возможное место этого явления на современном этапе жизни российского общества, так как в условиях глобализации проникновение явления комикса в жизнь российского общества неизбежно.

Цель исследования – проследить историю появления и развития комикса в России и выявить его функции и специфику на разных исторических этапах с XIII по XX в.

В соответствии с целью исследования были поставлены следующие задачи:

- дать лексическое определение понятиям «комикс» и «русский комикс»;
- выяснить, при каких обстоятельствах и с какой целью использовался комикс;
- определить области применения комикса на современном этапе в России.

Чтобы вести предметный разговор об истории комикса, необходимо определиться с семантикой данного понятия. По-моему мнению, комикс – это в первую очередь явление. А как явление массовой культуры, как считает Е.В. Харитонов[3], комикс возник в период Великой депрессии в США (1929–1933 гг.), когда население нуждалось в источнике надежды, поддержке. Такой поддержкой стал фантастический комикс про супергероев, борющихся со всевозможными проявлениями зла и неизменно побеждающих их. На фоне краха книжных издательств, когда книги практически не покупались, тиражи газет, в которых помещался комикс, взлетели вверх, а затем комикс выделился в отдельный издательский продукт. С тех пор комикс стал неотъемлемой частью американской культуры.

Формальные характеристики сложились ещё в 1897 году, когда комикс носил карикатурно-сатирический характер и был жанром журналистики. Эти характеристики комикса можно сформулировать следующим образом: рассказ, состоящий из последовательности взаимосвязанных картинок, расположенных рядом, бессмысленных в отдельности, с текстовой частью в рамке картинки и филактёре (или пузыре), осознаваемый обществом как отдельный жанр комикса (он становится узнаваем).

Итак, по форме комикс – это серия рисунков с текстом, образующих связное повествование. Именно в этом ключе следует рассматривать понятие «русский комикс» и его историю.

В таком случае первым русским комиксом, можно назвать иконы. В.С. Харитошкин отмечает: «В начале XIII века возникает особый тип так называемых житийных икон, в которых крупный образ святого в центре окружён рамкой, состоящей из мелких сцен-кадров с изображением событий его жизни и совершённых им чудес. Их сюжеты легко опознавались верующими. В иконах появились моменты литературности и повествова-

тельности. По сути, это прототип русского комикса»[4].

Как отмечает В.Н. Лазарев, широкое распространение житийные иконы получают в Москве в последней трети XV в.: «Этот жанр давал возможность усилить наглядность и поучительность образа. Возникновение житийных циклов обусловлено возросшим почитанием московских святителей, которые изображались на иконах, большей частью созданных в мастерской Дионисия, а также усилением роли монастырей в XIV–XV веках»[5].

В XVII в. икону начинают изготавливать нетрадиционным способом, а именно печатным, с помощью оттисков, сделанных из луба. Самым ранним лубочным изображением, найденным в Восточнославянском регионе, считается московская икона Успение Богородицы 1614–1624 годов[6]. Затем и другую печатную продукцию, сделанную таким образом, стали называть лубками. По форме же такие лубочные картинки тоже являлись комиксом. Тематически все первые лубки были религиозного содержания, однако библейские герои нередко изображались на них в русской народной одежде (как пашущий землю Каин на лубке Василия Кореня). Среди художников, трудившихся над изготовлением гравировальных основ для этих лубков, были знаменитые мастера киевско-львовской типографской школы XVII в. Постепенно среди лубочных картинок, помимо религиозных сюжетов (сцен из житий святых и Евангелия), появляются иллюстрации к русским сказкам, былинам, переводным рыцарским романам, историческим сказаниям[7]. То есть из религиозной сферы лубок переходит в светскую за счёт большой гибкости формы, способной передать любое содержание в форме картинки и текста, и дешевизны. А так как большая часть населения была малограмотной и бедной, то лубок быстро приобрел популярность. Итак, лубок – это народная картинка, произведение графики (преимущественно печатной), отличающееся доходчивостью образа и предназначенное для массового распространения. Лубкам свойственны простота техники, лаконизм изобразительных средств (грубоватый штрих, обычно яркая раскраска), часто рассчитанные на декоративный эффект, тенденция к развёрнутому повествованию (серии лубков, лубочные книжки-картинки), взаимодополняемость изображения и подписи. Лубок, исполняемый, как правило, непрофессионалами, является видом народного творчества, но к лубку обычно относят и произведения профессиональной графики, заимствующие отдельные лубочно-фольклорные приёмы. К концу XVII в. 1680 г. появляется первая типография по производству лубков»[8]. Можно сказать, что с этого события начались массовое распространение лубка и развитие этого жанра. Помимо сакральной функции, у лубка постепенно появляется роль поучения и развлечения, украшения и обучения, поскольку обычно у него была текстовая часть, по которой можно было учиться читать.

В XVIII в. лубок, изображая знаменитые архитектурные памятники («Воскресенский собор Новоиерусалимского монастыря»), а также необычные явления жизни, например «сильного зверя слона», который для людей того времени был редкостью, служил источником информации. В связи с этим Ф.И. Буслаев и марксистские исследователи, прежде всего М.М. Никитин, приоритетной считают такую функцию лубочной картинки в народной культуре, как «формирование народного мировоззрения». По их мнению, в XVIII–XIX вв. народные картинки для многих русских были единственным средством понять, что происходит в стране, – они были отражением происходящих событий и одновременно орудием формирования общественного мнения. Эта точка зрения объясняет наличие изображений исторических персонажей («Битва Александра Македонского с индийским царем Пором»)»[9].

Так как лубки в доступной форме доносили до широкой аудитории разнообразную информацию и идеи, воплощённые в броских красочных изображениях, то неудивительно, что рекламная функция занимала в лубочной продукции не последнее место. С развитием российского экономического рынка она стала успешно использоваться для коммерческой рекламы. Например, лубок под названием «Французский магазин помады и духов». Рисунок изображает стол, на котором множество банок и склянок с французскими этикетками. Мадемуазель подает франту помаду, а тот капризно спрашивает: «Французское ли это?» И слышит в ответ: «О, мсье! Самое свежее!». Призывный смысл этого лубка очевиден. Перед нами образец наглядной торговой рекламы. Также известен факт, что по приказу Петра I лубочные мастера начали настойчивое внедрение в русский быт табака[10]. Это, пожалуй, первый пример использования лубка по инициативе «госзаказа».

Картинки были для народа «своеобразными учебниками по истории и географии, а также они высмеивали пороки и показывали добродетельные образцы поведения. В виде лубочной картинки мог быть издан привычный сегодня настенный календарь»[11]. И сегодня жанр лубка востребован. Например, «в Уфе состоялась выставка художественных работ, авторы которых раскрыли тему прав человека в жанре лубка. Чиновники, юристы, и бизнесмены сошлись во мнении, что так и следует популяризировать право»[12].

Однако есть исследователи, не придающие большого значения лубку в жизни русского народа. Например, О.Р. Хромов [13] выражает мнение, что лубок занимал скромное место в качестве развлекательной вещи и в то же время становился участником в воспитании художественных представлений человека.

В XX в. развитие лубочных картинок продолжалось. Ю. П. Соколов считает, что «в эпохи социальных потрясений (в Русско-японскую и мировую войны, в революцию 1905, особенно же в Февральскую и Октябрьскую революции, в период Гражданской войны) спрос на лубки был очень велик. В советской России политическое, агитационное и пропагандистское значение иллюстрированных листов было понято во всем объеме. Ежегодный суммарный тираж лубочных книг в России достигал к началу XX века 4 миллионов экземпляров. Сатирические, пропагандистские и агитационные черты стали при этом превалировать над элементами повествования и развлечения. Народная картина в СССР тесно связала свою судьбу с революционным плакатом, в котором она почти что начисто и растворилась. Традиционные формы народного лубка как в лицевой, так и в текстовой части сильно сказываются на характере революционного плаката»[14].

Разновидностью же плаката являются так называемые окна РОСТА и окна ТАСС, наиболее напоминающие

по форме современный комикс тем, что обладали серийностью, при наличии взаимодействия текста и картинки. Новый своеобразный тип плаката, известный под названием «Окна РОСТА», был создан советскими художниками и поэтами, работавшими в системе Российского телеграфного агентства по инициативе В.В. Маяковского в 1919 г. Оперативно откликавшиеся на все основные события времени – на фронтах и в тылу, в международной жизни, окна РОСТА нередко состояли из нескольких частей (например, плакат И.А. Малютина «Посевная кампания. Пахали сохой – запашем трактором» 1921 г. состоял из восемнадцати частей), размножались вручную по трафаретам. «Тиражи» плакатов в отдельных случаях достигали 300 экземпляров[15]. Над созданием боевого агитационного и политического плаката во время Великой Отечественной войны работал также коллектив «Окон ТАСС»: «художники В.Б. Корецкий, Л.Ф. Голованов, Кукрыниксы (Куприянов, Крылов, Соколов), В.С. Иванов, многие живописцы, в том числе В.А. Серов и А.А. Пластов. Всего над ними трудилось 125 художников-профессионалов высокого класса. Над текстами работали 83 писателя и поэта, в их числе Антокольский, Асеев, Лебедев-Кумач, Жаров, Михалков, Симонов, Эренбург и другие»[16]. «Окна ТАСС» были продолжателями традиций русских народных картинок и сатирических «Окон РОСТА» 1920-х годов. Окна РОСТА и ТАСС – это также проявление государственной инициативы, госзаказа, способ решения внутриполитических задач.

С.Г. Кара-Мурза отмечал, «что гениальным изобретением для передачи сообщений людям, не привыкшим читать, были комиксы – короткие упрощенные тексты, каждый фрагмент которых снабжен иллюстрацией. Комиксы в то же время были, вплоть до появления телевидения, мощным инструментом идеологии. Изучавший феномен комиксов культуролог У. Эко писал, что комиксы «породили уникальное явление – массовую культуру, в которой пролетариат воспринимает культурные модели буржуазии в полной уверенности, что это его независимое самовыражение»[17]. Имеется в виду эффект достоверности информации, изложенной в форме комикса.

Агитационная функция плаката требовала от него ярких форм выражения негативных характеристик врага. Такими формами стали острые сатирические рисунки и колкие лозунги. Нельзя забывать также, что окна РОСТА и ТАСС обладали серийностью. Этот метод сатиры, а также такая черта, как серийность, возможно, стали основой для появления сатирического комикса. «Новому жанру, который определённо подошёл к искусству комикса, прокладывали дорогу русские авторы модерна, сотрудничавшие в сатирических журналах времён Первой русской революции, а затем в «Сатириконе» (1908 г.). В начале своей жизни «Сатирикон» довольно часто обращался к политической сатире. Первые номера «Сатирикона» полны иронических откликов на политику насильственного «успокоения» России облеченными неограниченной властью генерал-губернаторами, ставшими в тот период фактически военными диктаторами. Позднее особое место в журнале будет занимать сатира на советскую действительность и нравы эмиграции»[18]. Помимо журнала «Сатирикон», комикс встречается и в «Крокодиле» (1922 г.), и в «Бегемоте» (1922 г.). С мая 1924 г. начал выходить детский ежемесячный журнал «Мурзилка», опубликовавший впоследствии не один комикс о приключениях своего главного персонажа. «Подвижная графика комикса удовлетворяла интерес человека к сюжетным поворотам, к напряжённому действию. «Мурзилка», как и детский журнал «Весёлые картинки» (1956 год), имеет целый арсенал инструментов, стимулирующих интерес младших школьников к чтению, а значит, и к усвоению ими таких нравственных категорий, как справедливость, доброта, честность, уважение к старшим, чувство прекрасного, патриотизм»[19]. Именно поэтому, скорее всего комикс и вошёл в детскую периодику.

Итак, форма комикса обладает неимоверной гибкостью в плане адаптации к содержанию любого текста. Следовательно, задачи и функции комикса могут быть самыми разнообразными в зависимости от характера и цели текста (информирование, агитация, обучение, развлечение и т.д.). Причём комикс, по словам А.Г. Сонина, «является средством быстрой и эффективной передачи информации за счет одновременного использования графических и вербальных компонентов представления смысловой доминанты»[20]. Это не могло не повлиять на востребованность комикса (либо его формы) современной цивилизацией, нуждающейся в связи с неуклонным ростом потока информации в максимально экономичных способах ее хранения и передачи, а также, по причине усиления процесса интеграции, – в универсальной системе межъязыкового общения.

Примечания

[1] Иванов Б.В. Манга: японские комиксы // Как. 2000. № 1–2 (11–12). С. 30–32.

[2] Белинский Я.Д. Девятое искусство // Власть денег. 2006. № 67. С. 40–43.

[3] Харитонов Е.В. Девятое искусство (историко-критический обзор фантастического комикса) // Комикс-каталог. Дайджест публикаций: справ.-информ. портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: //comics-catalog.ru/publ/12-1-0-6.htm, свободный (дата обращения: 18.03.2009).

[4] Харитошкин В.С. Живые картинки. История «русского комикса» // Завтра. 2005. № 8. С. 8.

[5] Лазарев В.Н. Русская иконопись от истоков до начала XVI века. М., 2000. С. 654.

[6] Лубок // БСЭ. 3-е изд. М., 1974. Т. 15. Стб. 346–350.

[7] Лубок русский изобразительный / Л.И. Пушкарев, Н.Н. Пушкарева // Кругосвет: онлайн- энциклопедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/ (дата обращения: 20.04.2009).

[8] Там же.

[9] Рейтблат А.И. Что нес с базара русский народ (Лубок в исследованиях последних лет) // НЛО. 2000. № 44. С. 23–26.

[10] Ремизов С.И. Формирование средств рекламной деятельности в России в XVII–XVIII веках // Время рекламы. 2005. № 3. С. 26–29.

[11] Игнатенко И.И. Уфимские художники раскрыли тему прав человека в жанре лубка // Российская газета. 2009. 11 апр. С. 5.

[12] Лубок русский изобразительный...

[13] Хромов О.Р. Русская лубочная книга XVII–XIX веков. / О. Р. Хромов. – М., 1998. С. 219.

[14]. Соколов Ю.П. Лубочная литература (русская) // Литературная энциклопедия. М., 1932. Т. 6. Стб. 595–605.

[15] Тараканова О.Л. Антикварна книга. М., 1996. С. 264.

[16]. Плакат // БСЭ. 3-е изд. М., 1975. Т. 19. Стб. 534–540.

[17] Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2007. С. 864.
[18] Евстигнеева Л.С. Журнал «Сатирикон» и поэты-сатириконцы. М., 1968. С. 324.
[19] Рубинштейн С.Л. Психолого-педагогические проблемы нравственного воспитания школьников. М., 1981. С. 256.
[20] Сонин А.Г. Комикс как знаковая система: психолингвистическое исследование (на материале франкоязычных комиксов): автореф. дис... канд. филол. наук. Барнаул, 1999. С. 32.

Ю.В. Гуткевич

СССР И ПРОБЛЕМА КОЛЛЕКТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ЕВРОПЕ В ЗЕРКАЛЕ СОВЕТСКОЙ ПРЕССЫ 1933-1936 гг.

Освещение в центральной советской прессе системы коллективной безопасности в Европе 1933–1936 гг. является очень важным для составления целостной картины взаимоотношений между Советским Союзом и Европой по вопросам безопасности, так как пресса всегда являлась своего рода индикатором состояния общества, а также служила инструментом пропаганды правящего режима. Вся информация тщательно дозировалась, и в газеты попадало только то, что, по мнению руководства страны, было необходимо.

Основным источником для написания данной работы стали материалы газет «Правда» и «Известия» за 1933–1936 гг.

Газеты достаточно оперативно реагировали на изменения, происходившие в международных отношениях 30-х годов, и очень пристально следили за событиями связанными с борьбой СССР за сохранение мира в Европе. Благодаря прессе можно проследить, как выстраивались отношения между ведущими европейскими странами и Советским Союзом. Кроме того, анализ советской периодики позволил выявить, кем и чем определялась линия поведения, какие приоритетные направления существовали для властей и как международные отношения влияли на положение в Европе и в мире. Газетные публикации предвоенного десятилетия дают возможность взглянуть на разные стороны внешней политики СССР, Франции, Германии и Великобритании и т.д. и на то, какие оценки происходившим событиям давались в свежей прессе – не только в советских но и зарубежных изданиях.

Хронологические рамки работы охватывают 1933–1936 гг. К 1933 г. относится начало активной борьбы Советского Союза за создание системы коллективной безопасности в Европе. 11 февраля 1933 г. Президент Французской республики ратифицировал заключенный между СССР и Францией договор о ненападении и Конвенции, о согласительной процедуре, подписанные 29 ноября 1932 г. в Париже. 1936 г. явился переломным в борьбе СССР за мир в Европе. Именно в начале 1936 г. стал вырисовываться кризис попыток Советского Союза создать действенную систему договоров о коллективной безопасности на территории Центральной и Юго-Восточной Европы, связанный с нежеланием ведущих стран Европы поддержать мирную инициативу СССР.

Территориальные рамки включают территорию Центральной и Юго-Восточной Европы, а также в незначительной мере захватывают территорию США. Основной же акцент территориальной привязанности делается на государства центральной Европы.

Анализ материалов, опубликованных в газетах «Правда» и «Известия» за 1933-1936гг позволяет проследить специфику подачи советской прессой информации о попытках построения СССР эффективной системы коллективной безопасности со странами Европы:

- Исключалась любая критика Советского Союза. Ни в одной газетной статье не было даже намёка на несогласие с действиями руководства страны.
- Формировался образ борьбы СССР за мир в Европе («Париж, 18 февраля. «Журналь офисьель» помещает текст пакта о ненападении и конвенции о согласительной процедуре, которые были подписаны 29 ноября 1932 года. Опубликование этих документов встречено во влиятельных кругах с чувством глубокого удовлетворения. Даже правые газеты воздерживаются в данный момент от нападок на франко-советский договор. Резолюция, предложенная вчера докладчиком комиссии по иностранным делам палаты депутатов Торесом, гласит: «Палата депутатов с удовлетворением отмечает ратификацию франко-советского пакта о ненападении, который упрочит мир в интересах всей Европы». Под этой резолюцией значатся подписи Тореса, Бержери, Дельбоса, маркиза Арку-Блэк-Белер, который посетил недавно Советский Союз, Шарла Барона, Мариуса Мутэ, Маргена, внука Маркса и вице-председателя комиссии по иностранным делам Жака Лонге и др.»).
- Подвергались жёсткой критике любые действия Запада, которые не соответствовали концепции советского руководства по созданию эффективной системы коллективной безопасности; больше всего доставалось Германии (Германия под властью Гитлера вооружалась и усиливалась; в атмосфере жестокости и подлости создавался аппарат ненависти и тирании).
- В советских газетах активно использовались материалы ведущих периодических изданий Европы (Англии, Франции, Германии). Опять же в материалах публиковались только положительные отзывы о действиях сталинского руководства.
- По отношению к Советскому Союзу в прессе акцент ставился на демонстрацию миролюбия и заинтересованности в мирном сосуществовании с капиталистическими странами.
- Охотно подвергались критике действия лидеров европейских государств на международной арене («План Макдональда» положил начало попустительству стран Европы в вопросе контроля над вооружениями Германии и, более того, уравнивал страны в вопросах вооружения, что давало Гитлеру возможность готовиться