

УДК 008+7.049

DOI: 10.34670/AR.2022.92.54.001

**Железнодорожный плакат в культуре России советского периода****Мальцева Елена Александровна**

Кандидат искусствоведения, доцент,  
Сибирский государственный университет путей сообщения,  
Новосибирский государственный педагогический университет,  
630126, Российская Федерация, Новосибирск, ул. Вильойская, 28;  
e-mail: eamaltseva@yandex.ru

**Аннотация**

Статья посвящена исследованию образа железной дороги в советском плакате и его связи с культурной жизнью России советского периода. Визуализация данного образа в произведениях изобразительного искусства началась с момента пуска первых паровозов и продолжается до настоящего времени. В отечественной плакатной графике изображение железной дороги встречается неоднократно, при этом образная сфера, стилистика, композиционное построение таких плакатов заметно менялись в разные периоды. Для проведения исследования потребовалось привлечение большого количества эмпирического материала. В результате изучения коллекций советского плаката было выявлено более 170 плакатов железнодорожной тематики, что позволило раскрыть особенности изображения железной дороги в отдельные периоды развития советского государства и продемонстрировать их на примере наиболее репрезентативных образцов. В статье выделена ключевая тематическая направленность железнодорожных плакатов в отдельные периоды: агитационная направленность, рождение метафоры «поезд – локомотив истории» в 1920-е гг., поезд как рекламный образ в 1930-е гг., героическая тематика в период Великой Отечественной войны, призыв к восстановлению железных дорог в послевоенный период, строительство Байкало-Амурской магистрали в 1970-е гг. и переосмысление образа железной дороги, наделение ее символикой смерти в постперестроечный период. В статье делается вывод о присутствии образа железной дороги в советском плакате во все периоды развития, о его связи с культурной жизнью страны.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Мальцева Е.А. Железнодорожный плакат в культуре России советского периода // Культура и цивилизация. 2022. Том 12. № 3А. С. 5-20. DOI: 10.34670/AR.2022.92.54.001

**Ключевые слова**

Советский плакат, железная дорога, метафоричность, народный лубок, агитационный плакат, рекламный плакат.

## Введение

Плакат, будучи одним из самых демократичных и массовых видов искусства, занимал важное место в культуре XX в. разных стран, в том числе в России. Особое развитие плакат получил в советский период, став важным средством идеологической пропаганды. Менялись его стилистика, тематика и образность, уровень художественного мастерства, технологии, но сохранялись идеологическая направленность и постоянный государственный контроль. Искусство советского плаката выкристаллизовывалось в первые годы советской власти, именно оно могло стать и стало поистине массовым, обращаясь к широкой аудитории, чему способствовали такие достоинства плаката, как практичность, доступность, тиражируемость.

Советское плакатное искусство периодически становится объектом исследований искусствоведов, культурологов, признающих в нем самостоятельный феномен, значимую часть визуальной культуры советского периода. Исследователи рассматривают разные аспекты существования плаката: традиции, на основе которых он сложился, характерные черты, формы, стилистические особенности (обзор историографии советского политического плаката представлен в статье М.Ф. Николаевой [Николаева, 2012, www]), однако исследований, посвященных отдельным темам и образам советского плаката, недостаточно, хотя такой подход представляется вполне продуктивным. В частности, изучение больших массивов издававшихся в Советском Союзе плакатов позволяет в качестве самостоятельной выделить железнодорожную тематику, обозначившуюся в первые годы советской власти и прочно закрепившуюся в советском плакате в последующие десятилетия.

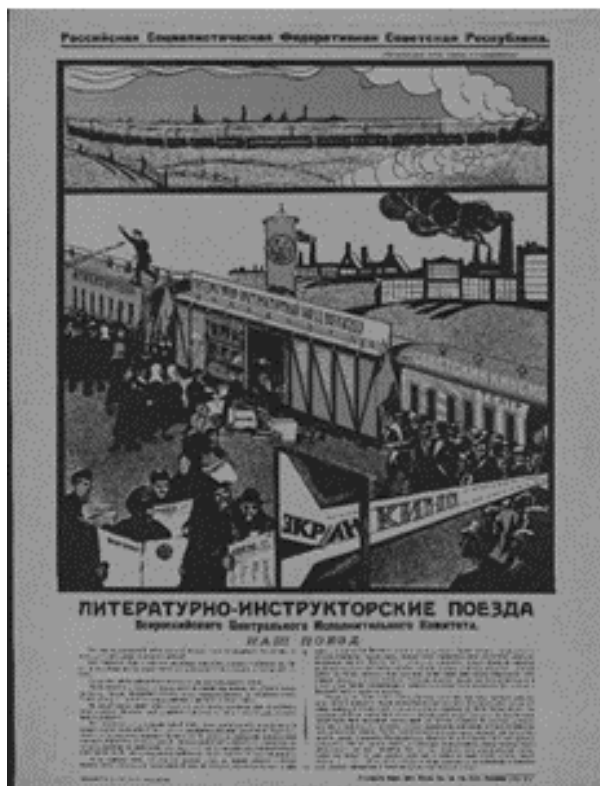
## Основная часть

Образ железной дороги вошел в искусство гораздо раньше, первые художественные произведения рождались практически одновременно с появлением технической новинки в XIX в. Наряду с композиторами, живописцами, литераторами свою интерпретацию железной дороги давали и мастера графики: сохранились гравюры 1840-1850-х гг., фиксирующие прибытие железнодорожных составов на станции и решающие задачу знакомства зрителя с новым видом транспорта. Мастера плаката XX в., обращаясь к данному образу, решали другие задачи и представляли железную дорогу иными способами.

В период гражданской войны одной из форм агитационно-просветительской работы стали агитпоезда, представлявшие собой подвижной аппарат пропаганды и агитации, в структуру которого входили партийные работники, лекторы, агитаторы, артисты и т. д. Агитпоезда оформлялись лозунгами и яркими изображениями, т. е. сами по себе становились агитационными объектами, кроме того, в их состав могли входить типографии, позволявшие оперативно печатать газеты, листовки, плакаты. Изображение такого агитпоезда находим в цветной литографии «Литературно-инструкторские поезда Всероссийского центрального исполнительного комитета» (1918 г., неизв. худ.; см. рис. 1).

Композиционно изображение делится на две части: в верхней – динамично движущийся среди бескрайних просторов длинный состав, в нижней – он же, но уже стоящий на путях с открытыми вагонами. Автор подробно изображает деятельность агитпоезда: здесь и агитаторский вагон со стоящим на крыше и обращающимся к группе слушателей оратором, и литературный вагон, из которого выгружают стопки книг, и вагон-театр, демонстрирующий кинофильм. Здесь же, на плакате, – достаточно большой текст, объясняющий назначение этого «диковинного поезда»: «Он устроен рабоче-крестьянским правительством для просвещения

народа... Живое устное слово, книга, газета, картина, театр – все, что может принести хоть немного света в деревню и глухие уголки России, – вот что несет Литературно-Инструкторский поезд, названный именем нашего вождя и учителя товарища Ленина». Так железнодорожный состав стал и средством революционной пропаганды, и художественным образом – носителем новых революционных идей.



**Рисунок 1 - Литературно-инструкторские поезда Всероссийского центрального исполнительного комитета. 1918 г.**

Достаточно часто изображения паровоза, поезда, железнодорожного пути появлялись в «Окнах РОСТА» – злободневных однодневных агитационных плакатах, создававшихся ручным способом. «Окна РОСТА» дали начало рождению нового плакатного языка – острого и лаконичного, стали значимым явлением отечественной художественной культуры, что понимали и сами мастера. Так, В.В. Маяковский, один из авторов текстов и изображений данных плакатов, писал: «Это – не только стихи. Эти иллюстрации – не для графических украшений. Это – протокольная запись труднейшего трехлетия революционной борьбы, переданная пятнами красок и звоном лозунгов» [Маяковский, 1978, т. 12, www]. Железная дорога в этих протокольных записях появлялась как яркий элемент современности, активно влияющий на жизнь молодого государства и строящегося нового сообщества.

Так, в плакате «Запахавшись пришел новый год...» (1920 г., худ. А.М. Нюренберг) наступление нового года (а значит, дальнейшее развитие) напрямую связывается с функционированием железной дороги («Какой без железной дороги ход?»). В плакате «Праздновать Октябрьскую революцию хороший способ есть...» (1920 г., худ. М.М. Черемных) звучит призыв в честь праздника встать к станку, а праздновать, когда «не будет ни одной гнилой шпалы, ни одного паровоза стоящего». В этот момент железная дорога становится

метафорой, используемой для передачи идеи прогрессивного развития. В.В. Маяковский в плакате «Неделя профдвижения. Крепите профсоюзы!» (1921 г.) профсоюз уподобляет железнодорожным рельсам, прямо ведущим к пункту назначения, в данном случае – к коммуне.

Метафоричность – важная черта советского плаката. Как отмечает Т.С. Игошина, «с самого момента становления плакатного искусства, на рубеже XIX и XX вв., метафора использовалась художниками в качестве творческого приема для создания выразительного образа плакатного произведения» [Игошина, 2009, 135]. Метафора «поезд – локомотив истории» достаточно часто встречается в плакатах 1920-1930-х гг., провозглашавших неизбежное и стремительное движение в светлое будущее. На плакате «Октябрьская революция – мост к светлому будущему» (1920 г., неизв. худ.; см. рис. 2) автор изображает стремительно несущийся по мосту железнодорожный состав с огромным развевающимся на ветру красным флагом. Та же метафора – в плакате «1917-1920. Октябрь», изображающем паровоз как олицетворение самой революции, которая должна стать мировой и принести обновление в другие страны: «По рельсам, грохочущим полным ходом, сеятель мировых потрясений и гроз, мчится ко всем угнетенным народам – Октябрьской революции паровоз». В плакате «За промфинплан. За пятилетку в 4 года. Против религии» (1920 г., худ. Ю.И. Пименов) поезд представлен как мощная сила, разрывающая все преграды, мешающие экономическому развитию страны. Художник наглядно изображает растянутые поперек железнодорожного полотна пути «религия», «вредительство», «пьянство», «прогулы», «брак» и несущийся на них состав ярко-красного цвета, не оставляющий сомнений в том, что пути будут разорваны, поставленные правительством задачи будут решены.



**Рисунок 2 - Октябрьская революция – мост к светлому будущему. 1920 г.**

Большое количество плакатов было посвящено борьбе с проблемами, мешающими развитию железнодорожного транспорта. Эти плакаты прямолинейно и однозначно указывают на пороки, которые необходимо было ликвидировать. Это прогулы (плакат «Уничтожение прогула – Увеличение транспорта – Усиление снабжения» (1920 г.)), хищение и взяточничество (плакаты «Что делает взятка» (1922 г.), «До и после борьбы с хищениями и взяточничеством» (1922 г.)), пьянство (плакат «Свистки паровозов полны тревоги – очистим от пьянства железные

дороги (1931 г., худ. И.И. Громицкий; см. рис. 3)), невыполнение профессиональных обязанностей (плакаты «Падение труддисциплины разрушает транспорт» (1931 г., неизв. худ.), «Сон на работе на руку врагам рабочего класса» (1931 г., худ. И.Д. Чашников, Б.В. Иогансон)). Авторы в таких работах создавали яркие визуальные образы, которые благодаря образности, композиции, цветовым соотношениям были понятны зрителю и без сопровождающего текста.



**Рисунок 3 - И.И. Громицкий. Свистки паровозов полны тревоги – очистим от пьянства железные дороги. 1931 г.**

Наличие текста в плакатах, его содержание, соотношение с изображением – вопрос, требующий отдельного рассмотрения. С одной стороны, население страны того периода было по большей части безграмотным, потому логично было в плакате отдавать приоритет изображению, восприятие которого не требовало специальной подготовки. С другой стороны, текст способен был разъяснить и расширить идею, усилить воздействие плаката. Наличие пояснительного текста сближает советский плакат с традициями народного лубка – печатных графических листов с изображениями и текстами, предназначенными для массового распространения в народной среде. Лубочные картинки были дешевы, доступны, доходчивы и очень популярны. В XIX – начале XX в. они были и первыми букварями для крестьянских детей и зачастую единственным доступным для грамотного крестьянина чтением. Поэтому неудивительно обращение первых советских плакатистов к знакомой и привычной простому народу форме.

С точки зрения Т.П. Алексеевой и Н.В. Виночкиной, отечественные плакаты начала XX в. с лубком сближают три ключевые характеристики: «форма печатного листа, имеющего значение сообщения информации, близкая лубкам как народной газете; наличие графического изображения; наличие пояснительного или рекламного текста» [Алексеева, Виноцкая, 2018, 12]. Те же особенности лубка наблюдаются в послереволюционных плакатах, в том числе железнодорожной тематики. Примером может служить плакат «Железная дорога» (1919 г., худ. Б.А. Зенкевич; см. рис. 4), в котором представлен развернутый визуальный рассказ о

необходимости развивать железнодорожный транспорт. Изображение сопровождает стихотворение П. Орешина. Изобразительный ряд представлен тремя фрагментами, хронологически последовательно изображающими появление железной дороги в селе. На первом – переполох, который может устроить появление поезда в селе, нарушение привычного уклада жизни; на втором – строительство железной дороги; на третьем – обновление, которое должен принести новый вид транспорта. Такой подробный детализированный рассказ должен был убедить сельчан принять деятельное участие в строительстве железной дороги. Стихотворные строки просты, однозначны, близки народной фольклорной традиции. Отметим антропоморфность паровоза: и художник, и поэт наделяют его специфически человеческими характеристиками, в изображении паровоз имеет лицо, выражает эмоции, в тексте наделяется психологическими характеристиками («хитрущий паровоз»).



Рисунок 4 - Б.А. Зенкевич. Железная дорога. 1919 г.

В конце 1920-х гг. к тексту стала добавляться инфографика (диаграммы, карты, схемы), которая должна была наглядно показать победные цифры роста социалистического промышленного производства, его превосходство над производством капиталистическим. Однако опыт включения таких элементов в композицию плаката не был особенно удачным. По словам В.В. Лаптева «изобразительная среда для представления количественных показателей выглядела удручающе» [Лаптев, 2015, 375]. Художники формально соединяли изображение с

диаграммами, не получая цельную композицию. Так, в плакате «Кто-кого? Догнать и перегнать» (1929 г., неизв. худ.) соединены яркое метафорическое изображение двух стремительно несущихся паровозов (красного с пятиконечной звездой и темно-зеленого со свастикой, символизирующих две противостоящие политические системы) и графики темпов роста производства в СССР и в капиталистических странах. Результат такого механического соединения разнородных элементов представляется неубедительным.

Попытку превратить инфографику в метафору делает П.П. Соколов-Скаля в плакате «Поезд идет от ст. Социализм к ст. Коммунизм. Испытанный машинист локомотива революции т. Сталин» (1939 г., худ. П.П. Соколов-Скаля; см. рис. 5). Композиционно плакат выглядит так же, как и предыдущий. В верхней части – движущийся по диагонали паровоз, но он один и движется медленно – так, чтобы можно было разглядеть фигуру Сталина на месте машиниста. В нижней части композиции – «график исполненного движения большевистского поезда» от станции «Искра. 1900 г.» до станции «Социализм» и «действующий график», конечной станцией которого является станция «Коммунизм». Это уже не агитация, а утверждение торжества новой политической системы, характерное для периода культа личности Сталина, вновь обращающееся к образу паровоза как символу прогрессивного движения к светлому будущему.



**Рисунок 5 - П.П. Соколов-Скаля. Поезд идет от ст. Социализм до ст. Коммунизм. Испытанный машинист локомотива революции т. Сталин. 1939 г.**

С началом эпохи НЭПа в советской России начинает развиваться рекламный плакат. В.В. Маяковский в статье «Агитация и реклама» писал: «При НЭПе надо пользоваться для популяризации государственных, пролетарских организаций, контор, продуктов всеми оружием, пользуемыми врагами, в том числе и рекламой» и призывал учиться создавать новую, современную рекламу: «В СССР все должно работать на пролетарское благо»

[Маяковский, 1978, т. 11, www]. Таким образом происходят надделение рекламного плаката идеологической функцией и принижение роли экономической составляющей.

В рекламном плакате нашла свое отражение и железная дорога – и как рекламируемый объект, и как один из элементов художественной композиции, работающий на общую идею. В плакате, рекламирующем ГУМ (1923 г., худ. А.М. Родченко, текст В.В. Маяковский; см. рис. 6), железнодорожный состав, разбитый на отдельные вагоны, по окружности, сверху вниз, устремляется от слов «из городов и сел» к названию магазина и его изображению, демонстрируя правильный путь для человека, ищущего качественный и дешевый товар. Данный плакат – пример гармоничного единства текста, изображения и фотографии, приема, добавлявшего плакату достоверности, документальности. В результате рекламное сообщение приобрело экспрессивный, динамичный, современный характер.



**Рисунок 6 - А.М. Родченко. Приезжий с дач из городов и сел, нечего трепать подошвы, сразу в ГУМе найдешь все, аккуратно, быстро и дешево! 1923 г.**

В те же годы создаются рекламные плакаты и другого типа – использующие более традиционный язык и менее интересные с художественной точки зрения. Таков, например, плакат «Спальные вагоны прямого сообщения» (1925 г., худ. В.В. Горюнов). В плакате присутствуют три изобразительных фрагмента: изображение купе, вагона-ресторана, очереди в кассу продажи билетов, а также сухие тексты, написанные канцелярским языком и объясняющие, в каких поездах есть подобные вагоны, где можно купить билеты. По эмоциональному воздействию данный плакат проигрывает произведениям творческого союза Родченко – Маяковский, выглядит сухим и безжизненным.

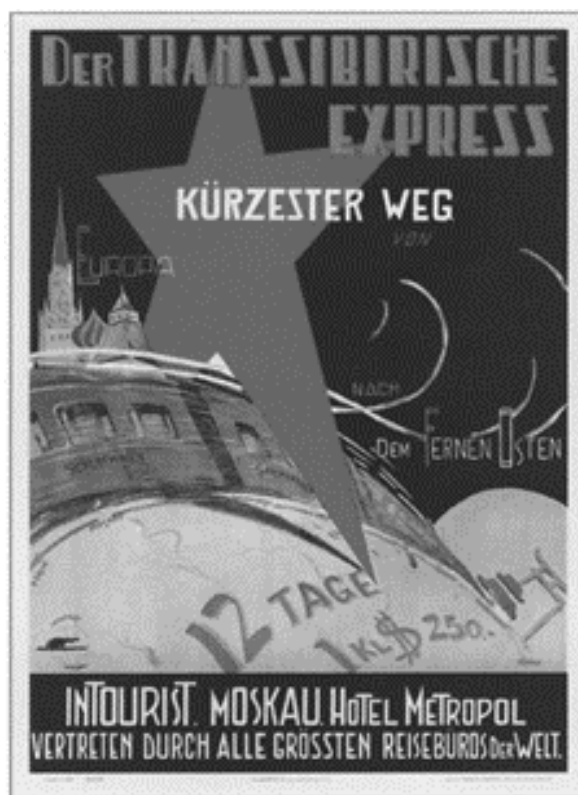
Чрезвычайно интересная страница в развитии рекламного плаката, а вместе с тем и железнодорожной тематики в таком плакате – реклама Интуриста, организации, созданной в 1929 г. с целью формирования положительного образа СССР у зарубежных туристов. Привлечение туристов в страну требовало хорошо разработанной рекламной кампании, особое



место в ней предназначалось плакату, позволявшему привлечь внимание широкой аудитории с помощью яркого и лаконичного визуального образа. Плакаты создавались ведущими советскими художниками, имели высокий художественный уровень, в связи с чем неоднократно удостоивались премий международных выставок (например, премии Международного конкурса плаката в Вене в 1948 г. [Воронкова, Афанасьев, Мармер, 2016, www]).

Среди плакатов Интуриста привлекает серия «Транссибирский экспресс», приглашающая зарубежных туристов к путешествию по Транссибу. Такое путешествие до сих пор востребовано среди иностранцев, так как именно железнодорожное турне позволяет увидеть российские просторы, природное и культурное многообразие, на время погрузиться в жизнь страны. Плакаты должны были наглядно продемонстрировать такую возможность, вызвать желание у зрителя совершить такой тур.

Плакаты различаются по своей технологии. Это может быть полностью рисованный плакат, например плакат, на котором изображены четко фиксированные в пространстве башня московского Кремля, купола Василия Блаженного и огромная красная звезда. Поезд же представлен вихрем, пронсящимся по земному шару. Надпись на плакате гласит: «Транссибирский экспресс – кратчайший путь между Европой и Дальним Востоком» (1930 г., М.М. Литвак-Максимов; см. рис. 7). Этот плакат яркий и сложный по цвету, с интересно задуманной композицией.



**Рисунок 7 - М.М. Литвак-Максимов. Транссибирский экспресс. 1930 г.**

Другой вариант – монохромный плакат, предлагающий зрителю взгляд сверху вниз на сложный холмистый пейзаж, прорезанный железнодорожными путями, и на движущийся по этим путям состав. На черно-белом плакате цвет появляется лишь дважды – это красный фон надписи «TRANS-SIBERIAN EXPRESS» в верхней части плаката и красная звезда на паровом

котле. В результате создается достаточно лаконичный, но сильный образ.

Фотомонтаж – еще один прием, использовавшийся в плакатах Интуриста. Сочетание в композиции фотографий железнодорожных объектов, их изображений, графических схем пути давало возможность сделать плакаты более разнообразными, нетривиальными, а значит, привлекающими интерес и внимание у целевой аудитории.

С началом Великой Отечественной войны тематика и художественный язык железнодорожного плаката меняются. В плакатах доминируют три темы: бдительность, помощь фронту и военные действия на железной дороге.

Первая тема была связана с необходимостью предотвращать диверсии на железной дороге, к чему и призывали плакаты. Для них характерны ограниченный двумя-тремя цветами колорит, простой и однозначный сюжет, короткий призыв, обращенный к зрителю. Назовем некоторые плакаты: «Зорче охраняй путь!» (1941 г., худ. Г.Н. Наместников), «Железнодорожник, будь бдителен!» (1941 г., худ. Г.Н. Наместников), «Железнодорожник, будь на чеку! Вылавливай и уничтожай шпионов и диверсантов!» (1941 г., худ. А.М. Зайков), «Зорко охраняй народное добро!» (1942 г., худ. А. Попов; см. рис. 8). Основной прием таких плакатов – противопоставление сурового сотрудника железной дороги, часто с оружием в руках, и карикатурно изображенного диверсанта. Сомнений в исходе противостояния таких героев плакат не допускал.



**Рисунок 8. А. Попов. Зорко охраняй народное добро! 1942 г.**

Тема помощи фронту была одной из важнейших в тот период, и потому к ней неоднократно обращались мастера плаката. Ключевая идея звучит в плакате И.И. Громицкого «Транспорт – родной брат Красной армии» (1941 г., худ. И.И. Громицкий). На таких плакатах основными изобразительными мотивами были военный эшелон, направляющийся на фронт, и пропускающий его железнодорожник с сигнальным флажком в руке. В плакатах данной

тематики встречается обращение к историческому прошлому, в частности к событиям гражданской войны. Призыв «Железнодорожники! Храните боевые традиции 1919 года!» (1941 г., худ. Н.В. Файвишевич) сопровождается изображением идущей на «воскресник» колонны рабочих. Вместо боевого оружия в их руках орудия труда, над колонной развивается красное знамя, а за спинами, как крепкий тыл, железная поддержка – железнодорожный состав.

Военные действия на железной дороге – тема боевых листков, которые создавались как отклик на происходившие на фронте и в тылу врага события. Такие плакаты, например, создавались художниками групп «Боевой карандаш», «Окна ТАСС». По большей части это были работы, посвященные конкретным героическим сюжетам. Например, в плакате № 28 «Боевого карандаша» «Герои-железнодорожники» (1941 г., худ. Н.М. Быльев; см. рис. 9) описываются три сюжета: о том, как охрана железнодорожной станции сбивла нападавший на станцию вражеский самолет; о том, как железнодорожник отцепил от состава горящую платформу со снарядами; о том, как бригада поезда обезвреживала упавшую на пути бомбу. Сочетание изобразительного ряда и поясняющего текста, линейное построение композиции показывают родство с плакатами революционной эпохи и – глубже – с уже упоминавшимся нами народным лубком.

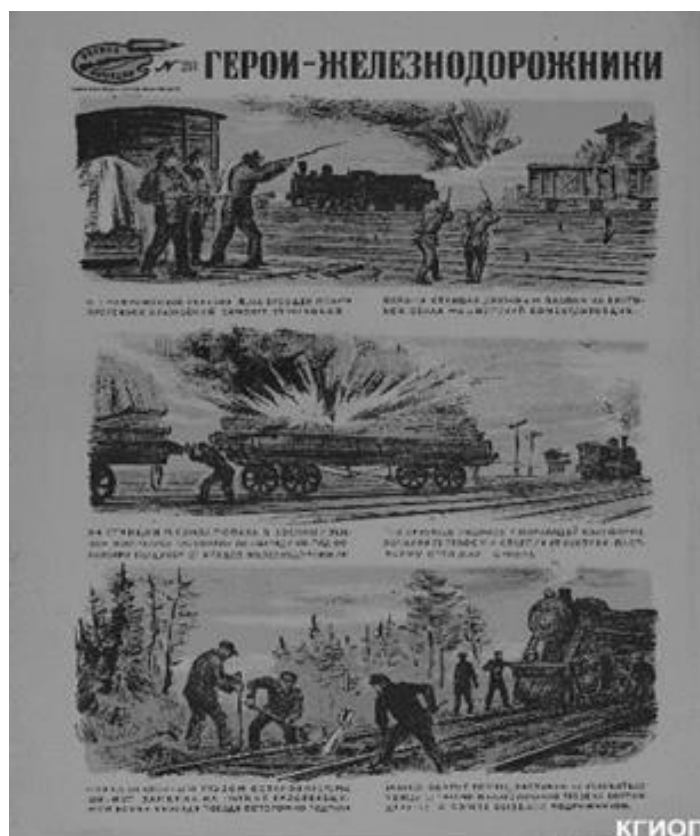


Рисунок 9 - Н.М. Быльев. Герои-железнодорожники. 1941 г.

Военные действия велись на железной дороге и в тылу врага, и этот ракурс темы также нашел свое отражение в военном плакате. Железная дорога, с большим трудом строившаяся, восстанавливавшаяся в период послереволюционной разрухи, ставшая символом нового государства, во время военных действий разрушалась, причем часто силами самих советских граждан. Теме «партизанской войны» художники-плакатисты уделяли большое внимание,

описывая действия партизан по уничтожению железнодорожных объектов, требуя «шире раздуть пламя партизанской борьбы в тылу врага». Данный лозунг – с плаката № 67 «Боевого карандаша» «Партизаны и партизанки» (1941 г., худ. И.С. Астапов, В.И. Курдов), призывающего «разрушать коммуникации врага, взрывать железнодорожные мосты, срывать переброску неприятельских войск, подвоз оружия и боеприпасов» и подкрепляющего текст яркими изображениями взрывающегося моста, разлетающегося на части эшелона, искореженного пути.

Восстановление железнодорожного транспорта начиналось сразу после освобождения территорий от врага и продолжилось после окончания войны. Данная тема нашла свое отражение в послевоенных плакатах, созданных в стиле соцреализма – с мощными паровозами, развевающимися знаменами и ликующими людьми. Ужасов войны на этих плакатах нет, здесь только победное ликование и призыв мощными темпами развивать работу железнодорожного транспорта: «Ознаменуем Сталинский день железнодорожника новым мощным подъемом работы транспорта!» (1945 г., худ. В.В. Сурьянинов), «Увеличим грузооборот железнодорожного, водного и автомобильного транспорта!» (1946 г., худ. С.И. Валуцкий), «Товарищи железнодорожники! Выполним пятилетний план железнодорожного транспорта за четыре года» (1948 г., худ. В.В. Любимов; см. рис. 10).



**Рисунок 10 - В.В. Любимов. Товарищи железнодорожники! Выполним пятилетний план железнодорожного транспорта в четыре года! 1948 г.**

В 1950-е гг. возрождается идея изображения поезда как символа прогрессивного развития

советского государства, и даже больше – социалистического лагеря, сложившегося после окончания Второй мировой войны. Плакат «Два мира – два итога» (1955 г., худ. В.М. Брискин) строится на противопоставлении красного паровоза с надписью «страны социалистического лагеря», стремительно взмывающего вверх по линии, демонстрирующей итоги промышленного производства, и ползущей черепахи, символизирующей промышленность капиталистических стран. Однако уже в следующем десятилетии для визуализации прогрессивного развития начинают использовать новое изобретение человечества – космическую ракету, она заменяет железнодорожный состав. Очень ярко это отражено в плакате «Время, вперед! Пятилетка 1966-1970» (1966 г., худ. К.К. Урбетис), где изображение железнодорожного состава постепенно преобразуется в устремленную вверх ракету.

Железнодорожная тематика в плакатах 1970-х гг. в основном связана с темой строительства Байкало-Амурской магистрали. Эти плакаты часто строятся по похожей схеме – изображение молодого строителя на железнодорожном пути в окружении таежного леса. Такую композицию мы видим, например, в плакатах «Даешь магистраль века!» (1975 г., худ. И.А. Коминарец), «БАМ – труда и жизни школа» (1975 г., худ. В.Д. Михантьев), «Дорогу будущего – построим!» (1978 г., худ. А.Б. Арсеньев).

В плакатах данной тематики встречаем и обращение к историческому прошлому, проведение неких параллелей. Так, в плакате-триптихе «БАМ» (1976 г., В.Б. Корецкий; см. рис. 11) над фотографиями современных строителей БАМа изображен Павел Корчагин как представитель первого героического поколения комсомольцев, в тяжелейших условиях строивших железную дорогу. По мысли автора, такая ретроспекция в прошлое должна была вдохновлять современных комсомольцев на трудовые подвиги. Не все плакаты, посвященные строительству БАМа, можно назвать высокохудожественными, однако свою функцию привлечения интереса, прежде всего у молодежи, к всесоюзной стройке они выполняли.



Рисунок 11 - В.Б. Корецкий. БАМ. 1976 г.

Среди плакатов последнего десятилетия ярких плакатов железнодорожной тематики не обнаруживается. Возможно, это связано с отсутствием значимых для общества идей, подобных

тем, которые доминировали в культуре предыдущих эпох. В так называемый «период застоя» круг плакатов железнодорожной тематики ограничивается профориентационными плакатами («Хочу на железной дороге трудиться» (1984 г., худ. Р.В. Сурьянинов)), плакатами, призывающими к соблюдению правил безопасности на железнодорожном транспорте.

С началом «перестройки» искусство плаката претерпело изменения, оно вырвалось из тисков цензуры, стало относительно свободным и смелым в выборе тем, сюжетов, художественного языка. Правда, тиражи этих плакатов были далеко не такими массовыми, соответственно, предназначались они не для улиц, а скорее для выставок и галерей. Одной из тем плакатной графики данного периода было переосмысление советской истории: «плакат претендовал на то, чтобы показывать объективную “кровавую” историю Советского Союза с шокирующей для неподготовленных советских граждан резкостью» [Вашик, Бабурина, 2004, 321].

В таких условиях происходит переосмысление советской символики, отказ от нее или наделение новым смыслом. Показательным в данном случае является плакат «Комсомольцам 30-х посвящается» (1989 г., худ. К.В. Гераймович; см. рис. 12). Паровоз, традиционно изображенный красным цветом, с флагами и лозунгом «Наш паровоз вперед летит» движется на зрителя по рельсам, уложенным на тела людей. Жесткий, страшный образ призван был передать идею государственной машины, «прокатившейся» по судьбам людей, тех самых комсомольцев, самоотверженно строивших советское государство. Так паровоз из символа прогресса превратился в символ бесчеловечности, в символ смерти.

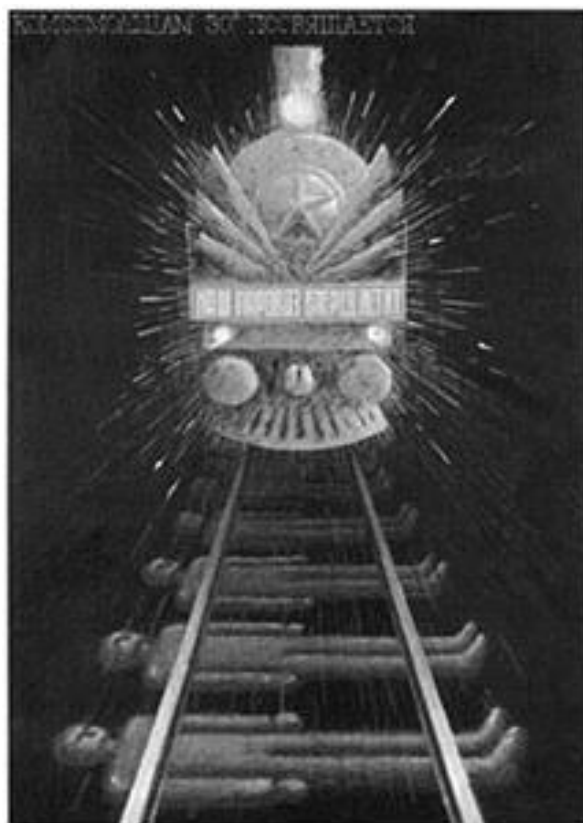


Рисунок 12 - К.В. Гераймович. Комсомольцам 30-х посвящается. 1989 г.

## Заключение

Тема железной дороги в советском плакате присутствовала на протяжении всего периода его развития. На каждом этапе существования советского государства художники-плакатисты в своем творчестве своевременно реагировали на вызовы культурной реальности, транслировали в массы государственную идеологию, создавая при этом значимые произведения графического искусства, вошедшие в «золотой фонд» отечественного художественного наследия.

## Библиография

1. Алексеева Т.П., Веницкая Н.В. Фольклорные тенденции советского идеологического плаката // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2018. № 29. С. 5-22.
2. Вашик К., Бабурина Н.И. Реальность утопии: искусство русского плаката XX века. М.: Прогресс-Традиция, 2004. 415 с.
3. Воронкова Л.П., Афанасьев О.Е., Мармер Л.И. Исторические плакаты «Интуриста»: у истоков формирования туристского имиджа страны // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-plakaty-inturista-u-istokov-formirovaniya-turistskogo-imidzha-strany>
4. Игошина Т.С. Метафора как средство художественной выразительности плакатного искусства // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 17. С. 134-140.
5. Лаптев В.В. Художественные особенности агитационной инфографики послереволюционного периода // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2015. № 1. С. 372-382.
6. Маяковский В.В. Собрание сочинений: в 12 т. М.: Правда, 1978. Т. 11. URL: <http://v-v-mayakovsky.ru/books/item/f00/s00/z0000011/st053.shtml>
7. Маяковский В.В. Собрание сочинений: в 12 т. М.: Правда, 1978. Т. 12. URL: <http://v-v-mayakovsky.ru/books/item/f00/s00/z0000012/st022.shtml>
8. Николаева М.Ф. Советское плакатное искусство как материал для культурологического исследования // Ярославский педагогический вестник. 2012. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovetskoe-plakatnoe-iskusstvo-kak-material-dlya-kulturologicheskogo-issledovaniya>

## Railway posters in the culture of Soviet Russia

**Elena A. Mal'tseva**

PhD in Art History, Docent,  
Siberian Transport University,  
Novosibirsk State Pedagogical University,  
630126, 28 Vilyuyskya st., Novosibirsk, Russian Federation;  
e-mail: [eamaltseva@yandex.ru](mailto:eamaltseva@yandex.ru)

## Abstract

The article presents the results of the review of the connection between posters and cultural life in Soviet Russia. Using art science and cultural methods and the results of research based on a lot of materials (more than 170 posters dedicated to railways) allows the author of the article to find out how the visual patterns of railways used to progress during 1918-1989. Soviet posters became a cultural phenomenon in Russian culture – they changed stylistically, were filled with a new content, but always demonstrated the government ideology. The railway as one of the most common pictures appeared as a symbol and had different interpretations in different times. The article describes posters as metaphorical, connected to folk traditions, able to include pictures, informative texts and infographics, and deals with the appearance of the metaphor for the train as a driving force of the

history in the 1920s and as an advertisement image in the 1930s. It was heroically represented during the Second World War. It became a call to action to repair railways after the war and to build the Baikal-Amur Mainline in the 1970s. Then the image of railways was reinterpreted as a sign of death after perestroika. The author comes to the conclusion that railway posters are highly related to the cultural reality of the country.

### For citation

Mal'tseva E.A. (2022) Zheleznodorozhnyi plakat v kul'ture Rossii sovetskogo perioda [Railway posters in the culture of Soviet Russia]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 12 (3A), pp. 5-20. DOI: 10.34670/AR.2022.92.54.001

### Keywords

Soviet poster, railway, metaphoricity, cheap popular prints, propaganda poster, advertising poster.

### References

1. Alekseeva T.P., Vinitskaya N.V. (2018) Fol'klornye tendentsii sovetskogo ideologicheskogo plakata [Folklore trends in Soviet ideological posters]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie* [Bulletin of Tomsk State University. Cultural studies and art criticism], 29, pp. 5-22.
2. Igoshina T.S. (2009) Metafora kak sredstvo khudozhestvennoi vyrazitel'nosti plakatnogo iskusstva [The metaphor as a means of artistic expression of poster art]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 17, pp. 134-140.
3. Laptev V.V. (2015) Khudozhestvennye osobennosti agitatsionnoi infografiki poslerevolutsionnogo perioda [Artistic features of the propaganda infographics of the post-revolutionary period]. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik MGKhPA* [Decorative art and the object-spatial environment. Bulletin of Moscow State Academy of Design and Applied Arts], 1, pp. 372-382.
4. Mayakovskii V.V. (1978) *Sobranie sochinenii: v 12 t.* [Collected works: in 12 vols.], Vol. 11. Moscow: Pravda Publ. Available at: <http://v-v-mayakovsky.ru/books/item/f00/s00/z0000011/st053.shtml> [Accessed 29/05/22].
5. Mayakovskii V.V. (1978) *Sobranie sochinenii: v 12 t.* [Collected works: in 12 vols.], Vol. 12. Moscow: Pravda Publ. Available at: <http://v-v-mayakovsky.ru/books/item/f00/s00/z0000012/st022.shtml> [Accessed 29/05/22].
6. Nikolaeva M.F. (2012) Sovetskoe plakatnoe iskusstvo kak material dlya kul'turologicheskogo issledovaniya [Soviet poster art as a material for culturological research]. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslavl pedagogical bulletin], 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovetskoe-plakatnoe-iskusstvo-kak-material-dlya-kul'turologicheskogo-issledovaniya> [Accessed 29/05/22].
7. Voronkova L.P., Afanas'ev O.E., Marmer L.I. (2016) Istoricheskie plakaty "Inturista": u istokov formirovaniya turistskogo imidzha strany [Historical posters created by Intourist: at the dawn of the formation of the tourist image of the country]. *Sovremennye problemy servisa i turizma* [Modern problems of service and tourism], 4. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-plakaty-inturista-u-istokov-formirovaniya-turistskogo-imidzha-strany> [Accessed 29/05/22].
8. Waschik K., Baburina N. (2003) *Werben für die Utopie – russische Plakatkunst des 20. Jahrhunderts.* (Russ. ed.: Waschik K., Baburina N. (2004) *Real'nost' utopii: iskusstvo russkogo plakata XX veka.* Moscow: Progress-Traditsiya Publ.)