

УДК: 008 (091)

DOI: 10.18324/2224-1833-2022-3-111-114

Открытка как средство формирования исторической памяти о Гражданской войне

Ю.О. Комарова

Краевое государственное учреждение культуры Историко-этнографический музей-заповедник «Шушенское», ул. Новая 1, Шушенское, Красноярский край, Россия
kjo-shush@yandex.ru

Статья поступила 17.08.2022, принята 3.09.2022

В работе представлен анализ коллекции советских открыток с репродуцированным художественным изображением событий и участников Гражданской войны. Автор приводит ряд аргументов о том, что почтовые карточки как средство коммуникативной связи были одним из важных средств формирования коллективной памяти об истории гражданского противостояния 1918–1922 годов. В статье отмечается историко-культурная значимость открыток как многогранного источника.

Ключевые слова: филокартия, открытка, репродуцированное художественное изображение, образы Гражданской войны, историческая память

A postcard as a means of forming the historical memory about the Civil War

Yu.O. Komarova

Regional State Cultural Institution, Historical and Ethnographic Museum-Reserve "Shushenskoye"; 1, Novaya St., Shushenskoye, Krasnoyarsk territory, Russia
kjo-shush@yandex.ru

Received 17.08.2022, accepted 03.09.2022

The paper presents the analysis of the collection of Soviet postcards with a reproduced art image of the events and participants of the Civil War. A number of arguments are given related to the fact that postcards as a means of communicative communication were one of the important means of forming a collective memory of the history of the civil confrontation of 1918–1922. The article notes the historical and cultural significance of postcards as a multifaceted source.

Keywords: philocarty, postcard, reproduced artistic image, images of the Civil War, historical memory.

История Гражданской войны – одна из наиболее важных тем в идеологическом сегменте Советской России. От восприятия людьми событий 1918–1922 годов зависел успех формирования культа коммунистической партии. Открытка – один из интереснейших инструментов советской пропаганды. Используя аттрактивность мощного просветительского орудия, в массовом сознании людей формировали образы и символы Гражданской войны и коммунистической идеологии. На примере коллекции филокартии из фондов Музея-заповедника «Шушенское» представлена историко-культурная значимость сохранившегося наследия, отмечены художественные стереотипы и символизм, формировавшие советскую историю войны.

Как правило, первыми авторами, которые всесторонне изучали открытки, были коллекционе-

ры. В советскую историографию внес научный вклад М. С. Забочень, который стал автором энциклопедического описания термина «филокартия» [1] и подготовил учебно-методическое пособие по изучению, описанию, хранению и комплектованию почтовых открыток [2].

Для современных ученых важно не только уметь исследовать этот вид наследия, но и заниматься вопросами классификации, сохранности и атрибуции памятников. В. М. Сабурова рассмотрела почтовые карточки как часть культурного явления и выделила наиболее важные и перспективные тематические группы: поздравительные открытки; открытки, изображающие социальную историю; открытки-репродукции; открытки, выпускаемые художественными объединениями; политические почтовые открытки [3]. Данная классификация позволила

изучить детально видовые особенности предметов в коллекции. С. О. Ткаченко рассмотрел открытку как источник визуальной информации и как артефакт, «участвующий в процессах формирования моделей исторической памяти» [4, с. 747]. Он же считает, что художественные репродукции, выпускаемые типографиями, создавали мифологемы в коллективном сознании советских граждан. Материалы по филокартии публикуются в современных профильных журналах «Филокартия», «Филателист», «Жук».

Источником для настоящего исследования послужило тематическое собрание художественных репродукционных открыток из запасников музея. Все они являются частью Музейного фонда Российской Федерации и внесены в государственный реестр. Предметы поступили от жителя Шушенского Демиды Денисовича Запевалова, который увлекался собиранием открыток разной тематики. Человек, воевавший на фронтах Великой Отечественной войны, с трепетом и большим уважением относился к Советской власти, ее подвигам и достижениям, к В. И. Ленину. Коллекционер хранил эти карточки особо, в специальном альбоме «Партия – ум, честь и совесть нашей эпохи», выпущенным издательством «Правда». Об успехе советской пропаганды свидетельствует собрание аккуратно оформленных 742 открыток на 40 альбомных листах [5]. Большая часть иллюстраций посвящены В. И. Ленину и революции, около 200 изображений – на тему Гражданской войны.

При анализе источников применялся культурологический подход, где полиграфические почтовые карточки рассматривались как сфера коммуникативной связи между людьми. Их популярность и объем тиражирования позволили широко пропагандировать коммунистические постулаты. Выступая как «пазлы» исторической памяти, советские открытки формировали под гнетом идеологической системы целостную картину восприятия событий 1918–1922 годов.

Использованный в работе иконографический метод позволил классифицировать источники по темам и сюжетам, выделить часто встречающиеся символы и образы Гражданской войны.

Следует подчеркнуть важную роль открыток как артефакта, отражающего историю полиграфической печати и промышленности. Среди многочисленных предметов филокартии, поступивших от Д. Д. Запевалова, жителя поселка Шушенского Красноярского края, большая часть датируется 1960–1970 годами. Лишь пять единиц хранения были отпечатаны в 1955–1959 годах. Более ранние открытки отличаются качеством бумаги и цветом изображений [6]. Это говорит о том, что советская полиграфическая промышленность и работа издательств в середине XX века еще только зарождались, а уже во второй половине века поч-

товые карточки обеспечили всплеск коммуникации. Они стали нормой общения не только для городской культуры, но и для сельской.

Особенно популярными и, вероятно, более доступными в вышеупомянутом регионе были открытки издательств «Советский художник» и «Изобразительное искусство». В тематической коллекции из 190 изображений о Гражданской войне: 1 открытка издана в Москве в типографии «Правда»; 18 – издательства «ИЗОГИЗ»; 47 карточек издательства «Изобразительное искусство»; остальные открытки отпечатаны в Москве в издательстве «Советский художник». На каждом предмете последнего упомянутого издания изображен фирменный логотип «СХ», причем в 1960-е годы он был видоизменен. Это подтверждается наличием на единственной открытке 1958 года эмблемы, оформленной художественно иначе, чем на предыдущих карточках [7].

Немалое значение имеет и наличие информации о стоимости популярного полиграфического продукта. Открытка – часть экономической и культурной жизни людей, которая благодаря своей доступности была очень востребована и стала феноменом в сфере коммуникативного общения. Сохранившееся наследие позволяет отметить факт изменения денежного курса в СССР в начале 1960-х годов. На пяти открытках 1955–1959 годов стоимостью 20 и 25 копеек проставлен штемпель с надписью: «Цена с 1 января 1961 г. 3 коп.» [8]. Этот факт является свидетельством денежной реформы 1961 года, в результате которой произошло резкое изменение цен на товары и услуги. С 1961 года почтовые карточки продавались по цене 2-3 копейки.

Одна из главных тем репродукционных изображений – Красная Армия, «защитники Республики». С помощью иллюстраций и текста к ним делались акценты на главные цели и задачи вооруженных объединений красного движения. Красочные картинки сопровождалась на оборотной стороне агитационно-пропагандистским текстом о количестве бойцов Красной Армии, об их борьбе против белогвардейцев и интервентов, о дате создания вооруженной армии [9]. Не допускался обычный тип повествования, на каждой такой открытке использовался патетический прием обращения к эмоциям человека – характерная черта визуальной пропаганды на сохранившихся артефактах. По мнению современных историков, главной задачей таких открыток было формирование верного исторического и идеологического сознания [10, с. 753]. Основная сюжетная линия описанной тематики – политпросвещение и будничная жизнь советских солдат, вооруженные бои, построение армейцев на Красной площади, их встречи с руководителем Советского государства В. И. Лениным.

Особая цель, которая стояла перед полиграфией, – репрезентация образа солдата красного движения и сибирского партизана. Действия красноармейцев должны были предстать перед народом как героизм, борьба за правду и справедливость. На открытках изображался «витязь» – физически сильный, возвеличенный боец, коммунист [11]. Партизаны – крепкие, воинственные мужчины. Участники Гражданской войны – яркий центр композиции художественного произведения. Именно такие работы принимались издательствами для репродуцирования и тиражирования их среди широких слоев населения. Герои Красной Армии на открытках – идола, которым нужно было подражать, и на которых необходимо было равняться, поэтому в коллекции представлена целая серия открыток с именами красных полководцев: В. И. Чапаева, М. Н. Тухачевского, С. Г. Лазо, Н. А. Щорса, А. Я. Пархоменко и других [12]. На обороте иллюстраций информативный текст о боевых заслугах участника Гражданской войны. Подобные серийные издания – редкий и особый вид памятника, они были мощным просветительским инструментом, который использовался для политпросвещения на предприятиях, в образовательных учреждениях, музеях.

Буденовка, конница, тачанка, красные знамена с лозунгами Коммунистической партии – яркие символы противостояния, сохранившиеся на открытках. Они внедрились в коллективное сознание людей, поэтому и в настоящее время ассоциируются с Гражданской войной. Интересным показался способ изображения лозунгов. Практически на всех знаменах текст воспроизведен не в полном виде. Это заставляет зрителя внимательно вглядываться в рисунок и додумывать и осмысливать информацию, которую хотел донести художник.

Помимо символических картинок филокартия сохранила тексты песен – часть нематериального наследия эпохи Гражданской войны и советской культуры. На почтовых карточках наряду с репродукциями известных советских художников – полный или частичный текст песен «Конная Буденного» Н. Асеева, «Прощанье» М. Исаковского, «По долинам и по взгорьям» П. Парфенова, «Песня о тачанке» М. Рудермана, «Там вдали за рекой» Н. Кооля, «Мы – красная кавалерия» А. Дактиля, «Орленок» Я. Шведова [13]. Для каждого человека были доступными песенное и художественное искусство советской пропаганды, которая формировала историческую память о событиях 1918–1922 года.

Выпуск массового пропагандистского продукта преследовал несколько целей. Одна из них – поддержание культа советской власти. Период «оттепели» подверг сомнению справедливость коммунистической идеологии, поэтому позднее потребовалась мощная поддержка государственной

системы в правильности выбранного в годы войны и после нее пути развития советской страны. Почтовые карточки выпускались целыми наборами, включающими работы художников, обличающих «злодеяния» буржуазии и воспевающих героизм красногвардейцев. Добиваясь визуального эффекта пропаганды, нередко репродукции дополнялись лозунгами, призывами или острой словесной сатирой [14]. В настоящее время такие наборы открыток хранятся в музейных запасах, так как со сменой государственного режима они стали неактуальными и потеряли свою общественную злободневность.

Драматичные сюжеты на репродукционных художественных произведениях заставляют поверить в справедливость, необходимость и правильность действий Красной Армии и её руководителей. Трагизм Гражданской войны, запечатленный на почтовых карточках, позволял советской идеологии оказывать влияние на человеческое сознание: в изображениях доминирует красный цвет, ярко представлены страдания над погибшими и убитыми, на картинках лица измученных войной детей и женщин и другое. Некоторые исследователи, изучая медийные источники, видят в этом манипулирование со стороны художников чувствами адресата с помощью работы с деталями на визуальном послании [15, с. 90].

Коммунистическая партия во второй половине XX века ставила задачу «расширить рамки пропагандистской работы, придать ей еще больший размах, чтобы она доходила до каждого советского человека. В этих целях пропаганда коммунистической идеологии среди молодежи должна быть разнообразной и интересной по формам, носить живой, образный, популярный характер. В ее основу необходимо положить изучение важнейших вопросов марксистско-ленинской теории, героической истории нашей партии и страны, воспитание на боевых традициях прошлого и героики настоящего, на примерах самоотверженной борьбы советского народа за победу коммунизма» [16, с. 2]. В Постановлении ЦК КПСС, которое было опубликовано во всех средствах массовой информации, отмечено, что необходимо повысить роль печати в коммунистическом воспитании народа, а для этого необходимо «больше выпускать массовой политической литературы, рассчитанной на миллионы рабочих и крестьян, которая должна в доступной выразительной форме излагать актуальные вопросы теории и политики партии. Эта литература должна быть небольшой по объему, хорошо полиграфически исполнена, недорогой по цене» [17]. Данное положение из постановления относится и к печати открыток, которые массово тиражировались, были ярким и недорогим продуктом. Есть много других постулатов из по

становлений ЦК КПСС, которые характеризуют задачи распространения полиграфической продукции: «Открытые письма нашей эпохи не должны быть только почтовой карточкой с "приятной внешностью", они должны завоевать себе значение подвижной пропаганды новых идей, нового быта, современного искусства, служить хотя бы отчасти справочником в области искусства и производства и заменить до некоторой степени пособия для школ, клубов, селькоммун и т.д. по целому ряду вопросов» [18].

Советская идеология, используя открытки в качестве популярного способа общения, конструировала модель исторической памяти о событиях Гражданской войны. С их помощью масштабно и доступно для любого человека воспевалась героика Красной Армии, партизанского движения. Смысловая нагрузка изображений говорила о том, что война, насилие – единственное сред-

ство борьбы против контрреволюции и интервенции. По мнению исследователя С. О. Ткаченко, открытка участвовала в формировании советских мифологем о «святости» большевистской партии: «Иконография Гражданской войны – яркий пример инсталлирования открытки в мифологические конструкты советской эпохи» [19, с. 753]. В филокартии отразились директивы «Краткого курса истории ВКП(б)», образы и действия руководителей, героев войны, верных постулатам коммунистических идей. Этот вид полиграфии был исключительно государственным инструментом, для которого не допускалось свободомыслие и оппозиционность взглядов. Открытки сформировали историческое коллективное сознание людей, память об истории Гражданской войны на долгие годы вперед, поэтому этот вид источника многогранен и значим для общественных наук.

Литература

1. Забочень М.С., Тагрин Н.С. Филокартия // Большая советская энцикл. М., 1977. Т. 27. С. 408-409.
2. Забочень М.С. Филокартия. М.: Связь, 1973. 104 с.
3. Самбур М.В. Почтовая открытка как источник информации по истории и культуре // Вестн. Московского гос. ун-та культуры и искусств. 2013. № 4 (54). С. 65-69. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_20341650_65436684.pdf (дата обращения: 13.06.2022).
4. Ткаченко С.О. От факта к мифу: открытка советского времени как источник визуальной информации и как артефакт исторической памяти // Роль изобразительных источников в информационном обеспечении исторической науки: сб. ст. (28 февр. 2019 г.) / автор-сост. Е.А. Воронцова. М.: Ин-т науч. информации по общественным наукам РАН, 2019. С. 747-758. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_42662887_66875893.pdf (дата обращения: 16.06.2022).
5. Партия - ум, честь и совесть нашей эпохи: альбом для открыток. М.: Плакат // ШМЗ-ОФ (Шушенский музей-заповедник - основной фонд) 32296.
6. Бескаравайный В. За власть советов: открытка. М.: ИЗОГИЗ, 1957 // ШМЗ-ОФ 32296/134.
7. Горелов Р.Г. Штурм Кремля: открытка. М.: Советский художник, 1958 // ШМЗ-ОФ 32296/271.
8. Чебаков Н. Павлик Морозов: открытка. М.: ИЗОГИЗ, 1959 // ШМЗ-ОФ 32296/166.
9. Моор Д.С. Ты записался добровольцем? Открытка. М.: Советский художник, 1964 // ШМЗ-ОФ 32296/119.
10. Ткаченко С.О. Открытка советского времени как форма коммуникации государства и человека // Человек. Общество. Государство. 2017. № 1 (3). С. 70-71. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_32544738_10050485.pdf (дата обращения: 16.06.2022).
11. Божий С.М. Красный витязь: открытка. М.: Советский художник, 1966 // ШМЗ-ОФ 32296/139.
12. Котляров Л. Михаил Николаевич Тухачевский: открытка. М.: Советский художник, 1969 // ШМЗ-ОФ 32296/236.
13. Песни гражданской войны: набор открыток. М.: Советский художник, 1962 // ШМЗ-ОФ 32296/151-159.
14. Голос Авроры: набор открыток. М.: Советский художник, 1967 // ШМЗ-ОФ 32027/1-18.
15. Орех Е.А. Образ Ленина в визуальной пропаганде периода гражданской войны в России: от медиа к аудитории // Политическое пространство и социальное время: глобальные вызовы и цивилизационные ответы: сб. науч. тр. XXXVII Междунар. Харковского форума: в 2 т. (5-7 нояб. 2020 г.). Симферополь: Изд-во «Ариал», 2021. С. 86-92. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_46698889_82433907.pdf (дата обращения: 13.06.2022).
16. О задачах партийной пропаганды в современных условиях: постановление Центрального комитета КПСС // Красноярский рабочий. 1960. № 9 (12188). С. 2.
17. О задачах партийной пропаганды в современных условиях: постановление Центрального комитета КПСС // Красноярский рабочий. 1960. 9 янв. С. 2.
18. Чапкина М.Я. Советская художественная открытка в эпоху конструктивизма [Электронный ресурс]. URL: <http://www.raruss.ru/soviet-constructivism/3983-chapkina-soviet-constructivism-postcard.html> (дата обращения: 24.07.2022).
19. Ткаченко С.О. Сакрализация визуальных образов прошлого в открытке советского времени: история и мифология // Вестник славянских культур. 2021. № 62. С. 58-71. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_47531772_82215554.pdf (дата обращения: 16.06.2022).