

УДК 769.5  
ББК 85.7+85.103(2)6

This is an open access article distributed under  
the Creative Commons Attribution 4.0  
International (CC BY 4.0)

© 2019 г. Т. В. Белько  
г. Тольятти, Россия

© 2019 г. Н. П. Бесчастнов  
г. Москва, Россия

### ЭВОЛЮЦИЯ «ОТКРЫТКИ» («ОТКРЫТОГО ПИСЬМА») В РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ XX В.

**Аннотация:** В статье дается краткая характеристика основных этапов развития «открытки» («открытого письма») в Европе и России; выявляется специфика сюжетных линий и функциональных особенностей каждого исторического периода; дается историко-культурная и искусствоведческая характеристика некоторым объектам коммуникативного дизайна — открыткам; выявляется и анализируется исторический контекст, особо повлиявший на графическое разнообразие продукции идеологического воздействия на широкие народные массы военных лет (Первая мировая война и Великая Отечественная война, Октябрьская революция) и советского периода. Период с 1865 по 1874 гг. отмечен в истории развития миниатюрного информационного объекта как поиск графики и универсальных фраз для переписки. С конца 1890-х гг. профессиональные художники начинают поиск изобразительных мотивов, сюжетных линий и новых графических решений. Деятельность Общины св. Евгении и художники объединения «Мир искусства» сыграли огромную роль в становлении и развитии русского «открытого письма» как вида графического искусства, внесли вклад в популяризацию отечественного и зарубежного искусства в России. Период с 1900 по 1917 гг. по праву считается «золотым веком» в истории отечественных иллюстрированных «открытых писем». Открытка советского периода рассматривается как инструмент идеологической пропаганды советского строя, информационная трибуна общественной и политической жизни СССР.

**Ключевые слова:** открытое письмо, дизайн открытки, история развития открытки в России, открытка советского периода.

**Информация об авторах:**

Татьяна Васильевна Белько — доктор технических наук, профессор, Поволжский государственный университет сервиса, ул. Гагарина, д. 4, 445677 г. Тольятти, Россия. E-mail: belko@tolgas.ru

Николай Петрович Бесчастнов — доктор искусствоведения, профессор, Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), ул. Садовническая, д. 33, 117997 г. Москва, Россия. E-mail: npb.art@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 27.12.2018

**Дата публикации:** 28.09.2019

*Для цитирования:* Белько Т. В., Бесчастнов Н. П. Эволюция «открытки» («открытого письма») в России в контексте исторических событий XX в. // Вестник славянских культур. 2019. Т. 53. С. 240–257.

Открытые письма сыграли важную роль не только в истории развития почтовой службы, но и явили собой новый графический знак коммуникации в сфере надличностного и межличностного общения. Открытое письмо (открытка) является уникальным объектом для исследования истории России и коммуникативного дизайна, поскольку все знаменательные события эпохи «Нового Времени» были отражены в графике миниатюрного информационного объекта. Экономические и социально-политические события, происходящие в мировом сообществе на рубеже XIX–XX вв. и всего XX в., особенно в России, в значительной степени повлияли на функциональное и эстетическое разнообразие открытых писем [1; 7].

В данном исследовании представлены результаты анализа истории развития открытых писем в России в контексте знаменательных исторических событий XX в.

Прежде чем обратиться к историческим материалам, связанным с выявлением причин появления новой формы коммуникации в России и их анализу, следует отметить, что первые свидетельства о выпуске открытого «почтового листка» отмечены в Европе во второй половине XIX в. Прусский почтовый советник Генрих фон Штефан в 1865 г. впервые высказал предложение по созданию почтового листа, объясняя это тем, что «как трудно, например, находясь в пути, послать своим родственникам краткое сообщение о своем прибытии или о высылке забытой вещи и т. д. В будущем будет возможно просто достать из бумажника почтовый листок, написать на нем карандашом нужное сообщение прямо в купе или на перроне и бросить в ближайший почтовый ящик или почтовый вагон» [3, с. 161]. Однако предложение не нашло практического применения из-за неоправданно высокого почтового сбора и опасений общественности относительно использования открытой информации. Следующие два года отмечены в истории развития открытых писем как поиск универсальных форм переписки, исключающих какую-то либо интимность в обращении к адресату: рассматривались и обсуждались фразы, допустимые для открытых посланий.

Первые «карточки для корреспонденции» были выпущены в Австрии в 1869 г. Венским почтовым управлением. Дизайн первой почтовой карточки был сугубо утилитарным: количество использованных элементов ограничивалось необходимыми условиями для пересылки по почте (знак почтовой оплаты, адресная разметка) и выделением места для сообщения.

Очевидные преимущества открытого письма — экономия на бумаге, конверте и времени — превратили почтовые карточки в популярный вид отправления, поэтому довольно быстро почтовые карточки распространились по всему миру. В международный обмен открытые письма были приняты в 1874 г. в г. Берне решением Международного почтового конгресса. На конгрессе был подписан договор об организации Всемирного почтового союза и принята всемирная почтовая конвенция. Количество отправленных открытых писем к концу XIX в., в вошедших во Всемирный почтовый союз 23 странах, составило 3 миллиарда экземпляров.

Первые почтовые карточки, с художественной точки зрения, были маловыразительны, их оформление выполнялось строго в соответствии с требованиями почтовых служб [10]. Первая отечественная открытка была изготовлена из почтовой бумаги сероватого цвета размером 122x90 мм, она была немаркирована и не имела рисунков

(рисунок 1). Текстовая сторона бланка имела незамкнутую сверху рамку из толстой и тонкой линии. В пробеле рамки обозначалось «Место для письма», по нижнему краю шла надпись: «Почтовое управление за содержание письма не отвечает». Адресную сторону карточки также украшала рамка шириной 4,5 мм. В верхнем правом углу точками был размечен прямоугольник со словами «Место для марки», в верхнем левом углу располагался российский герб с двумя перекрещенными почтовыми рожками под ним, а в центре находилась надпись «Открытое письмо». Ниже выделялось место для адреса, о чем говорила подпись вдоль левой стороны рамки и пять пунктирных линий. Внизу над рамкой было отпечатано два примечания:

«\*открытое письмо должно быть сполна оплачено соответствующую почтовую маркою.

\*на этой стороне кроме адреса не дозволяется ничего другого писать».



Рисунок 1 – Русское открытое письмо первого выпуска (1872 г.)  
Figure 1 – Russian open letter of the first issue (1872)

Маркированная русская открытка впервые была выпущена 1 мая 1872 г. [5, с. 28]. Марка была отпечатана в верхнем правом углу и имела овальную форму. Вокруг была расположена надпись о стоимости письма отдельно для иногородних и городских отправлений — пять и три копейки соответственно.

Возросшая популярность открытых писем, их активное использование не только в качестве деловых заметок и кратких сообщений, но и в роли поздравительных посланий потребовало повышения их эстетических качеств. В результате открытки начали украшать несложными орнаментами, виньетками и простыми рисунками, так появились иллюстрированные открытые письма.

Возникновение первых иллюстрированных почтовых карточек определяет начало следующего этапа развития открытых писем, который ограничивается концом XIX – началом XX вв. События франко-прусской войны 1870–1871 гг. в определенной степени объясняют наличие военно-патриотических мотивов в рисунках первых иллюстрированных открыток.

Разнообразие в выпуск европейских иллюстрированных почтовых карточек внесли открытки с видами различных городов. Их популяризации способствовал развивающийся туризм и потребность путешественников отправлять видовые открытки из далеких стран своим друзьям и близким.

Их активное производство началось в 1880-х гг. после предоставления права издавать открытки частным предпринимателям. С конца 1890-х гг. производители от-

крыток начинают поиск новых графических решений. Началось это с того, что они стали отказываться от формального оформления своей продукции и обращаться к профессиональным художникам.

На это решение повлияло и событие, связанное с тем, что с 1 февраля 1904 г. по решению Всемирного почтового союза адресная сторона была разделена на две части для адреса и письма [7, с. 20], а лицевая сторона становится центром художественной композиции. Самыми распространенными изобразительными мотивами открыток начала XX в. становятся обрамляющие композиции из цветочных букетов, стеблей растений. Пластика орнаментальных мотивов, их сюжетная направленность диктовались эстетикой стиля модерн. Излюбленным объектом изображения на открытках был образ женщины. К этой теме в своем творчестве обращались многие европейские художники. А.-Т. Стейнлен посвятил женским образам серию открыток «Сцены из парижской жизни». Легкие акварельные иллюстрации показывают парижанок начала XX в. в различных жизненных ситуациях. Изящные цветочные формы окружают изысканных женщин А. Мухи. Открытки Г. Фишера украшают девичьи портреты.

Многие открытки по сюжетам и манере исполнения напоминали книжную иллюстрацию. Однако их специфика заключалась в использовании приема «личностных ассоциаций»: изображенные персонажи напоминали знакомых или произошедшие события, пейзажи ассоциировались с уже увиденными в путешествии. Из-за нехватки места для текста зачастую изображения становились частью письменного сообщения, его визуальным дополнением.

Открытки этого периода имели общие черты и с плакатной графикой. Это объясняется тем, что тиражирование и распространение плакатов посредством печати их уменьшенных копий на открытках стали популярной практикой в рекламе выставок, кабаре, театров, известных ресторанов. Иллюстрированные открытки успешно использовались в качестве рекламных носителей для пива и вина, последних модных моделей одежды и обуви, ателье, фотосалонов и т. д. [4]. При наличии мелких текстов плакаты упрощались, адаптировались под небольшой размер открыток, становились более лаконичными.

В России в 1895 г. появились иллюстрированные почтовые карточки русского производства [5, с. 34]. По своему дизайну они очень напоминали европейские образцы, поскольку заказчиками открыток зачастую становились российские представители иностранных фирм. Еще одной причиной была недостаточная развитость русского полиграфического производства — ограниченность технологических возможностей сказывалась на качестве художественного исполнения, поэтому часть русских открыток продолжали выпускать в европейских типографиях с использованием их печатных форм. Бланки, выпускаемые почтовым ведомством, стали использоваться в основном для деловой корреспонденции, а на иллюстрированных карточках велась переписка частного характера.

Популяризация и широкое распространение открыток стало возможным благодаря ведущим издательствам того времени, специализирующимся на производстве иллюстрированных открытых писем, а использование передовых достижений полиграфической промышленности обеспечивало высокий уровень печати открытых писем. В роли одной из сторон коммуникации стали выступать художники и фотографы. Через открытки они доносили свое понимание социокультурной реальности, свои художественные вкусы, свое видение искусства.

Одним из первых издательств в России было издательство при Петербургском попечительском комитете о сестрах милосердия Красного Креста (Община святой Евгении). Работа Евгениинской общины началась с выпуска конвертов для визитных карточек к Пасхе и Рождеству 1896 г., а также к Новому году. Они не были иллюстрированы, имели специальную марку, эмблему Общины и надпись «Для поздравительных карточек. В пользу Общины Св. Евгении».

Поиски дополнительных средств для нужд Общины привели к возникновению идеи о выпуске иллюстрированных открытых писем. Первые открытки были отпечатаны в 1898 г. с четырех акварелей Н. Н. Каразина — «Пахарь», «У часовни», «Весна», «Тройка летом» (рисунок 2). Этой серией открыток было положено начало активной и плодотворной деятельности издательства Общины св. Евгении. Второй, рождественский выпуск открыток был сделан в том же году. В него вошли работы известных художников К. Е. и В. Е. Маковских, И. Е. Репина, Е. М. Бем, М. Я. Виллис, Е. П. Самокиш-Судовской, Н. С. Самокиш, В. П. Овсянникова, Э. О. Визеля, С. С. Соломко. Открытки были разнообразны по сюжету, однако их связывало единое композиционное решение — рисунок не занимал всю лицевую сторону карточки, оставалось место для письменного сообщения.



Рисунок 2 – Первые открытки Общины Св. Евгении с акварели Н. Н. Каразина — «Пахарь», «Весна» (1898 г.)  
Figure 2 – First postcards of the community of St. Eugenia basing on a watercolor by N. N. Karazin — “Plowman”, “Spring” (1898)

В 1898 г. Евгениинской общиной был объявлен конкурс рисунков для открытых писем, на который было представлено более 200 произведений. Конкурс показал наличие большого количества художников в России, готовых работать в данной области прикладной графики, их конкурентоспособность на мировом рынке производства иллюстрированных открытых писем и понимание специфики самого жанра. Это был первый этап становления открытки как графического направления в искусстве и дизайне [7, с. 55].

В 1899 г. в издательстве Общины св. Евгении вышли серии открыток в честь 100-летия со дня рождения А. С. Пушкина. Были представлены иллюстрации к его про-

изведениям: «Сказка о царе Салтане» (В. М. Васнецов), «Бесы» (Н. Н. Каразин), «Евгений Онегин» (Е. М. Бем), «Сказка о рыбаке и рыбке» (А. Ф. Афанасьев). Несмотря на то что рисунки были выполнены для художественных произведений и имели непосредственное отношение к книжной графике, дизайн открыток был выдержан с учетом специфики открытых писем. Впоследствии выпуски серий открыток, посвященных юбилейным и памятным датам, стали традиционными для Общины св. Евгении.

Следует отметить, что среди художников, которые работали над открытками Евгениинской общины, были представители объединения «Мир искусства». Период сотрудничества с художниками объединения (1902–1917) получил название «мири-скуснический» период. Среди художников, внесших значительный вклад в развитие открытых писем, — Л. С. Бакст, А. Н. Бенуа, И. Я. Билибин, А. П. Остроумова-Лебедева, Н. К. Рерих, М. В. Добужинский, Е. М. Бем, С. С. Соломко. Их работы отличались высоким художественным вкусом, качественным исполнением, внимательным отношением к деталям, что с одной стороны объяснялось стилевым влиянием идеологии модерна, а с другой — особым мастерством петербургской графической школы и личным пониманием художниками гармонии и красоты. Спецификой стиля «мирискуснической» открытки была тщательная графическая проработка, внимательное отношение к шрифту и адресной строке. Особое отношение у них было к линии в рисунке и композиции. Актуальность такого подхода также обуславливалось требованиями типографской печати.

Сюжеты «мирискуснических» открыток содержали распространенные исторические и пейзажные мотивы, в меньшей степени были представлены натюрморты. Одним из оригинальных направлений были открытки с архитектурным пейзажем, что было вызвано несколькими тенденциями: эскизы и зарисовки архитектурных мотивов стали самостоятельным видом графики; представители модерна стали понимать архитектуру как вид искусства; началось активное развитие мирового и отечественного туризма.

Еще одним популярным жанром того времени стала театральная открытка, развитие которой началось благодаря работам Л. С. Бакста. Свое продолжение в виде открытого письма нашли рисунки сценических костюмов, жизнь которых была недолгой и определялась временем существования спектакля. Использование в оформлении открыток эскизов театральных костюмов и декораций выполняло также и практическую роль — служило рекламой предстоящих спектаклей.

Издательство Общины большое внимание обращало на возможность реализовать просветительскую деятельность посредством открытых писем, поэтому на открытках воспроизводились широко известные полотна отечественных и зарубежных художников. Выбор произведений разных жанров проводился с учетом специфики дизайна открыток, репродукции должны были выигрышно смотреться на небольшом формате. Кроме того, в этот период большой интерес вызывали выпускаемые Общиной открытки-фотографии с изображениями сюжетов из жизни крестьян, городских бытовых сценок, портретов выдающихся деятелей науки и культуры.

Деятельность Общины св. Евгении не только сыграла огромную роль в становлении и развитии русского открытого письма как вида графического искусства, но и внесла вклад в популяризацию отечественного и зарубежного искусства в России. Об этом свидетельствуют высокие оценки и награды, которые получили издания Общины на различных международных и отечественных выставках. В 1900 г. открытки Общины были удостоены Золотой медали на Всемирной выставке в Париже.

Следует отметить, что выпуском открыток занимались и другие издательства, находящиеся в крупных городах России: издательства Русского музея, А. Маковского и А. Ложечникова, «Любанского общества» (Петербург), торгового дома «Дицаро», И. Селина (Москва), «Рассвет» (Киев), «Ленц и Рудольф» (Рига). Среди наиболее известных — издательство Адольфа Фельтена, держателя эстампного магазина в Петербурге. Он выпустил в конце 1980-х – начале 1900-х гг. несколько серий открыток-офортов: «200-летие Петербурга», «Картины Эрмитажа», «Женские портреты в истории России» и др. Известным производителем художественных открыток была и фирма «Ришар» в Петербурге. Кроме иллюстрированных почтовых карточек издательство «Ришар» выпускало видовые открытки с городами России.

Значительную часть иллюстрированных почтовых открыток в России до 1917 г. составляли вариации открыток из серии «Привет из...», которые в среде филокартистов именуется «грюссами» (от немецкого «Gruss aus...» — «Привет из...»). Этот жанр открыток зародился в Германии и был ориентирован на развивающийся туризм, в частности, на рекламу престижных курортов. Отличительной особенностью этих открыток было совмещение видов местности (фотографических или рисованных), графических элементов (рамок, виньеток, узоров и др.) и надписи «Привет из...» или «Поклон из...». Грюссы получили распространение во многих европейских странах, в том числе и в России. В открытках были представлены виды не только крупных городов, но и мелких уездных городов, сел, аулов, пейзажные изображения морей, рек, гор, долин и т. д. «Можно назвать до 5–6 тысяч разных фотооткрыток старых изданий с видами дореволюционной Москвы, столько же — Петербурга, свыше тысячи открыток Нижнего Новгорода, ста фотооткрыток Пензы, Вятки, свыше двухсот фотооткрыток Старого Симбирска и т. д.» [9, с. 30].

Одной из первых русских видовых открыток считается открытка из серии «Москва», выпущенная в 1895 г., с изображением, представляющим собой коллаж из видов Москвы: Сухаревой башни, памятника А. С. Пушкину, английской церкви (рисунок 3).



Рисунок 3 – Одна из первых русских видовых открыток. Серия «Москва» (1885 г.)  
 Figure 3 – One of the first Russian picture postcards. Series “Moscow” (1885)

Несмотря на сюжетное разнообразие видовых открыток, существовали характерные тематические особенности, которые включали в себя изображения культовых и жилых сооружений, улиц и площадей, гостиниц, лечебных и учебных заведений, вокзалов, магазинов, памятников, протекающих рек и существующих водоемов. Фотооткрытки, посвященные крупным городам, составляли своеобразный набор, состоящий из панорамного изображения города, исторического центра, отдельных видов соборов,

монастырей, дворцов, особняков. Подобные открытки выпускались систематически на протяжении нескольких лет, благодаря чему можно отследить изменение облика города. Особую ценность представляют открытки, содержащие виды мест и районов, которые были полностью или частично утрачены в результате реконструкции и застройки города. Вследствие чего они становятся важным документальным источником о жизни и быте России, ценным историческим материалом для искусствоведов, историков, культурологов.

Социальные изменения первых десятилетий XX в. превратили открытку в информационную трибуну общественной и политической жизни России. Удобный формат, большой тираж и возможность массового распространения сделали почтовую карточку незаменимым средством пропаганды и новостным информационным источником.

Агитационная специфика открыток проявилась в начале XX в. Изменение политической ситуации в России (Русско-Японская война, первая революция 1905–1907 гг., Первая мировая война, Великая Октябрьская социалистическая революция 1917 г.) оказало влияние на сюжетное содержание открыток.

Одной из известных работ периода Русско-Японской войны (1904–1905) считается открытка Н. К. Рериха «На Дальнем Востоке» (рисунок 4). Она выполнена в стиле японских гравюр и изображает битву русских воинов с японскими самураями. Соединив вместе былинных богатырей в национальном костюме и боевых самураев с восточных гравюр, автор создал органичную композицию по цвету и стилю.



Рисунок 4 – Открытка «На Дальнем Востоке» Н. К. Рериха (1904–1905)  
Figure 4 – Postcard “In the Far East” by N. K. Roerich (1904–1905)

Революция 1905–1907 гг. наложила свой отпечаток на тематическую направленность открытых писем. Увеличился выпуск открыток на политические и военные темы в сатирических и пропагандистских жанрах. Основная масса содержала политическую сатиру, использовала карикатурных персонажей. Таким примером может служить серия открыток-карикатур на политические партии России, выполненная в лучших традициях книжной иллюстрации. Ее автор, московский художник Е. Соколов, представил стереотипных персонажей, представляющих большинство существующих в начале XX в. партий. В его ярких рисунках воплотились не просто сатирические изображения, а образы, сформировавшиеся в массовом бытовом сознании.

Политические и революционные открытки были активными участниками классовой борьбы наравне с нелегальными листовками и запрещенной литературой. С их помощью распространялись революционные призывы и лозунги, тексты запрещенных песен. Чаще всего они изготавливались в подпольных типографиях, что сказывалось



на качестве открыток: со временем бумага желтела, изображения выцветали. Некоторые открытки имели подпись автора, а некоторые содержали только монограмму художника либо его псевдоним, поскольку настоящее имя автора скрывалось от цензуры.

Действенным агитационным видом графики является плакат, поэтому он и был наиболее востребован в военное время. Многие плакаты дублировались на открытках периода Первой мировой войны. Особенностью этих открыток является частое использование государственной символики, аллегорий и символов. Среди наиболее известных открыток — репродукции плаката К. А. Коровина и его монументального Дмитрия Донского; яркого, богато украшенного орнаментом плаката с Георгием Победоносцем В. М. Васнецова (рисунок 5); военные открытки Б. В. Зворыкина, выполненные в русском стиле.



Рисунок 5 – Открытка «Жертвам войны 1914 г.» В. М. Васнецова (1914)  
Figure 5 – Postcard “To the victims of the war of 1914” by V. M. Vasnetsov (1914)

Известный лозунг «Все для фронта, все для победы», широко используемый в плакатной графике Великой Отечественной войны, появился во время Первой мировой войны. Лозунг призывал к содействию правительству в решении вопросов снабжения армии. В 1914 г. был выпущен первый денежный заем для предотвращения инфляции в военное время. Впоследствии реклама военных займов размещалась в брошюрах, на афишах и плакатах, часть которых репродуцировалась на открытках В. Табурина, А. Архипова, Р. Зариньш, В. Эберлинг, В. Варжанского и др. Они отличались цветовой сдержанностью и изобразительным лаконизмом.

События Февральской и Октябрьской революций 1917 г. обрели документальное свидетельство в эмоциональных иллюстрациях почтовых карточек. Так, события февраля 1917 г. нашли отражение в одной из иллюстрированных открыток, на которой изображены две скрещенные винтовки со штыками и красными бантами, надпись внизу гласила: «С глубокой радостью извещаю родных и знакомых, что после продолжительной и тяжелой болезни 27 февраля 1917 г. скончался самодержавный деспотичный режим. Гражданин Свободной России» (рисунок 6). Первой знаковой советской открыткой, изданной 19 ноября 1917 г., считается фотооткрытка, запечатлевшая похороны в парке Лесного института павших в Петрограде в дни 25–30 октября 1917 г. [5, с. 46].



Рисунок 6 – Открытка, посвященная Февральской революции 1917 г.  
Figure 6 – Postcard dedicated to the February revolution of 1917

Решение некоторых государственных экономических задач с помощью графики на открытках можно увидеть и в последующие годы. Так, к примеру, в 1925 г. агентство «Связь» выпустило первые маркированные почтовые карточки, рекламирующие действия по пожертвованиям в Фонды обществ содействия пожарных, Красной Армии, строительства самолетов, кораблей и т. д. (рисунок 7). Примечательна серия открыток, выпущенная в 1920-х г. обществом друзей воздушного флота (ОДВФ), которое было создано для популяризации авиационного дела, а также для помощи в сборе средств для создания воздушного флота молодой Советской республики. Серия, состоящая из 8 открыток, была выполнена в стиле народного лубка, героями которых стали персонажи известных русских сказок: Иван-царевич, Жар-птица, Конек-горбунок, Баба-Яга, ковер-самолет и т. д. Рисунки Н. Н. Поманского сопровождались агитационно-пропагандистскими стихами, призывающими строить военный и гражданский авиационный флот (рисунок 8).



Рисунок 7 – Советская рекламно-агитационная открытка 1920-х гг.  
Figure 7 – Soviet advertising postcard of the 1920s



Рисунок 8 – Открытка с агитационно-пропагандистскими стихами ОДВФ.  
 Н. Н. Поманский (1920-е гг.)  
 Figure 8 – Postcard with propaganda poems of ODVF. N. N. Pomansky (1920s)

Открытку раннего советского периода следует рассматривать как инструмент идеологической пропаганды советского строя. В предисловии к каталогу открыток Госиздата, выпущенному в 1924 г., говорится о том, что «открытые письма нашей эпохи не должны быть только почтовой карточкой с «приятной внешностью», они должны завоевать себе значение подвижной пропаганды новых идей, нового опыта, современного искусства, служить хотя бы отчасти справочником в области искусства и производства и заменить до некоторой степени пособие для школ, клубов, селькоммун и т. д. по целому ряду вопросов» [11, с. 15]. Они содержали лозунги и рисунки, призывающие трудовой народ на борьбу с внешними и внутренними врагами, использовали сюжеты из повседневной жизни общества того времени, вдохновляли на битву за светлое новое будущее.

Показательны рекламно-информационные и агитационные открытки, которые выпускались по случаю выборов в СССР после 1936 г. Кроме портретов руководителей страны, кандидатов, а позже и избранных депутатов, на открытках помещались художественные иллюстрации, посвященные самим выборам, картины профессиональных художников, специально выполненные для выборных мероприятий (рисунок 9). Открытки были представлены как многотиражной продукцией, так и редкими экземплярами. К последним относятся открытки, выпущенные заводом «КР. ПУТИЛОВЕЦ» тиражом в 3000 экземпляров, иллюстрирующие достижения завода, чем культивировали в рабочих веру в социалистическое будущее страны.



Рисунок 9 – Агитационная открытка, посвященная выборам «12 декабря — День выборов в Верховный Совет СССР» (1937), В. Ливанова

Figure 9 – Campaign card dedicated to the elections of “December 12 — the day of elections to the Supreme Soviet of the USSR” (1937), V. Livanov

Под маркой Государственного акционерного общества (ГАО) по иностранному туризму в СССР «Интурист» стали выходить рекламно-пропагандистские почтовые карточки, предназначенные для иностранцев — специалистов различных областей промышленности, которые стали посещать СССР в рамках выполнения планов по индустриализации, в частности развития сотрудничества с промышленно развитыми государствами.

Очередная ступень развития иллюстрированного открытого письма ознаменована периодом Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Художники обращались к сюжетам, которые вызывали патриотические чувства у советского народа, поэтому даже поздравительные открытки военных лет становились агитационными — воспевали героизм и мужество, вселяли надежду на лучшее, на скорую победу (рисунок 10). Среди авторов открыток были известные московские художники: Н. Жуков, В. Иванов, В. Дени, Н. Долгоруков, В. Щеглов. Большое количество открыток выполнялось с использованием плакатной графики, либо являлось копией известных плакатов. Зачастую главными персонажами открыток становились герои прошедших военных действий — М. Кутузов, А. Суворов.



Рисунок 10 – Советская поздравительная открытка «С Новым годом» периода Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.  
Figure 10 – Soviet greeting card “Happy New year” of the Great Patriotic war of 1941–1945

Отдельного упоминания заслуживают открытки, выпущенные во время блокады Ленинграда, повествующие о мужестве и героизме жителей, оборонявших свой город (рисунок 11). Ленинградскими филокартистами был выпущен каталог «Никто не забыт и ничто не забыто!», согласно которому с июня 1941 по май 1945 г. было издано 823 наименований открыток, в которых использовались рисунки ленинградских художников (Н. Павлов, В. Морозов, С. Мочалов, Ю. Непринцев, Н. Пильщикова, В. Соколов и мн. др.). Техника их выполнения разнообразна — от живописных картин до графических зарисовок. Яркий пример графического исполнения — открытки, созданные по работам Н. Павлова, «Ленинград в декабре 1942 года».



Рисунок 11 – Открытка периода Великой Отечественной войны В. Соколова (1943)  
Figure 11 – Postcard of the Great Patriotic war by V. Sokolov (1943)

Особую популярность в военное время приобрели открытки-песенники: стихи и песни, размещенные на них, поддерживали боевой дух солдат. Большим успехом пользовались карточки со словами народных и советских песен. Открытки со словами и нотами военных песен издавались и после окончания Великой Отечественной войны. Так, в 1956 г. воениздатом были выпущены открытки с песнями военных лет («Солдатский вальс», «Не забывай», «Если б гармошка умела...»).

В послевоенное время все силы были направлены на восстановление страны, строительство и развитие народного хозяйства, что отразилось и в сюжетах открыток (рисунок 12). В рисунках, выполненных в стиле соцреализма, продвигались идейно-художественные образы нового советского искусства.



Рисунок 12 – Открытка «Перекуем мечи на орала» Е. В. Вучетич (1960)  
Figure 12 – Card “Beat swords into plowshares” by E. V. Vuchetich (1960)

В отдельное направление в этот период выделяются иллюстрированные открытки, предназначенные для детей и юношества. В первую очередь в них затрагивалась военно-патриотическая тематика, которая считалась первостепенной в деле воспитания подрастающего поколения. Распространенным изобразительным сюжетом для познавательных открыток стали рисунки по мотивам детских литературных произведений, выполненные в лучших традициях советских книжных иллюстраций. Открытки в эти годы становятся своеобразным учебным пособием для учащихся средних школ и профессиональных училищ.

Качеству производства открыток, уровню их художественной выразительности, сюжетному содержанию всегда уделялось большое внимание. Так, в приказе Министерства культуры СССР от 1 октября 1954 г. «Об устранении крупных недостатков и из-

дании художественных и фотографических открыток» давались рекомендации о разнообразии декоративных способов печати (торширование, бронзирование, лакирование, конгревное тиснение), введении новых тематических разделов (басен, песен, народных пословиц и поговорок, сатиры и юмора и т. д.), а также увеличении области торговли и ее качества, в частности на периферии. Было предписано создание специального совета по открыткам при ИЗОГИЗе, который возглавил выпуск открыток в СССР. В решении Совета Министров СССР «О расширении производства высококачественных цветных открыток и художественных альбомов» (май 1966 г.), говорилось о выпуске открыток с использованием различных методов печати и отделки: с применением цветной фольги, лакирования, припрессовки пленки, бронзирования, перфорации, фигурного обреза и высечки. Также упоминалось о возможности издания стереоскопических открыток [5, с. 63].

Современный этап развития открытых писем начинается в 1990-х гг. Он отмечен, главным образом, изменением ценностных и культурных ориентиров, информационных и коммуникативных предпочтений постсоветского общества. Основная категория выпускаемой продукции ограничивается поздравительными открытками, в оформлении которых используются фотографические тематические композиции, фотоколлажи, оригинальные рисунки и спецэффекты (музыкальные и т. п.). С начала XXI в., с появлением скоростных средств связи, открытка перестает быть востребованной в качестве носителя информации для почтового отправления, а соответственно, снимаются ограничения на технические характеристики продукта [6]. Понятие «открытка» стало включать в себя большое количество разнообразных изданий, которые не всегда соответствуют словарному определению. Они отличаются по форме, размеру, материалам, использованным при их изготовлении [2]. Кроме того, к категории открыток относят нематериальные, виртуальные объекты — электронные открытки (e-cards) с эффектами анимации.

Таким образом, в ходе исследования определены основные этапы развития открытого письма в России.

1) На первом этапе развития (1872–1898) главной задачей открытых писем была передача информации с помощью почтовой связи, поэтому специфику открыток этого периода можно охарактеризовать как информационно-коммуникативной. Участниками коммуникации были частные лица и корпорации, ведущие диалог посредством почтовой переписки.

2) Второй этап развития открытых писем (1900-е – 1917) с точки зрения специфики коммуникативного взаимодействия характеризуется как культурно-просветительский. Открытки перешли в разряд высокохудожественных изданий, это время по праву считается «золотым веком» в истории отечественных иллюстрированных открытых писем. В этот период сформировался новый жанр прикладной графики малых форм, над развитием которого работали выдающиеся художники начала XX в.

3) Третий этап развития открытых писем охватывает советский период их существования — большую часть XX в. Открытки чутко реагируют на социальные и культурные изменения, политическую ситуацию, художественные ценности и нравственные приоритеты общества. Этот этап развития открытых писем с точки зрения коммуникативной специфики можно определить как рекламно-агитационный. Они являлись посредниками в коммуникации между государством и населением страны, индикатором политической и социальной жизни общества, важным источником информации пропагандистской и агитационной направленности.

4) С 1990-х гг. технические изменения в сфере коммуникаций, использование Интернета как информационного пространства для общения «виртуальных» личностей формируют новый тип коммуникационного взаимодействия с собственным вербальным и визуальным языком, который обретает иные знаково-символические формы.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Агафонова А. В., Белько Т. В. Анализ конструктивных трансформаций открытых писем (почтовых карточек) XIX–XX вв. // Декоративное искусство и предметно — пространственная среда. Вестник МГХПА. 2015. № 3. С. 365–374.
- 2 Агафонова А. В., Белько Т. В. Типология открыток XX–XXI вв. на основе динамического формообразования // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2016. № 2. С. 172–181.
- 3 Граллерт В. Путешествие без виз: Книга о почте и филателии. М.: Связь, 1965. 320 с.
- 4 Дергилева Е. Н., Сидоренко В. Ф. Листовки и листовочные брошюры (история, теория, проектный опыт). М.: Изд-во РГУ им. А. Н. Косыгина, 2017. 179 с.
- 5 Забочень М. С. Филокартия. Краткое пособие-справочник. М.: Связь, 1973. 104 с.
- 6 Золотарев Д. А., Белько Т. В. Сравнительный анализ особенностей восприятия текста на бумажном носителе и в интерактивной среде // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2011. Т. 13. № 2–1. С. 215–220.
- 7 Нащокина М. В. Художественная открытка русского модерна. М.: Жираф, 2004. 472 с.
- 8 Родионова А. Е. Открытка как феномен художественной культуры (на материале русской открытки конца XIX – начала XX века): автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 1995. 23 с.
- 9 Файнштейн Э. Б. В мире открытки. М.: Планета, 1976. 140 с.
- 10 Художественные карточки и почтовые правила // Почтово-телеграфный вестник. 1911. № 49. С. 3–5.
- 11 Шлеев В. В., Файнштейн Э. Б. Художественные открытки и их собрание. М.: ИЗОГИЗ, 1960. 36 с.

\*\*\*

© 2019. Tatiana V. Belko

Togliatti, Russia

© 2019. Nikolai P. Beschastnov

Moscow, Russia

#### EVOLUTION OF THE “POSTCARD” (“OPEN LETTER”) IN RUSSIA IN THE CONTEXT OF HISTORIC EVENTS OF THE TWENTIETH CENTURY

**Abstract:** The article provides a brief description of the main stages of development of the “postcard” (“open letter”) in Europe and Russia; identifies the specifics of the storylines and functional features of each historical period; displays historical, cultural and art characteristics of a number of objects of communicative design — postcards;



identifies analyzes the historical context, that affected the graphic diversity of products of ideological influence on broad masses of the war years (the First world war and the Great Patriotic war, the October revolution) and the Soviet period. The period from 1865 to 1874 is marked in the history of the miniature information object by a search for graphics and universal phrases for correspondence. Since the late 1890s, professional artists have been searching for visual motifs, storylines and new graphic solutions. The activity of the Community of St. Eugenia and the artists of the Association “World of art” played a tremendous role in the formation and development of Russian “open letter” as a form of graphic art, and greatly contributed to the popularization of domestic and foreign art in Russia. The period from 1900 to 1917 is justly considered to be the “Golden age” in the history of Russian illustrated “open letters”. The paper considers the postcard of the Soviet period as a tool of ideological propaganda of the Soviet system and the information platform of social and political life of the USSR.

**Keywords:** open letter, postcard design, history of postcard development in Russia, postcard of the Soviet period.

**Information about the authors:**

Tatyana V. Belko — DSc in Technical Sciences, Professor, Volga Region State University of Service, Gagarin St. 4, 445677 Togliatti, Russia. E-mail: belko@tolgas.ru

Nikolai P. Beschastnov — DSc in Arts, Professor, A. N. Kosygin Russian State University, Sadovnicheskaya St. 33, 117997 Moscow, Russia. E-mail: npb.art@mail.ru

**Received:** December 27, 2018

**Date of publication:** September 28, 2019

**For citation:** Belko T. V., Beschastnov N. P. Evolution of the “postcard” (“open letter”) in Russia in the context of historic events of the twentieth century. *Vestnik slavianskikh kul'tur*, 2019, vol. 53, pp. 240–257. (In Russian)

**REFERENCES**

- 1 Agafonova A. V., Bel'ko T. V. Analiz konstruktivnykh transformatsii otkrytykh pisem (pochtovykh kartochek) XIX–XX vv. [Analysis of constructive transformations of open letters (postcards) of the 19<sup>th</sup>–20<sup>th</sup> cs]. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno — prostranstvennaia sreda. Vestnik MGKhPA*, 2015, no 3, pp. 365–374. (In Russian)
- 2 Agafonova A. V., Bel'ko T. V. Tipologiya otkrytok XX–XXI vv. na osnove dinamicheskogo formoobrazovaniia [Typology of postcards of the 20<sup>th</sup>–21 centuries on the basis of dynamic forms generation]. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno — prostranstvennaia sreda. Vestnik MGKhPA*, 2016, no 2, pp. 172–181. (In Russian)
- 3 Grallert V. *Puteshestvie bez viz: Kniga o pochte i filatelii* [A travel without visas: Book about mail and philately]. Moscow, Sviaz' Publ., 1965. 320 p. (In Russian)
- 4 Dergileva E. N., Sidorenko V. F. *Listovki i listovochnye broshury (istoriia, teoriia, proektnyi opyt)* [Leaflets and leaflets' brochures (history, theory, project experience)]. Moscow, Izdatel'stvo RGU im. A. N. Kosygina Publ., 2017. 179 p. (In Russian)
- 5 Zaboichen' M. S. *Filokartiia. Kratkoe posobie-spravochnik* [Deltiology. Quick reference guide]. Moscow, Sviaz' Publ., 1973. 104 p. (In Russian)
- 6 Zolotarev D. A., Bel'ko T. V. Sravnitel'nyi analiz osobennostei vospriiatiia teksta na bumazhnom nositele i v interaktivnoi srede [Comparative analysis of the features of the text's perception on paper and in an interactive environment]. *Izvestiia Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk. Sotsial'nye, gumanitarnye, mediko-biologicheskie nauki* [Humanities, social, medical and biological sciences], 2011, vol. 13, no 2–1, pp. 215–220. (In Russian)

- 7 Nashchokina M. V. *Khudozhestvennaia otkrytka russkogo moderna* [Picture postcard of the Russian modern]. Moscow, Zhiraf Publ., 2004. 472 p. (In Russian)
- 8 Rodionova A. E. *Otkrytka kak fenomen khudozhestvennoi kul'tury (na materiale russkoi otkrytki kontsa XIX – nachala XX veka)* [Postcard as a phenomenon of artistic culture (basing on the material of Russian postcards of the late 19<sup>th</sup> – early 20<sup>th</sup> centuries): PhD thesis, summary]. Moscow, 1995. 23 p. (In Russian)
- 9 Fainshtein E. B. *V mire otkrytki* [In the world of postcards]. Moscow, Planeta Publ., 1976. 140 p. (In Russian)
- 10 Khudozhestvennye kartochki i pochtovye pravila [Picture postcards and postal rules]. *Pochtovo-telegrafnyi vestnik*, 1911, no 49, pp. 3–5. (In Russian)
- 11 Shleev V. V., Fainshtein E. B. *Khudozhestvennye otkrytki i ikh sobiranie* [Picture postcards and their collecting]. Moscow, IZOGIZ Publ., 1960. 36 p. (In Russian)