

ლეილა (ლელი) ჭიჭინაძე,
საქართველოს სასახლე-მუზეუმების გაერთიანება,
სამეცნიერო საბჭოს წევრი,
ხელოვნებათმცოდნე

ქართული მხატვრული კინოაფიშა - თვითმყოფადი ხელოვნების ნიმუში (1920-30-იანი წლები)

რეზიუმე

კინოპლაკატი წარმოადგენს თვითმყოფად მხატვრულ და საინფორმაციო საშუალების სინთეზს, რომელიც აერთიანებს ვიზუალური ხელოვნებისა და მასობრივი კომუნიკაციის ელემენტებს და ფუნქციონირებს არა მხოლოდ, როგორც სარეკლამო საშუალება, არამედ კულტურული არტეფაქტი, რომელშიც ერთიანდება გრაფიკული და ტექსტური პირობითი ნიშნები. კინოპლაკატის ძირითადი მახასიათებლებია - ლაკონიური კომპოზიცია, მარტივი ვიზუალური ენა და მაყურებელზე სწრაფი, ემოციური ზემოქმედების უნარი. ამასთან, იგი ასახავს ეპოქის ესთეტიკურ და სოციალურ-იდეოლოგიურ კონტექსტს.

1920-30-იან წლებში, ქართული კინოს ჩამოყალიბების პროცესში, მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა დასავლური კინოს გამოცდილების გაზიარებამ და მისი შემოქმედებითი ადაპტაციის მცდელობებმა. ამ

პერიოდში განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო ტექნიკური და ესთეტიკური საკითხების განვითარებას, რაც გამოიხატა როგორც თემატური მრავალფეროვნების ზრდაში ასევე ფორმალური ძიებების გააქტიურებაში. ქართული კინოს ადრეული ნიმუშები მჭიდროდ იყო დაკავშირებული სოციალურ და კულტურულ კონტექსტთან, რაც განსაზღვრავდა მათ, როგორც შინაარსობრივ და ვიზუალურ, ასევე იდეოლოგიურ მიმართულებას, კინოხელოვნების სფეროში მიმდინარეობდა აქტიური ექსპერიმენტები, რომელიც მიზნად ისახავდა ახალი გამომსახველობითი საშუალებების დანერგვას და ეროვნული კინემატოგრაფიის ენის ჩამოყალიბებას. XX საუკუნის დასაწყისში კინოპლაკატი თანდათან გარდაიქმნა ინფორმაციის გადაცემის უბრალო საშუალებიდან დამოუკიდებელ მხატვრულ და კულტურულ ობიექტად, რომელმაც

* კვლევა განხორციელდა შოთა რუსთაველის საქართველოს ეროვნული სამეცნიერო ფონდის მხარდაჭერით [გრანტის ნომერი - GSDP-25-942].

ერთდროულად შეითავსა ესთეტიკური, სოციალური და საკომუნიკაციო ფუნქციები. მისი ფორმირება უშუალოდ უკავშირდება ურბანული კულტურის განვითარებას, ტექნოლოგიურ პროგრესს, ბეჭდვითი ინდუსტრიის გაფართოებას და რეკლამის როლს საზოგადოებრივ ცხოვრებაში. ამ პერიოდის პლაკატის ვიზუალური ენა მნიშვნელოვნად იცვლება. ტექსტზე ორიენტირებული ფორმის ნაცვლად, სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება კომპოზიციური გადაწყვეტა, ფერისა და ფორმის ურთიერთმიმართება, ვიზუალური ლაკონიზმი და დინამიკური გამომსახველობა. კინოპლაკატი ამ ეტაპზე აღარ წარმოადგენს მხოლოდ საინფორმაციო წყაროს, არამედ იქცევა ვიზუალური კულტურის სრულფასოვან ფორმად, რომელიც აქტიურად რეაგირებს ეპოქის ესთეტიკურ და სოციალურ ცვლილებებზე. აღნიშნულ პროცესში გარკვეული როლი აქვს მოდერნიზმის სხვადასხვა მიმართულებას, რომლებმაც პლაკატის სტილისტიკურ ტრანსფორმაციას შეუქმნა საფუძველი და მას ახალი სახე მიანიჭა. ამასთან, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ მოდერნისტული ტენდენციების პარალელურად არსებობას აგრძელებდა რეალისტური პლაკატის ტრადიციაც. რეალისტური მიმართულება უფრო მკაფიოდ იყო ორიენტირებული საგნობრივი სამყაროს პირდაპირ და ადვილად

აღსაქმელ წარმოდგენაზე, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იყო მასობრივი აუდიტორიისთვის განკუთვნილ ვიზუალურ კომუნიკაციაში. ასეთ ნამუშევრებში მთავარი აქცენტი კეთდებოდა გამოსახულების სიცხადეზე, სიუჟეტურ სიზუსტესა და სოციალური რეალობის უშუალო გადმოცემაზე. კინოპლაკატის განვითარებაში ასევე მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა ფოტოგრაფიას, რომელიც მე-20 საუკუნის პირველ ნახევარში თანდათან იქცა არა მხოლოდ დამხმარე ტექნიკურ საშუალებად, არამედ დამოუკიდებელ ვიზუალურ ელემენტად. ფოტოგრაფიის გამოყენებამ პლაკატს შესძინა დოკუმენტურობის ეფექტი, ვიზუალური დამაჯერებლობა და კომუნიკაციური სიზუსტე. 1920-30-იან წლებში კინოპლაკატი საბოლოოდ ჩამოყალიბდა, როგორც დამოუკიდებელი ვიზუალური ჟანრი. ამ პერიოდში პლაკატი ერთდროულად აერთიანებს მხატვრულ ექსპერიმენტს, ტექნოლოგიურ ინოვაციასა და მასობრივი კომუნიკაციის ფუნქციას, რის შედეგადაც იგი იქცევა არა მხოლოდ ინფორმაციის გადაცემის საშუალებად, არამედ კულტურული და სოციალური პროცესების აქტიურ გამომხატველ ფორმად.

საკვანძო სიტყვები: *კინოაფიშა, პროპაგანდა, ფოტომონტაჟი, ტიპოგრაფია, იდეოლოგია, ვიზუალური კომუნიკაცია.*

კინოპლაკატის, როგორც თვითმყოფადი არტ ობიექტის, თავისებურების განხილვა მოითხოვს კომპლექსურ მიდგომას, ვინაიდან იგი თავიდანვე ხელოვნების რამდენიმე დარგისთვის დამახასიათებელი მხატვრული საშუალებების ურთიერთთანწყობაზეა ორიენტირებული. მისი გრაფიკული გამოსახულება მიმართულია არა მხოლოდ ესთეტიკური ღირებულების შექმნისკენ, არამედ კინოფილმის რეპრეზენტაციისა და პოპულარიზაციისკენ. როგორც მხატვრული ნაშუქი, კინოპლაკატი ინარჩუნებს პლაკატის ჟანრისთვის დამახასიათებელ ნიშნებს - ლაკონიურ კომპოზიციას, სიმბოლურ ვიზუალურ ენას და მიმართვას ფართო აუდიტორიისადმი. ამავე დროს, მასში ინტეგრირებულია კინოს სპეციფიკური ელემენტები: სიუჟეტური მინიშნებები, პერსონაჟთა სახეები და ზოგადი ატმოსფერო, რაც პლაკატს აქცევს ფილმის ვიზუალურ მეტაფორად. შესაბამისად, კინოპლაკატი, როგორც მხატვრული პროდუქტი, ერთი მხრივ, ინარჩუნებს პლაკატის ჟანრის ძირითად ნიშნებს და, ამავე დროს, მოიცავს რეკლამირებული კინოფილმის ვიზუალურ და ინფორმაციულ ელემენტებს. ამ თავისებურებებიდან გამომდინარე, კინოპლაკატი ხასიათდება კომბინირებული სტრუქტურით, სადაც ერთიანდება სახვითი, ტექსტუალური და სიმბოლური კოდები, რის შედეგადაც იგი ყალიბდება არა მხოლოდ ინფორმაციულ ან სარეკლამო ობიექტად, არამედ კულტურულ არტეფაქტადაც.

კინოპლაკატი, როგორც გრაფიკული ხელოვნების სპეციფიკური სახეობა, ერთდროულად ეკუთვნის როგორც ვიზუალური ხელოვნების, ისე მასობრივი კომუნიკაციის სფეროს. მისი ფუნქცია არ შემოიფარგლება მხოლოდ ესთეტიკური წარმოდგენით, იგი მიზნად ისახავს ინფორმაციის სწრაფ, მკაფიო და ემოციურად დასამახსოვრებელ გადაცემას. სწორედ ამიტომ კინოპლაკატში მხატვრული ფორმა მჭიდროდ არის დაკავშირებული რეკლამასთან, იდეოლოგიურ გზავნილთან და მაყურებლის ფსიქოლოგიურ ზემოქმედებასთან. კომპოზიციის თვალსაზრისით, კინოპლაკატის სტრუქტურა, როგორც წესი ცენტრალური ვიზუალური აქცენტის პრინციპს ეფუძნება. ეს შეიძლება იყოს მთავარი პერსონაჟის ფი-

გურა, სიმბოლური დეტალი ან დრამატული სცენა, რომელიც ფილმის სიუჟეტს კონცენტრირებულად გამოხატავს. ფერის, შრიფტისა და პლასტიკური რიტმის გამოყენება ემორჩილება არა მხოლოდ მხატვრულ გემოვნებას, არამედ ეპოქის სტილისტურ კანონებს და სოციალური კონტექსტის მოთხოვნებს. ამიტომ, ისტორიულ ჭრილში კინოპლაკატი მკაფიოდ ასახავს კონკრეტული პერიოდის ესთეტიკურ ტენდენციებს.

1920-იანი წლების დამდეგს კინოპლაკატი უკვე აღარ წარმოადგენდა მხოლოდ ფილმის რეკლამას. ის იქცა ახალი ეპოქის ვიზუალურ მანიფესტად – სივრცედ, სადაც მოდერნიზმი და ავანგარდი თანაარსებობდნენ და ერთდროულად ქმნიდნენ კულტურის ახალ ენას. ეს იყო პერიოდი, როდესაც ხელოვნება აქტიურად ცდილობდა ძველი ესთეტიკისგან გათავისუფლებას და მაცურებელთან კომუნიკაციის სრულიად ახალი ფორმების მოძიებას. ამ პერიოდის ავანგარდული კინოპლაკატები უარს ამბობდნენ დეკორატიულობაზე და რეალისტურ ილუსტრაციაზე. მათ ნაცვლად შემოვიდა მკვეთრი გეომეტრიული ფორმები, ასიმეტრიული კომპოზიციები, ფოტომონტაჟი და დინამიკური რიტმი. კონსტრუქტივისტი მხატვრებისთვის პლაკატი ფუნქციური ობიექტი იყო – ვიზუალური ინსტრუმენტი, რომელიც უნდა მოქმედებდეს სწრაფად, მკაფიოდ და მიზანმიმართულად. ფორმა ემორჩილებოდა შინაარსს, ხოლო შინაარსი – ეპოქის იდეოლოგიურ და სოციალურ ამოცანებს, ახალი ცნობიერების ფორმირებას. ეს მიდგომა განსაკუთრებით ეფექტური აღმოჩნდა სწორედ კინოპლაკატისათვის. დიაგონალებზე აგებული კომპოზიციები, მკვეთრი კონტრასტები და დიდი ტიპოგრაფიული ელემენტები მაცურებლის ყურადღებას მყისიერად იპყრობდა. გამოსახულებები ხშირად ფრაგმენტირებული იყო – სახეები, ფიგურები ან დეტალები თითქოს მოძრაობაში იშლებოდა, რაც ეკრანული დინამიკის განცდას აძლიერებდა. კინო და პლაკატი ერთიან ვიზუალურ სისტემად იქცა.

მოდერნიზმის კონტექსტში 1920-იანი წლების კინოპლაკატი ასახავდა რწმენას, რომ ხელოვნებას შეეძლო ახალი რეალობის ფორმირება. პლაკატი აღარ ჰყვებოდა ისტორიას – ის ქმნიდა განწყობას, რიტმს, ენერჯიას. სწორედ ამიტომ, ამ პერიოდის ნამუშევრები დღესაც აღიქმება არა როგორც მეორეხარისხოვანი გრაფიკა, არამედ როგორც დამოუკიდებელი ხელოვნების ნიმუშები.

1920-იანი წლები საბჭოთა კინოპლაკატისთვის, ისევე როგორც ხელოვნების სხვა დარგებისთვის ექსპერიმენტებისა და ფორმის თავისუფლების დროა. ამის მაგალითია ხელოვნების სასახლის სააფიშო ფონდში დაცული 1927 წელს გადაღებული ფილმის (რეჟისორი: კოტე მარჯანიშვილი) პლაკატი „ამოკი“. ფილმის მხატვარია ვალერიან სიდამონ-ერისთავი (1889 - 1943) – მოდერნისტი ფერმწერი, გრაფიკოსი, კარიკატურისტი, თეატრისა და კინოს მხატვარი. მიუხედავად იმისა, რომ არ არის ცნობილი აფიშის მხატვარი, ნამუშევარი მაინც სიდამონ-ერისთავთან ასოცირდება, რაც შემდგომი კვლევის საგანია. ფილმის სათაურად გამოყენებულია ტერმინი „ამოკი“, რომლის ეტიმოლოგიაც ბირმული წარმოშობისაა და სრული სახელწოდებაა „Run Amok“. ეს სიტყვათშეთანხმება ფსიქოლოგიაში აღნიშნავს მდგომარეობას, როდესაც ინდივიდი მოულოდნელად კარგავს თვითკონტროლს და გადადის უკიდურეს, ქაოტურ აგრესიაში. „Run“- ამ შემთხვევაში არ ნიშნავს ფიზიკურ სირბილს, უფრო იგულისხმება უკონტროლო მოქმედება, ეს მდგომარეობა შეესაბამება ფილმის სიუჟეტურ და ემოციურ იდეას, რასაც ავტორი პირდაპირი ვიზუალური მეტაფორის სახით გვაწვდის. პლაკატზე გამოსახული სილუეტი სწორედ ამ მდგომარეობას განასახიერებს. მოძრაობაში გაყინული ფიგურა ერთდროულად გამოხატავს გაქცევისა და თავდასხმის ელემენტებს, რაც ასახავს ინდივიდის შინაგან ფსიქოლოგიურ კრიზისსა და დრამატულ დინამიზმს. ფიგურა სილუეტია, სახის დეტალების გარეშე. ხელში მოქცეული საგანი შეიძლება წავიკითხოთ როგორც იარაღი – აგრესიის მატერიალიზაცია. პერსონაჟის ანონიმურობა და მკვეთრი ვიზუალური კონტრასტი მაყურებელს არა კონკრეტულ გმირზე, არამედ ფსიქიკური აფეთქების ფენომენზე ამახვილებინებს ყურადღებას. ეს სრულიად შეესაბამება 1920-იანი წლების მოდერნისტულ ამროვნებას, სადაც კინოპლაკატი აღარ არის „ილუსტრაცია“, არამედ დამოუკიდებელი ვიზუალური განცხადებაა.

„კონსტრუქტივიზმი 1920-იანი წლების კინოსა და პლაკატის ხელოვნებაში დომინანტურ მიმართულებას წარმოადგენდა. კომპოზიციის დინამიკურობა, მკვეთრი სილუეტი, ფერის ლაკონური გამოყენება და ტიპოგრაფიის გეომეტრიული ხასიათი განსაკუთრებით მკაფიოდ გამოვლინდა რუსი მხატვრების: ალექსანდრე

როდჩენკოს (1891-1956), ვლადიმირ (1899-1982) და გიორგი (1900-1933) სტენბერგების კინოპლაკატებში“.¹

მხატვრული გადაწყვეტაც ზუსტად პასუხობს ამ მოთხოვნას: მკვეთრი კონტრასტი, მინიმალური ფერთა გამა, გამარტივებული ფორმები და დინამიკა, რომელიც მაყურებლის ყურადღებას წამებში იპყრობს. ტიპოგრაფია ისეთივე აქტიური ელემენტია, როგორც გამოსახულება. ფილმის სათაური „AMOK“ რუსული შრიფტით, მკაცრი ფორმის დიდი ასოებით არის გამოსახული, შედარებით მცირე ზომის ტექსტი ჩასმულია გეომეტრიულ ფორმებში, რაც კომპოზიციის სტრუქტურულ ჩარჩოს ქმნის. ეს გეომეტრიული ბლოკები ტექსტს აქცევს არა უბრალოდ ინფორმაციულ ელემენტად, არამედ ვიზუალური რიტმისა და კომპოზიციის აქტიურ ნაწილად, რაც კონსტრუქტივისტული მიდგომის ნიშანია - ტექსტი და გამოსახულება ერთიან ვიზუალურ მექანიზმად მუშაობს და თითქოს თავად მოქმედების ნაწილია. შედეგად, პლაკატი ფუნქციონირებს როგორც მხატვრული პროდუქტი, სარეკლამო საშუალება და ფილმის სიუჟეტური შეტყობინების ერთიანი ვიზუალური მეტაფორა.

აღნიშნული პლაკატი დღეს აღიქმება არა მხოლოდ კონკრეტული ფილმის რეკლამად, არამედ 1920-იანი წლების მოდერნისტული ესთეტიკის ვიზუალურ დოკუმენტად - ეპოქის, რომელმაც კინოპლაკატი ხელოვნების სრულფასოვან ფორმად აქცია. თუმცა ეს თავისუფლება ხანმოკლე აღმოჩნდა. 1930-იანი წლებიდან ახალი ექსპერიმენტები თანდათან ჩაანაცვლა სოციალისტურმა რეალიზმმა, რომელმაც ხელოვნებას მკაცრი იდეოლოგიური ჩარჩო დაუწესა. მიუხედავად ამისა, 1920-იანი წლების ხელოვნება და მათ შორის კინოპლაკატი დარჩა როგორც დრო, როდესაც ვიზუალური ენა ყველაზე თამამად, რადიკალურად და შემოქმედებითად საუბრობდა მომავალზე.

1921 წლიდან, როდესაც საქართველოს ბოლშევიკური ანექსია და გასაბჭოება განხორციელდა, ვიდრე 30-იან წლებამდე, ქვეყნის კულტურულ-სახელოვნებო ცხოვრებაში მთავარ ესთეტიკურ დომინანტად კვლავ მოდერნიზმი რჩებოდა. მაგრამ 30-იანი წლების დასაწყისში საბჭოთა კავშირში სტალინური ტერორის ხანა დაიწყო. მოდერნიზმი ხელოვნურ, მანერულ და მავნე მოვლენად

1 Снопков., Снопков, Шклярчук, Русский, 2002, ст. 9.

გამოცხადდა. თავისუფალი, ლალი, ყოველგვარი ჩარჩოებისგან დაცლილი ხელოვნება ბოლშევიკურ იდეოლოგიას არ ესადაგებოდა. ასეთ ხელოვნებას წითლები საფრთხედ აღიქვამდნენ. უარყოფილი იყო მოდერნისტული ექსპერიმენტები და მიღებული იყო მხოლოდ რეალისტური გამოსახულებები, რომლებიც ადიდებდა მუშათა კლასს და სახელმწიფო იდეოლოგიას. ცენტრალური თემა – გმირობა და ოპტიმიზმი იყო რაც მასების შთაგონებისა და სახელმწიფოსადმი ერთგულების განმტკიცების ინსტრუმენტს წარმოადგენდა.

ხელოვნების ნაწარმოებები მუშებს, გლეხებსა და ჯარისკაცებს საერთო-სახალხო კეთილდღეობისთვის თავგანწირულ გმირებად წარმოაჩენდნენ, იდეალიზებული წარმოდგენები მიზნად ისახავდა ისეთი მისაბაძი მაგალითების შექმნას, რომლებიც ძალას, მონდომებასა და მტკიცე ერთიანობას განასახიერებდნენ. მაგალითად, ფერწერულ და გრაფიკულ ნამუშევრებში მხატვრები, როგორც წესი, ასახავდნენ ინდუსტრიულ პეიზაჟებს, ენერგიულ, ლაღ მშრომელებს, რომლებიც საქმის ცოდნითა და შინაგანი სიამაყით მართავენ მანქანა-დანადგარებს, რაც სიმბოლურად გამოხატავდა ქვეყნის პროგრესს, ტექნოლოგიურ წინსვლასა და მომავლის ოპტიმისტურ ხედვას. შრომის, როგორც კეთილშობილური და გმირული აქტის წარმოჩენით, სოციალისტური რეალიზმი ცდილობდა მუშათა კლასის სტატუსის ამაღლებას და მისი წვლილით სიამაყის გრძნობის ჩანერგვას. მუშათა კლასისა და კომპარტიის წინამძღოლობით კომუნისტური სამოთხისკენ მიზანმიმართული მოძრაობის ოპტიმისტური მუხტი სოცრეალისტური ხელოვნების მეთოდოლოგიაშიც გამოიხატა. ყოველდღიური ცხოვრების ასახვა ჰარმონიისა და სიუხვის იდეალიზებულ ხედვად გადაიქცა. სასოფლო-სამეურნეო ყოფა-ცხოვრების ამსახველ სცენებში აყვავებულ მინდვრებსა და შრომისმოყვარე ადამიანებს ვხედავთ, რაც იმას მიანიშნებს, რომ სოციალიზმს ყველასთვის კეთილდღეობა მოაქვს. ასეთი გამოსახულებები, ცხადია, ნიღბავდა არსებულ პრობლემებს, რეალურ სირთულეებსა და საზოგადოებას ნათელი მომავლის ამბიციურ ხედვას სთავაზობდა. ამ პერსპექტივიდან გამომდინარე, სოციალისტური რეალიზმი საზოგადოებრივი აღქმის ფორმირების ძლიერ ინსტრუმენტად იქცა, რაც კოლექტიური წარმატებისა და ნათელი მომავლის კომუნისტური იდეალებისადმი რწმენის წახალისებას უწყობდა ხელს.

პარალელურად, სახელმწიფომ გაამკაცრა კონტროლი საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა ასპექტზე. ხელოვნება მკაცრი კონტროლის ქვეშ მოექცა. საბჭოთა პროპაგანდაში ახალი თავი იწყებოდა - ერთიანი, სახელმწიფოს მიერ დადგენილი მხატვრული სტილით განსაზღვრული სოციალისტური რეალიზმი, როგორც საბჭოთა კავშირის ოფიციალურ მხატვრული დოქტრინა. ეს იყო ვიზუალური კომუნიკაციის ახალი ერა.

სახელმწიფო იდეოლოგია სწრაფად და ეფექტურად, პირველ რიგში, პროპაგანდისტული პლაკატების საშუალებით გადმოიცემოდა. ეს იყო ძლიერი ინსტრუმენტი საბჭოთა კულტურული იდენტობისა და პოლიტიკური ლოიალობის ფორმირებისთვის. იმდროინდელი პლაკატები ნათლად გვიჩვენებს, თუ როგორ ახშობდა ცენზურის მკაცრი მითითებები შემოქმედებითობას და თრგუნავდა გამომხატვის ალტერნატიულ ფორმებს. მხატვრები იძულებული იყვნენ დამორჩილებოდნენ სოცრეალიზმის პრინციპებს, წინააღმდეგ შემთხვევაში პატიმრობა ან გადასახლება ემუქრებოდათ. მარქსიზმ-ლენინიზმის თეორიის მიხედვით, ხელოვნება უნდა ყოფილიყო „ფორმით ნაციონალური და შინაარსით სოციალისტური“ და რეალობა უნდა აესახათ არა უბრალოდ, როგორც ის არის, არამედ ისეთად, როგორც ის „უნდა გამხდარიყო“. ხელოვნება უნდა ყოფილიყო „პარტიული“, „სახალხო“ და „იდეოლოგიურად სწორად ორიენტირებული“. საბჭოთა პლაკატები, თავიანთი მკვეთრი ფერებითა და შთამბეჭდავი გამოსახულებით, რევოლუციის ვიზუალურ ფონად იქცა.

1937 წელს რეჟისორი ნიკოლოზ შენგელაია ლეო ქიჩიელის ნაწარმოების მიხედვით იღებს ფილმს „ნარინჯის ველი“. ფილმის მხატვრები არიან იოსებ (სოსო) გაბაშვილი და შალვა მამალაძე. იოსებ გაბაშვილი ცნობილია, როგორც - გრაფიკოსი, ფერმწერი, თეატრისა და კინოს მხატვარი, ილუსტრატორი, მულტიპლიკატორი, პლაკატისტი.² 1920-იან წლებში შესრულებული აქვს არაერთი კინოპლაკატი. შალვა მამალაძე, ასევე ფერმწერი და გრაფიკოსი, კინოს მხატვარი, აქვეყნებდა წერილებს ქართული ხელოვნების საკითხებზე.

შენგელაიას ფილმის სიუჟეტი ემსახურება იდეას, რომ კოლექტიური მეურნეობა მყარად დგას, ხოლო მისი მტრები საბოლოოდ

² ციციშვილი, ჭოლოშვილი, ქართული, 2013, გვ. 225.

დამარცხდებიან. მთავარი გმირი ახალგაზრდა ქალია, რომელსაც აგრარული შრომის სიმბოლო - ჩალის ქუდი ახურავს თავზე. ქალი აქ არ არის უბრალოდ პერსონაჟი - ის კოლექტიური შრომის სახეა, ბედნიერი ღიმილით (ქალის ღიმილიც არ არის პირადი - ის სისტემური ბედნიერებაა), მისი ბედნიერება შრომის შედეგთან არის დაკავშირებული. ამას ცხადყოფს მისი მზერა, რომელიც მანდარინებით დახუნძლული ტოტისკენაა მიმართული, ხოლო მანდარინი სიმბოლურად წარმოადგენს ბუნებრივ სიმდიდრეს, ნაყოფიერებას, სოციალისტური მეურნეობის წარმატებას. პლაკატის ოქროსფერ-ნარინჯისფერი კოლორიტი პირდაპირ უკავშირდება ფილმის სათაურს („ნარინჯის ველი“), რაც შრომით გამდიდრებული, ნაყოფიერი მიწის მეტაფორაა.

კომპოზიციის მარჯვენა ზედა კუთხეში, მოხუცი მამაკაცის მონოქრომული გამოსახულებაა - რაც შრომით გამოცდილებასა და პატრიარქალურ სიმყარეზე მიგვითითებს. მისი სახე სერიოზული და მკაცრია, თუმცა მშვიდი გამომეტყველებით, როგორც ძველი თაობის გამოცდილებისა და ტრადიციის მატარებელი, კოლექტიური მეურნეობის მორალური საყრდენი. ახალგაზრდა ქალის ნათელი, ხაზგასმით ფერადოვანი სახე და მამაკაცის მონოქრომული გამოსახულება ქმნის თაობათა დიალოგს - გამოცდილება და ახალი ენერჯია. პლაკატის ქვედა ნაწილში გამოსახული ღიმილიანი გლეხიც იმეორებს შრომის თემას. აქ კომპოზიცია სამსაფეხურიან იერარქიად არის წარმოდგენილი: ქალი - მთავარი, აქტიური მომავლის სიმბოლო; მამაკაცი - მორალური ავტორიტეტი; გლეხი - კოლექტიური შრომის ყოველდღიური სახე. ფერთა გადაწყვეტა პლაკატზე ემსახურება ფილმის დედააზრს, ყვითელი - როგორც მზე, სიმდიდრე და მოსავალი, ნარინჯისფერი - ნაყოფიერება, ხოლო მწვანე - სიცოცხლე და ბუნება. ფერთა გამა ემსახურება არა ექსპერიმენტს, როგორც ეს 1920-იან წლებში ხდებოდა, არამედ იდეოლოგიურ ოპტიმიზმს. ნახატი გამოირჩევა რეალისტური ფიგურატიულობით, მონუმენტალიზაციით (გადიდებული სახეები), ემოციური სიხადით და დეკორატიულობით, მაგრამ არა ექსპერიმენტული კომპოზიციით. აქ ვხედავთ კლასიკურად გაწონასწორებულ კომპოზიციას, იდეოლოგიურად „სწორ“ შინაარსსა და შრომის რომანტიზაციას. მთავარი გზავნილია კოლექტიური შრომა, ბედნიერება, ნაყოფიერება და მომავალი. პლაკატის ქვედა ნა-

წილში ჩასმული დიდი, მკვეთრი შრიფტი გრაფიკული ხაზითაა გამოყოფილი, ტექსტი მკაფიო და ინფორმაციულია.

ნამუშევარი წარმოადგენს 1930-იანი წლების ქართული კინოპლაკატის კლასიკურ მაგალითს, სადაც ავანგარდული ექსპერიმენტი ჩანაცვლებულია იდეოლოგიური სიცხადით, ინდივიდუალური განცდა შეცვლილია კოლექტიური ოპტიმიზმით, ხოლო ვიზუალური ენა ემსახურება სოციალისტური მეურნეობის წარმატების პროპაგანდას. რაც კარგად აჩვენებს, როგორ გადაიქცა ქართული კინოპლაკატი 1920-იანი წლების ექსპერიმენტული მოდერნიზმიდან 30-იანი წლების მონუმენტურ, სოციალისტურ-რეალისტურ ვიზუალურ ენად.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- კობახე გ., ლორთქიფანიძე ქ., ფილმოგრაფია, ხელოვნება, თბ., 1978.
- კერესელიძე მ. ქართული კინო., ენციკლოპედიური ლექსიკონი, 1896 - 2011, თბ., 2011.
- ციციშვილი მ., ჭოღოშვილი ნ., ქართული მხატვრობა - განვითარების ისტორია

XVIII-XX სს., თბ., 2013.

- Снопков А., Снопков П., Шклярук А., Русский Киноплакат, контактная культура, Москва, 2002.

ART STUDIES

Leila (Lelo) Chichinadze,
Union of Georgian-Palace Museums
Member of the Academic Council
Art Critic

GEORGIAN FILM POSTERS AS A SELF-CONTAINED ART FORM (1920s-1930s)¹

*Keywords: film poster, propaganda, photomontage,
Typography, ideology, and visual communication.*

Abstract

As independent works of art, film posters require an analysis of their specific characteristics. This is a complex approach, similar to those employed in certain artistic disciplines, involving characteristic artistic techniques designed to foster mutual interaction. Their graphic representation aims not only to create artistic value but also to promote and present the film. As works of art, film posters maintain the typical characteristics of the poster genre: symbolic visual language and the ability to attract a wide audience. At the same time, they include elements typical of cinema: hints at the plot, the characters' faces, and the overall atmosphere, which transform the poster into a visual metaphor for the film. Accordingly, as artistic products, film posters maintain the main characteristics of the poster genre while also incorporating the visual and informative elements of the films they promote. Because of these characteristics, a film poster is distinguished by a mixed structure that combines visual, textual, and symbolic codes, making it not only an informational or promotional object but also a cultural artifact.

¹ This work was supported by Shota Rustaveli National Science Foundation of Georgia (SRNSFG) [grant number - GSDP-25-942].

Film posters, as a form of graphic art, belong to both the visual arts and mass communication. Their function is not only aesthetic, but also the rapid and emotional transmission of information. That is why the film poster is closely connected to advertising, the psychological influence on people, and ideological messaging.

By the early 1920s, the movie poster was no longer just a form of film advertisement. It became a visual manifestation of a new era - a space where modernism and the avant-garde together created a new cultural language. It was a period when art actively tried to free itself from old aesthetics and find new forms and ways of communicating with the audience. During this period, avant-garde movie posters rejected decorativeness and realistic illustration. Instead, these were replaced by sharp geometric shapes, asymmetrical compositions, photomontage, and dynamic rhythm. For constructivist artists, the poster was a functional object - a visual medium that had to deliver a quick and clear impact. Form was less important than content, which was subordinated to the ideological and social goals of the time, namely the formation of a new consciousness. This approach proved particularly effective for film posters. Film and poster art became a harmonious visual system. In the context of modernism, the film posters of the 1920s reflected the idea that art could shape a new reality. The poster no longer told a story - it created a mood, a rhythm, an energy. That is why the works of this era are still appreciated today, not as secondary graphics but as independent works of art.

The 1920s were a time of experimentation and creative freedom for Soviet film posters, as well as for other fields of art. One example is the poster for the 1927 film „Amok“ (directed by Kote Marjanishvili), which is housed in the Art Palace poster collections. The film’s artist is Valerian Sidamon Eristavi (1889–1943), a modernist painter, graphic artist, caricaturist, and theater and film designer. Although the poster artist is unknown, the work is still associated with Sidamon Eristavi, a matter that remains the subject of further research. The term „Amok“ is used as the film’s title; its full title is „Run Amok“. This psychological term describes a state in which a person suddenly loses self-control and is overcome by extreme, chaotic aggression. In this context, „running“ does not refer to physical movement, but

to uncontrolled behavior. This condition is an important emotional element of the film, and the director conveys it through a visual metaphor.

The frozen silhouette in the poster represents this exact state. The figure, captured in motion yet frozen in time, expresses elements of both escape and attack, reflecting the individual's inner psychological crisis and dramatic dynamism. The figure appears as a silhouette, without facial details. The object held in the hand can be interpreted as a weapon – a materialization of aggression. The anonymity of the character and the stark visual contrast draw the viewer's attention not to a specific hero, but to the phenomenon of a psychic explosion. This is entirely consistent with the modernist thinking of the 1920s, in which the movie poster is no longer merely an „illustration“ but an independent visual statement. Constructivism was the dominant direction in 1920s cinema and poster art. The dynamism of composition, bold silhouettes, concise use of color, and the geometric character of typography were especially clearly expressed in the film posters of Russian artists: Alexander Rodchenko (1891–1956), and the Stenberg brothers, Vladimir (1899–1982) and Georgii (1900–1933).²

The artistic solution responds precisely to this requirement: sharp contrast, a minimal color palette, simplified forms, and dynamic elements that capture the viewer's attention within seconds. Typography is as active an element as the image itself. The film's title, „AMOK“, is rendered in a Russian-style font in strict uppercase letters. The relatively small text is placed within geometric shapes, creating a structural framework for the composition. This transforms the text not only into an informational element but also into an active part of the visual composition – a hallmark of the constructivist approach, where text and image function as a unified visual mechanism and seem to become part of the action itself. As a result, the poster operates simultaneously as an artistic work, a means of advertising, and a unified visual metaphor for the film's narrative.

The poster in question is now seen not only as an advertisement for a specific film, but also as a visual document of the modernist

² А. Снопков., П. Снопков, А. Шклярчук, Русский Киноплакат, контакт-культура, 2002, ст. 9.

aesthetics of the 1920s - an era that elevated the movie poster to a fully developed art form. However, this creative freedom proved short-lived. From the 1930s onward, new experiments were gradually supplanted by Socialist Realism, which imposed a strict ideological framework on art. The art of the 1920s, including the movie poster, remains a period when visual language spoke most boldly, radically, and creatively about the future.

From 1921, when Georgia was Sovietized by the Bolsheviks, until the 1930s, modernism remained the dominant aesthetic in the country's cultural and artistic life. In the early 1930s, the era of Stalinist terror began in the Soviet Union. Modernism came to be considered artificial, mannered, and harmful. Free, expressive, and unconstrained art did not fit Bolshevik ideology, and the „Reds“ perceived it as a threat. Modernist visions were rejected, and only realistic images that glorified the working class and state ideology were accepted. The central themes - heroism and optimism - served as instruments for inspiring the masses and strengthening loyalty to the state.

Works of art depicted workers, peasants, and soldiers as heroes who sacrificed themselves for the common good. These idealized representations aimed to create role models who embodied strength, determination, and unwavering unity. For example, in painting and graphic works, artists typically illustrated industrial landscapes featuring cheerful workers who skillfully and proudly operated machinery. These images symbolically expressed the country's progress, technological advancement, and an optimistic vision of the future. Such representations, of course, masked existing problems and real hardships, offering society an ambitious vision of a bright future. From this perspective, Socialist Realism became a powerful instrument for shaping public perception, encouraging belief in communist ideals of collective success and a radiant future.

The state became stricter and took control over all aspects of life, and the arts became one of them. A new chapter began in Soviet propaganda - Socialist Realism, characterized by a uniform artistic style imposed by the state. This marked the beginning of a new era in visual communication. The rapid and effective dissemination of state

ideology was achieved most effectively through propaganda posters. These served as a powerful tool for shaping Soviet cultural identity and political loyalty. Posters from that period clearly demonstrate how strict censorship suppressed creativity and stifled alternative forms of expression. Artists were forced to comply with the principles of Socialist Realism; otherwise, they faced imprisonment or exile. According to Marxist-Leninist theory, art was to be „national in form and socialist in content“ and depict reality not simply as it was, but as it „needed to become“. Art was expected to be „partisan“, „popular“, and „ideologically correctly oriented“. Soviet posters, with their vivid colors and striking imagery, became the visual backdrop of the revolution.

In 1937, director Nikoloz Shengelaia adapted Leo Kiacheli’s work into the film „The Orange Valley“. The film’s artists were Ioseb (Soso) Gabashvili and Shalva Mamaladze. Ioseb Gabashvili was known as a graphic artist, painter, theater and film designer, illustrator, animator, and poster artist, having created numerous film posters in the 1920s. Shalva Mamaladze was also a painter and graphic artist, a film designer, and a writer on issues in Georgian art. Shengelaia’s film tells a story that emphasizes the strength of the collective farm and the inevitability of the defeat of its enemies.³

The main character is a young woman wearing a straw hat, a symbol of agrarian labor. She is not just a character – she represents collective work itself. Her smile is not personal; it reflects systemic happiness tied to the results of labor. This is evident in the way her gaze is directed toward a branch heavy with mandarins, which symbolically represent natural wealth, fertility, and the success of the socialist farm. The golden-orange tones of the poster clearly connect to the film’s title, „The Orange Valley“, acting as a metaphor for land made fertile and prosperous through hard work. In the upper right corner of the composition is a monochromatic image of an old man, symbolizing experience in labor and patriarchal stability. His face is serious and strict, yet calm, representing the moral foundation of the collective farm and the wisdom of the older generation. The bright, vividly colored face of the young woman contrasts with the

³ Tsitsishvili and Chogoshvili, History, 2013, p. 225.

man's monochrome image, creating a dialogue between generations - experience meets new energy.

In the lower part of the poster, a smiling peasant further reinforces the theme of labor. Here, the composition creates a three-level hierarchy: the woman as the central figure symbolizes the active future; the man represents moral authority; and the peasant embodies the everyday reality of collective labor. The colors of the poster reinforce the film's core message: yellow symbolizes the sun, wealth, and harvest; orange represents fertility; and green stands for life and nature. Unlike the experimental use of color in the 1920s, this palette serves ideological optimism. The painting is distinguished by realistic figures, monumentalization (enlarged faces), emotional clarity, and decorativeness, rather than experimental composition. Here, we see a classically balanced composition, ideologically „correct“ content, and the romanticization of labor. The main message is collective labor, happiness, and the future. The large, sharp font at the bottom of the poster is separated by a graphic line, making the text clear and informative.

This work is a classic example of a 1930s Georgian film poster. Here, the avant-garde experiments of earlier years have been replaced by clear ideological messaging. Individual feelings give way to collective optimism, and the visual language is entirely devoted to promoting the success of the socialist farm. It clearly demonstrates how Georgian film posters evolved - from the experimental modernism of the 1920s to the monumental Socialist Realist style of the 1930s.