

## D 186

февраль 1932 г.

Проект

### ДЕКЛАРАЦИЯ ОБЪЕДИНЕНИЯ РАБОТНИКОВ РЕВОЛЮЦИОННОГО ПЛАКАТА<sup>667</sup>

В основу всей общественно-политической и художественной работы Объединение ставит постановление Центрального Комитета партии от 11/III–31 г., выполнение которого и есть основная задача ОРРП.

1) Политический плакат, выдвинутый Октябрьской революцией и Гражданской войной, как одно из наиболее действенных средств классовой борьбы, разоблачающих врага и организующих самые широкие массы для борьбы с ним, должен стать в период строительства социализма и в борьбе за мировой Октябрь еще более мощным орудием агитации и пропаганды.

2) Содержание плаката – классовая борьба; его тематика – политическое веление, – благодаря плакатной форме исполнения, действующей на расстоянии, лаконичной, т.е. способной передавать содержание и тему в кратчайший срок, целеустремленной и доступной, – благодаря массовой форме продукции – искусства полиграфии – массовой по существу формы и быстро и ясно усваиваются массами (*так в тексте. – Сост.*). Чрезвычайная подвижность плаката, быстрота его выполнения, минимальная затрата средств при громадном количестве продукции выдвигает его на одно из первых мест агитации и пропаганды.

Изобразительный язык плаката интернационален, он понятен даже неграмотному. Плакатным языком, путем изображения и лаконической надписи, можно заставить говорить самые разнообразные материалы и средства в самых трудных и неудобных для других видов агитации условиях.

Плакат продолжает действие буквенной печати газеты и книги там, где эта печать перестает мобилизовать массы средствами своего воздействия и включает зрительно-цветовые и зрительно-эмоциональные напряжения через зрительный образ.

3) Плакатная форма, являясь вообще массовой формой, оплодотворенным социально-революционным содержанием приобрела новые формальные качества и в лице политического плаката (время военного коммунизма, революционного плаката Запада, современного плаката), представляет более высокую степень в развитии плакатной формы.

Буржуазный плакат периода капиталистической конкуренции, устанавливая формальные качества: броскость, дальнюю и быструю читаемость, действуя на

<sup>667</sup> Принята на общем собрании ОРРП 17 февраля 1932 г.

восприятие, память, ассоциацию и отреагирование зрителя, лишен возможности напрягать волю к решительному действию. Поэтому мы, беря отдельные лабораторные достижения буржуазной научной мысли о плакате (изучая их редакционные установки), мы должны особенно внимательно проверить и установить способность революционного плаката возбудить волю зрителя к действию и его организующие возможности. Изучая богатейший материал революционного плаката, революционной журнальной сатиры<sup>668</sup> (соприкасающейся формально и по способам воздействия с плакатом), изобразительного памфлета, и продолжать более углубленные лабораторные изыскания по линии работы над восприятием, усвоением и волевым напряжением массового зрителя.

4) Революционный плакат – орудие сегодняшнего дня. Он должен быть понят зрителем, для которого предназначен сегодня. С другой стороны – он является пионером нового массового, полиграфического искусства.

5) Революционный плакат периода строительства социализма, включая в себя все основные качества плаката, должен:

а) Как всякий вид искусства служить делу мировой революции и построению социализма в СССР.

б) Констатировать и передать в образах энтузиазм ударных бригад передового отряда рабочих и крестьян, заразить им всю остальную многомиллионную массу строителей социализма.

в) Быть всегда, везде, всюду незаменимым средством борьбы за промфинплан.

г) Служить средством интернационального воспитания широких трудящихся масс.

д) Обслуживать все мероприятия, осуществляемые партией и советской властью.

е) Быть средством борьбы за культурную революцию, за перевоспитание неграмотных и малограмотных в сознательных строителей социализма.

ж) Быть проводником технических знаний.

з) Находя самые различные формы, методы, выражения, понятные миллионным массам трудящихся, привлекая и призывая их, рассказывая им о задачах, поставленных партией, являясь пособием для изучения, повседневным воздействием мобилизовать волю масс на социалистическое наступление.

---

<sup>668</sup> *Рецепт* приготовления типичного сатирического журнального фельетона 1920-х – начала 1930-х гг. приводит писатель-сатирик А.Г. Архангельский: «Взять Пуанкаре, Муссолини, Ллойд-Джорджа, изрубить мелко на 800–1000 строк плотного корпуса, затем взять и истолочь двух меньшевиков и трех эсеров. Всё это хорошенько смешать и держать в портфеле дня три–четыре. Перед употреблением посыпать мировой революцией и подавать ежедневно по два столбца». (Архангельский А.Г. Подарок молодым журналистам // Крокодил. 1923. № 3. С. 298). После 1928 г. к этому рецепту необходимо стало добавлять троцкистов, а во второй половине 1930-х гг. – еще и бухаринцев и других врагов народа.

и) Возбуждать неусыпную бдительность рабочих и крестьян, выковывать боевую готовность и уверенность в победе и в решительной неминуемой схватке с капитализмом.

к) В решающих моментах борьбы, благодаря интернациональности своего языка, в самых разнообразных и неожиданных формах появляться в наиболее угрожаемых местах, взрывая цепи буржуазного обмана и насилия, будировать классовую ненависть и интернациональную солидарность.

б) Попытка сделать язык плаката ничего не говорящим для широкого зрителя – или наоборот умалить его специфические качества, есть попытка идеологического обезоруживания пролетариата со стороны его классового врага, есть влияние буржуазной идеологии. Борьба с этим есть повседневная задача объединения работников революционного плаката.

7) Господство живописных устремлений, без учета культурных и специфически национальных возможностей зрителя, оторванность от прямых запросов масс, с одной стороны, ультрапроизводственная установка, американизм, выхолащивающий идеологическую заостренность, с другой – превратила плакатную продукцию в нейтральную отписку от боевых задач коммунистического воспитания.

Разрыв между издательской деятельностью и работой соответствующих организаций, орудием которых должен бы быть плакат; почти полное отсутствие научно-исследовательской работы и научной литературы по плакату.

Игнорирование плакатной формы критикой и музеями.

Отрыв от методов художественной самодеятельности на заводах и предприятиях, в совхозах и колхозах по линии применения художественных средств борьбы с прогулами, браком, агитации за соцсоревнование, за выполнение промфинплана и т.д.

Отставание плаката от задач соц. строительства и классовой борьбы пролетариата (выразившееся, в частности, в самокопании внутри себя, формалистическом мудрствовании), отсталость основной части художественной интеллигенции от бурного культурного роста и многообразия трудового энтузиазма рабочих масс вызвали снижение внимания общественности к плакатной продукции, к ее роли в системе агитации и пропаганды, против чего и направлено постановление ЦК ВКП (б) от 11/III–31 г.

8) Конкретные задачи социалистического наступления, в условиях осложнившейся классовой борьбы поставленные в упор перед плакатной формой и работниками плаката, выявили целый ряд как формальных, так и идеологических недостатков.

а) Плакатная продукция большей частью однообразна по форме и за малыми исключениями анемична по содержанию. Результатом этого является ее слабая действенность, повторяемость и низведение ее к роли "обоев", т.е. к официально заклеенной стене.

б) Чрезмерная загруженность материалом вне графического образа, разрыв между зрительным образом и содержанием лозунга и подписи, и изображения ведет к полному уничтожению смысла плакатной формы в ее специфических достоинствах.

в) Консерватизм формы, несоответствующий задачам проникновения плаката вплотную к зрителю, к станку, в общежитие, в комнату не дает полного развития плаката и лишает плакат всепроникающей подвижности и гибкости.

г) Неучет возможности стать орудием повседневной работы парткабинетов, культсекторов, научно-исследовательских и сельхозкружков, кружков ликвидации неграмотности и т.д. снижает роль плаката в культурной революции.

д) Недооценка художественной самодеятельности масс на предприятиях, в колхозах и совхозах оставляет многие материалы и методы работы над плакатами бездейственными.

Выше перечисленные причины приводят к тому, что плакат теряет от 50% до 100% своего воздействия.

9) Так как плакатная форма, утвердив себя как одно из незаменимых и мощных средств классовой борьбы и воспитания широчайших масс, может в разгар борьбы сыграть одну из решающих ролей, и так как только конвейер творческой работы способен поднять и выполнить всю сумму задач, стоящих перед плакатной формой, и необходимо объединение художественных, литературных, издательских, научных работников полиграфистов, непосредственно создающих и участвующих в создании и распространяющих выпущенную в свет плакатную форму, чтобы совместно с рабочей общественностью поднять качество плакатной продукции до степени превращения ее в действительное орудие партии пролетариата, строящего социализм и борющегося за свержение капитализма.

Объединение ставит своей целью в повседневной работе мобилизовать внимание кадров художников-плакатистов на устранение всех недостатков, на реализацию задач, поставленных постановлением ЦК ВКП (б) о плакатной литературе. Главной задачей общества является борьба за политическую грамотность, за большевистскую активность кадров в деле перестройки действительности. Общество ставит перед каждым своим членом четкую и прямую задачу овладеть марксистско-ленинским мировоззрением.

Борьба за мировоззрение – вот лозунг, над которым будет работать, учиться и расти каждый художник-плакатист. Борьба за творческую эмоцию на основе пролетарского мировоззрения. <...>

Основными мероприятиями Объединения работников революционного плаката (ОРРП) являются:

а) Создание прочной производственной базы вместо распыленных, разобщенных между собой отдельных производителей, случайно закрепившихся на той или иной форме массовой продукции с издательским и редакторским аппаратом во главе, с научными исследовательскими лабораториями, с рационализацией художественного труда, с повседневным политическим руководством, с

четкой спецификацией полиграфической базы, непосредственно увязанной с этим производством, взятой на общественный буксир соцсоревнования и ударничества.

б) Постановка научно-исследовательской работы по линии изучения:<sup>669</sup> воздействия плаката на рабоче-крестьянского зрителя, максимальной видимости при различных условиях освещения, времени восприятия, учет организации воли к действию и т.д.

в) Изучение способов применения плакатной формы как средства повседневной агитации и пропаганды с привлечением самодеятельного изоактива и культактива предприятий. Организация наиболее выгодной системы расклейки по улицам и использование на предприятиях, обеспечивающее возможность 100% воздействия миллионной плакатной продукции.

Разработка на основании этого специальных руководств для рассылки предприятиям и соответствующим политико-просветительным учреждениям.

г) Организация специального музея плаката и др. средств и способов наглядной и массовой агитации и пропаганды, который должен включать в себя образцы мировой плакатной культуры до последнего времени, современные виды плакатов внутренних и наружных средств наглядной пропаганды, образцы уличного оформления, оформление демонстраций и революционных празднеств, с премированием авторов этих произведений изобразительного искусства.

Создавая кадры, вырабатывая методы работы, объединяя конвейер творческих сил, борясь за классовое мировоззрение и свободную в нем эмоцию художника, базируясь на материале полиграфии – нового массового искусства – участвуя в создании пролетарского искусства, ОРРП по-боевому выполнит задания ЦК ВКП (б), возложенные на Объединение.

*Д. Моор*

*РГАЛИ. Ф. 1988. Оп. 1. Д. 33. Л. 11–19.*

---

<sup>669</sup> Здесь и ниже подчеркнуто в документе.