

## D 224

19 ноября 1936 г.

"ИЗОГИЗ"

### **СТЕНОГРАММА СОВЕЩАНИЯ ПО ОБСУЖДЕНИЮ КАЧЕСТВА ПЛАКАТНОЙ ПРОДУКЦИИ "ИЗОГИЗа" ЗА ДЕВЯТЬ МЕСЯЦЕВ 1936 г.<sup>831</sup>**

от 19/XI–36 г.

Тов. Драудин<sup>832</sup>: сегодня у нас будет обсуждение плакатной продукции "ИЗОГИЗа" за 1936 г. Большинство плакатов вывешено, остальные разложены на столе. Я предлагаю товарищам высказываться. Предоставляю слово для вступительного доклада тов. Поволоцкой.

Тов. Поволоцкая: Мой доклад называется – "Продукция плакатного сектора «ИЗОГИЗа» за 10 месяцев", но в действительности это наша годовая продукция. По названиям на сегодняшний день план выполнен на 129% и на 106,7% по листажу. В производстве находятся только 7 плакатов. Выходили в 1936 г. и некоторые плакаты 1935 г. В связи с текущими политическими событиями мы выпустили несколько плакатов сверх плана.

В каком положении мы работали, в чем наши достоинства и недостатки? В этом году со стороны директивных партийных организаций, и в особенности – со стороны ЦК, нам было уделено большое внимание. Плакаты – это наглядная форма агитации, очень доходчивая до каждого.

В этом году мы имеем известное улучшение качества нашей продукции.

Большое количество снимков с наших плакатов появляются во всей печати, как центральной, так и районной. "Союзфото"<sup>833</sup> специально клиширует большинство наших плакатов. Перед основными политическими кампаниями к нам приезжают работники из Воронежа, Киева, Харькова и др. мест, фотографируют наши плакаты, и они входят как компонент в политические кампании газет. Это говорит о том, что тот образ, который мы даем в плакатах, удовлетворяет прессу. Но мы совершенно не имеем критики на нашу плакатную продукцию,

---

<sup>831</sup> На совещании, проходившем в *ИЗОГИЗе*, присутствовали представители этого издательства, КОГИЗа и художники.

<sup>832</sup> Драудин Теодор Янович – партийный работник, занимался вопросами культуры в МК партии.

<sup>833</sup> *Союзфото* – агентство фотоинформации. Располагало большим штатом репортеров, архивом и полиграфической базой по всей стране. Среди прочего, агентство организовывало специальные бригады для съемок сюжетов на темы индустриализации, стахановского движения и т.п.

несмотря на решение ЦК. Все газеты и повременные издания обязаны были давать рецензию на нашу продукцию, но этого не делается.

Мы встречаем равнодушное отношение со стороны нашей художественной общественности: художники-живописцы считают плакат второстепенным вопросом. Плакатистов в художественной организации МОССХ затирают. Замечательные мастера плаката работают в гораздо худших условиях, чем живописцы. МОССХ совершенно не усвоил политического значения плакатного дела. Плакатная секция в загоне.

Весь смысл нашей работы в последний период – это борьба за плакатный образ, понятный массам, высокохудожественный по своему полиграфическому оформлению. По красочной печати мы имеем сейчас много трудностей.

Мы имеем хорошие результаты, например, в плакатах "Свободу пленникам фашизма" или "Ловушка-церковушка", где тремя красками достигнут большой эффект.

Но наряду с этим мы получаем испорченные плакаты, например, плакат "Право на труд"<sup>834</sup> в оригинале выполнен хорошо, а в печати всё совершенно смазано, в то время как для производства он представляет собой несложный, штриховой плакат.

У нас в литографиях в Ленинграде лежат плакаты. Нам снижают норму, в то время как Учпедгиз имеет полную норму, и поэтому, например, не выйдет в нынешнем году в декабре плакат "Красная армия – слава народа".

Какие требования мы предъявляем к нашим художникам-плакатистам? Мы хотим, чтобы образ в плакате максимально выражал тему. Это первое.

У нас было много трудностей с работой художников по созданию нового типажа, но в этом году у нас есть известные достижения. В этом плане большая работа проделана в том отношении, чтобы в плакате дать положительный тип человека – строителя социалистического государства. В прежних плакатах эта тема не имела отражения. Кроме этого, надо было дать в плакате ряд портретов.

Плакат "К борьбе за рабочее дело – будь готов!" выполнен плохо полиграфически, но в оригинале он неплохой.

Пришлось также вести борьбу с излишней детализацией в плакате.

Хорошие плакаты: "Зорко охраняй социалистический урожай", "Играй в теннис".

У нас есть кадры, которые постоянно работают над плакатом. Молодежь, которую выращивает т. Горощенко в Изоинституте<sup>835</sup>, имеет и хорошие и плохие

---

<sup>834</sup> Были выпущены плакаты, посвященные различным правам ("на труд", "на образование", "на отдых"), гарантированным гражданам по новой Конституции СССР, проект которой был обнародован в июне 1936 г. и широко рекламировался пропагандой.

<sup>835</sup> Институт ведет историю от основанного в 1843 г. Московского училища живописи, ваяния и зодчества (МУЖВЗ). После 1917 г. училище было преобразовано во 2-е мастерские СВОМАС, в 1920 г. – во ВХУТЕМАС, реорганизованный в 1926 г. во ВХУТЕИН. В 1930 г. последний был разделен на ряд само-

качества. Например, т. Горяев: хорошо работает по композиции, но плохо рисует. Вопрос о плохом рисунке это то, во что мы упираемся в вопросе о кадрах, и многие плакаты неудовлетворительны по рисунку. У нас не работает ряд мастеров, которых мы хотели бы иметь, например, Дейнека, Сергей Герасимов. Мы обращались к ряду товарищей, просили их у нас работать, мы могли бы дать им полную возможность для работы. Отказ от нашей работы часто происходит оттого, что легче рисовать цветочки и арбузы, чем продумать и дать образ в плакате, и трудность нашей работы лежит в самой теме, в её осуществлении.

Несколько слов о редакторах плакатного сектора. У нас мал аппарат для этой работы, которую мы ведем. Два года у нас нет заведующего плакатным сектором, и я являюсь и зав. сектором, и редактором. Как работает редактор над плакатом? Вот, например, как я работала над плакатом "Наши дворы – для детворы". Я говорила с детскими учреждениями об этом плакате. В нем надо было показать, что нашей детворе хорошо во дворе, потому что там чисто, устроены специальные места, где дети могут играть, и никто не будет им мешать; что дети наши здоровые и веселые.

Какие недостатки в нашей работе? Художники не додумывают образ до конца. Мне трудно работать с Дени, который требует, чтобы ему точно сказали, что он должен нарисовать. Редактор должен обязательно до конца осмыслить образ и решить тему. Не надо навязывать художникам образ, но для самого редактора эта тема должна быть ясна. В этом отношении есть случаи, когда товарищи работают очень хорошо, но есть и трудные темы. Например, в плакате "Жить стало лучше, жить стало веселее"<sup>836</sup> мало представить человека с цветочками и показать, что он танцует. У нас есть ряд случаев, когда редактор недостаточно проработал тему, и когда художники не продумали образ.

Но есть у нас и хорошие художники, например, Караченцев, Говорков, Урбетис, которые внимательно относятся к своему заданию. Плакат "Каждый про-

---

стоятельных институтов, графический факультет вошел в состав издательского факультета Полиграфического института. В 1934 г. на его базе создан Московский институт изобразительных искусств с графическим факультетом (позже также и скульптурным), где преподавались, в частности, монументальная и станковая живопись, книжная и станковая графика, театральное-декорационное искусство. В 1937 г. институт переименован в Московский государственный художественный институт (МГХИ), с 1948 г. – МГХИ им. В.И. Сурикова, с 1992 г. – академический. (См. выше примеч. 653).

<sup>836</sup> Из речи И.В. Сталина на Первом всесоюзном совещании стахановцев 17 ноября 1935 г.: «*Каковы корни стахановского движения? <...> Основой стахановского движения послужило прежде всего коренное улучшение материального положения рабочих. Жить стало лучше, товарищи. Жить стало веселее. А когда весело живет, работа спорится*». Эти слова, повторенные Сталиным две недели спустя на заседании передовых комбайнеров и широко подхваченные пропагандой, послужили темой и для многих плакатов. (См. также ниже примеч. 782)

давец – за культуру боец" (Урбетис) неплохой, но лица в нем испорчены. Неплох плакат "Стахановские нормы", его одобрили Стаханов<sup>837</sup> и Саркисов<sup>838</sup>, но лица в нем также неудачны. Художник Урбетис заботится об образе, а лица он почему-то считает мелочью. Много думают над темами Моор, Кейль, Мельникова. Плакат Дени "Фашизм – это война" – убедительный. К сожалению, он заимствован у Гартфильда (даже перышки у голубя такие же).

Нам надо помочь в отношении полиграфической базы, нам нужна хорошая печать, а то нас все время направляют на "Гудок"<sup>839</sup>, а Моор говорит, что на "Гудке" его плакаты портят. В отношении редакционной работы нам надо работать еще лучше, чем сейчас, надо растить кадры молодых художников. Мы уже ряду художников значительно помогли в работе, но их работу надо стимулировать. В "Горлитиздате" за лучшие книги людей премируют. У нас тоже надо было бы в год премировать 2–3 плаката. Это поднимает интерес художников к их работе. Наша продукция расходуется очень быстро, но художник хочет, чтобы его лучшие вещи смотрели дольше и внимательнее. Надо было бы сделать такую доску, как, например, имеют "Правда" и "Вечерняя Москва" и вывешивать наши лучшие плакаты раз в 5-дневку. Сколько, например, было разговоров о плакате "Счастливые родятся под советской звездой".

Я не считаю, что продукция 1936 г. является венцом нашей работы и плакатного творчества. Есть у нас ряд слабых, серых, невыразительных и плохо напечатанных плакатов.

---

<sup>837</sup> Стаханов Алексей Григорьевич (1905–1977) – забойщик угольной шахты *Центральная–Ирмино* в Донбассе. В ночь с 30 на 31 августа 1935 г. вырубил отбойным молотком за смену (то есть, за 5 часов 45 минут) 102 тонны угля при норме 7 тонн, таким образом, превысив норму в 14,5 раз. Рекорд был подготовлен Донецким обкомом партии и администрацией шахты и приурочен к Международному юношескому дню (МЮД). 19 сентября Стаханов повторил трудовой подвиг и установил новый рекорд – 227 тонн угля за 6 часов. В условиях второй пятилетки увеличение производительности труда объяснялось острой экономической необходимостью, поэтому сразу был дан старт всесоюзному *стахановскому движению* во всех отраслях промышленности и сельского хозяйства. Всего через три месяца, 17 ноября 1935 г., в Москве было создано Первое всеобщее совещание стахановцев, на котором выступил И.В. Сталин. Пропаганда придавала движению огромное значение, ему уделялось внимание в лекциях, печати, плакате, изобразительном искусстве, кино, театре, песнях и т.д. В 1936 г. А.Г. Стаханов был принят в партию по решению Политбюро ЦК ВКП (б) без кандидатского стажа, зачислен в Промакадемию, избран в Верховный Совет СССР, награжден орденом Ленина, получил отдельную квартиру и легковой автомобиль. Во второй половине 1930-х гг. стахановское движение в СССР являлось существенным фактором интенсификации производства и повышения производительности труда. Его распространение сопровождалось не только и не столько побуждением, прославлением лучших стахановцев в средствах массовой информации, но и материальным поощрением – их заработки были несопоставимы с зарплатой обычных рабочих, они имели возможность пользоваться спецраспределителями, талонами на льготную покупку предметов роскоши тех лет – мотоциклов, автомобилей и т.д., в первоочередном порядке обеспечивались бесплатным жильем, путевками в санатории, дома отдыха, местами для детей в яслях и детских садах и т.п. (См.: *Журавлев С., Мухин М. «Крепость социализма»: повседневность и мотивация труда на советском предприятии. 1928-1938 гг. М., 2004. С. 120–124).*

<sup>838</sup> Первый секретарь Донецкого обкома ВКП (б) С.А. Саркисов был одним из инициаторов рекорда А.Г. Стаханова.

<sup>839</sup> Имеется в виду типография советской ежедневной транспортной газеты *Гудок* (орган НКПС). До 1917 г. эта крупная и современная типография принадлежала одной из старейших российских газет *Московские ведомости*, выходившей с 1756 г.

Например, одна из важнейших тем – об Испании<sup>840</sup>, несмотря на выпущенные 3 плаката, не отразила героической борьбы Испании. Из них лучший плакат – "Фашизм должен быть побежден", но портрет Долорес Ибаррури<sup>841</sup> я считаю слабым, безжизненным, неэмоциональным. Плакат "Руки прочь от Испанской Республики" сделан механистически. Есть успехи в плакатах в том отношении, что они не загромождены деталями. Хороший плакат "Кого мы били" Кукрыниксов, хороший пушкинский плакат<sup>842</sup>, "Свободу пленникам фашизма", "Работать по-стахановски".

Тов. Кравченко зачитывает доклад Кауфмана о плакатной продукции 1936 года.

Тов. Карнаухов (КОГИЗ). Ассортимент плакатной продукции 1936 года значительно меньше ассортимента предыдущих 2-х лет. <...> Казалось бы – если меньшее количество названий, меньший тираж и листаж, плакатная продукция должна быть лучше. Несмотря на то, что мы имеем перевыполнение плана почти на 150% в названиях, есть характерные указания со стороны потребителя, который не доволен нашей продукцией. Например, мы имеем плакат "Наши дворы – для детворы", за который нас наши потребители, в частности, педагоги, ругают, говоря: "Мы запрещаем детям так качаться, а вы агитируете за такие качели". Не нравятся потребителям плакат Дени "Фашизм – это война", также это касается и плаката "Фашизм – безудержный шовинизм". Наши потребители – это партийные и профсоюзные (далее страница стенограммы в деле обрезана. – Сост.). <...> Потребитель одобряет плакаты "Кадры решают всё"<sup>843</sup>,

<sup>840</sup> Имеется в виду Гражданская война в Испании 1936–1939 гг., в которой на противоборствующих сторонах (республиканского правительства и мятежников-франкистов) принимали участие как германские, так и советские военные. Теме этой войны политическая пропаганда уделяла огромное внимание: сводки и репортажи с фронтов регулярно публиковали центральные газеты, во всех кинотеатрах перед началом показа художественных фильмов крутили выпуски советской кинохроники «К событиям в Испании», этой теме посвящены произведения художественной литературы и изобразительного искусства, а также многие плакаты.

<sup>841</sup> Ибаррури (Ibarruri) Долорес (1895–1989) – с 1932 г. в руководстве Коммунистической партии Испании. Во время гражданской войны 1936–1939 гг. одна из организаторов Народного фронта борьбы против фашизма. В 1939–1977 гг. находилась в эмиграции в СССР, одновременно являясь (с 1942 г.) генеральным секретарем Компартии Испании.

<sup>842</sup> В январе 1937 г. с большим размахом отмечалось столетие со дня гибели А.С. Пушкина. Этому событию, подготовка к которому началась заранее, придали характер важной пропагандистской кампании. *Правда* напечатала ряд редакционных статей о Пушкине, воспринимавшихся как партийные директивы. По всей стране – на заводах и фабриках, в колхозах и совхозах, в воинских частях, в учебных заведениях, в клубах, парках культуры и т.д. – организовывались бесчисленные пушкинские чтения, лекции, выставки, концерты, театральные постановки. Образ поэта-патриота, созданный пропагандой, должен был служить примером. Были переизданы многотысячными тиражами сочинения А.С. Пушкина, включая переводы на языки народов СССР. Массовыми тиражами выпустили также множество плакатов.

<sup>843</sup> Слова из речи, произнесенной И.В. Сталиным на приеме в Кремле выпускников военных академий Красной армии 4 мая 1935 г.: «Раньше мы говорили, что "техника решает всё". <...> Мы ликвидировали голод в области техники и создали широчайшую техническую базу. <...> Но это далеко и далеко недостаточно. Чтобы привести технику в движение и использовать ее до дна, нужны люди, овла-

"Выше знамя Маркса, Энгельса, Ленина, Сталина" (плакат идет 3-м изданием), плакат Стенберга "План, подписанный Сталиным, не может быть не выполнен". Очень нравится плакат о МОПРе и не нравятся антирелигиозные плакаты.

Об Испании нравится плакат Клинка, но в портрете Ибаррури считают, что нет сходства. Плакат Кукрыниксов "Кого мы били" нравится, также плакат "Спасибо т. Сталину за счастливое детство". Нас ругают за то, что в плакатах отсутствует ряд тем. Никто в Советском Союзе не занимается изданием плакатной продукции инструктивного характера. Отсутствуют медицинские профилактические плакаты, сельскохозяйственных нет лозунгов. Мы часто продукцию выпускаем после политических кампаний. В прошлом году вышло 92 плаката, т.к. в производстве опоздали 42 названия, среди которых были очень актуальные. "Да здравствуют бесстрашные летчики". Один плакат, "Братство народов", который должен был выйти в октябре, вышел 3 ноября и нигде не был получен вовремя. <...>

Тов. Горощенко: За этот год заметны некоторые положительные сдвиги в продукции "ИЗОГИЗа". Основной недостаток плакатов – типаж, все еще нельзя считать удовлетворительным. Как будто бы все правдиво, но в результате – механически срисованное с фотографии изображение. Выставки Серова, Репина показали, как можно дать живой типаж, и в плакате сказывается неумение наших художников, которые глубоко не переживают то, что они изображают, и эмоциональной взволнованности мыслью, которую художник должен передать зрителю, мы не видим. Вот, например, плакат "КИМ". Мы видим две головы – девушки и юноши, но плакат эмоционально действует мало. Если же мы возьмем плакат "Свободу узникам фашизма", то он волнует потому, что художника эта тема трогала. Всем нашим художникам надо глубже и серьезнее относиться к своей плакатной работе.

В оформлении мы видим две крайности – или художник берет чистую краску, или он вводит белила, и тогда всё получается "мягко, благородно и цельно", но в результате плакат невыразительный и цвет решен примитивно. У наших художников нет артистичности, свободы в выражении темы в цветовых образах, умения дать их так, чтобы они волновали зрителя. Плакат "Фашизм должен быть побежден" лучше, чем плакат "На помощь детям и женам героической Испании", где всё сделано тщательно, но без порыва и внутреннего огня.

Художники наши в значительной мере забыли плакат, целый ряд художников предпочитает работать в области живописи, считая работу по плакату ниже своего достоинства. Живопись – прекрасное искусство, но и плакат тоже дол-

---

*девшие техникой, нужны кадры. <...> Надо, наконец, понять, что из всех ценных капиталов, имеющих в мире, самым ценным и самым решающим капиталом являются люди, кадры. Надо понять, что при нынешних условиях "кадры решают всё"». Речь была отредактирована и опубликована в центральных советских газетах 6 мая 1935 г., в тот же день в передовой статье *Правды* её назвали «одной из замечательных речей в мировой истории».*

жен быть значительным искусством, и я думаю, что в скором времени мы придем к такому положению, когда художники, которые временно оставили плакат (например, Дейнека, Черемных и другие) будут снова работать над ним.

Кукрыниксы уже начинают работать над плакатом. Художественная школа за 6–7 лет выпустила <некоторых> плакатистов, которые активно работают, например, Кукрыниксы, Урбетис и т.д. Но у нас был чрезвычайно маленький выпуск в прошлом году и в этом году тоже. Два года тому назад мы выпустили 6 художников, 4 из них уехали на периферию, а 2 работают по живописи, например, Кокорин – делает прекрасные акварели, а по плакатам не работает. Надо, чтобы "ИЗОГИЗ" более активно привлекал художников к работе. Меня удивляет, почему Моор, который является художником определенного толка, умеет передать большую напряженную ситуацию, дать ощущение борьбы, и который мог бы сделать замечательные плакаты об Испании, этого до сих пор не сделал. Его надо привлечь.

Рисунок – это наша общая беда. Мы много лет не учились рисовать. Вот почему фигуры получаются мертвыми. Это происходит оттого, что у нас нет свободного рисунка, как, например, у Серова или Репина. Сейчас нельзя ограничиваться схематическим плакатом, как это было одно время. У Моора есть свой метод и стиль плаката, но плакат может быть и иного порядка.

В плакате Стенберга знамена сделаны трафаретно. Плакат "Речь Сталина" плохо отпечатан. Может быть, его не надо было давать сплошной полосой, он как-то вял по цвету. Плакат "Право на образование" неплохой, но в одежде пестрит белый и голубой цвет. В целом ряде плакатов не хватает движения: на многих плакатах мы видим человека, изображенного как статуя, и, естественно, живой образ пропадает. Но в целом в 1936 г. есть положительные сдвиги по сравнению с плакатами 1935 г. и 1934 г., теперешние плакаты всё же живее и интереснее.

Тов. Морозова: Я хочу сказать об условиях работы плакатистов, которые далеко не на высоте. Плакатисты никогда не бывают в творческих командировках. Мы имеем возможность над собой работать, когда сами даем себе отпуск или отдых, в то время, как живописцы обставлены в этом смысле гораздо лучше. Кроме того, при печати часто так искажаются оригиналы, что их нельзя узнать. Поэтому многие художники становятся живописцами: выставленная картина всеми смотрится, обсуждается, художник на этой критике учится. Должны быть организованы выставки плакатов. Печать плакатов большей частью неудовлетворительная.

Когда я делала плакат "Наши дворы – для детворы", я встречалась с педагогами и говорила с ними на эту тему. <...>

Тов. Драудин: Развеска плакатов в школе или на улице должна быть сообразована с местом. Сколько я ни был в колхозе или во время празднеств в городах, плакаты так повешены, что они никак не выделяются.

Тов. Кравченко: Большим недостатком нашего сегодняшнего собрания является отсутствие потребителя. Мы разговариваем друг с другом, и это мало

продуктивно. Поэтому обязанностью и "ИЗОГИЗа", и КОГИЗа является устроить целый ряд выставок на производствах и там собрать мнения потребителей о плакате. Это будет полезно и для художника, и для редактора. КОГИЗ понимает свою роль лишь как торговца. С плакатами так не обращаются. Плакат – это самое большое оружие нашей пропаганды, это доведение до массы зрителей наиболее быстро и наиболее убедительно политических задач сегодняшнего дня. КОГИЗ должен организовать потребление плакатов, а не механически их распространять. Таковую цель КОГИЗ себе в ближайшее время должен поставить.

Относительно недооценки положения художников-плакатистов. Это верно, но это наша ошибка, товарищи плакатисты. И кто-то правильно сказал, что плакатист больше всего думает. Это верно, т.к. ему надо воплотить в пластической форме сложный образ. Плакатистам надо уделить большое внимание и в прессе, и в художественных организациях, дать им возможность видеть жизнь. Живописец едет на Донбасс, на Днепрострой, а для плакатистов этого не делают. Работа плакатиста очень интересна и многообразна, т.к. плакат не только агитирует, но играет и декоративную роль. Плакатист должен думать, где будет висеть его плакат – на улице или в клубе. Тов. Горощенко, отмечавший застывшие формы в плакате, прав, но с другой стороны, мы должны дать в плакат монументальность. Все хвалили плакаты военного коммунизма. Они хороши, т.к. они родились в огне Гражданской войны, художники жили идейно, и сейчас художник-плакатист много думает и дает большой образ, и последние плакаты всё же раскрывают образ нового человека нашей страны.

Отношения художника и редактора. Это сложный вопрос. Здесь редактор играет сотворческую роль, и указать границы участия редактора в создании художественного образа трудно. Мне кажется, что иногда результаты этого творчества были удачны, но в некоторых случаях, когда редактор не додумал темы с художником, получалось её обеднение, а иногда и ложное толкование.

Я хотела отметить ряд удачных и неудачных плакатов (дает анализ плакатов).

Тов. Михальская: работа редактора с художником очень трудна потому, что надо к каждому художнику подойти индивидуально. Если взять плакат Караченцова "МОПР" и Кейля "Право на труд", то как редактор работал в одном и в другом случае? Я достала для Караченцова в ЦК МОПРа очень интересный материал – письма из фашистских тюрем, которые очень ярко описывают жизнь в фашистской тюрьме. И этот материал так подействовал на Караченцова, что видно, что он делал плакат с большим воодушевлением, он чувствовал эту тему. Конечно, если бы я работала с Кейлем, то я бы не искала ему этот материал, т.к. это художник, который знает фашистское подполье, сам сидел в фашистской тюрьме, и он сделал бы эту работу без всякого материала. Как я работала с Кейлем над его плакатом "Право на труд". На одной стороне плаката показана фашистская страна, тяжелое положение рабочих, безработица. Это сделано замечательно, т.к. это тема Кейля. Как он сделал вторую часть? Я

объяснила Кейлю, что слова т. Сталина "Жить стало лучше, жить стало веселее" означают также, что мы сейчас стали жить более зажиточно, хорошо одеваться и т.д., что составляет сейчас нашу материальную культуру, и просила его дать радостное отражение в типаже. Надо знать, какому художнику какую тему давать. Плакаты на тему об Испании не совсем удачны. Плакат с Долорес Ибаррури – самый лучший, т.к. он эмоционален и призывает к борьбе с фашизмом.

Мы просмотрели все снимки по Испании. Я послала художника (т. Шубину) смотреть кинохронику, и она произвела на нее такое впечатление, что она потом работала над плакатом, не отрываясь всю ночь.

У нас всегда срочная работа над плакатом, и это отражается на продукции. Надо было бы ввести, чтобы в секторе были производственные совещания, на которых обсуждалось бы решение темы.

О системе редакторской зарплаты. Мы не будем жертвовать своим именем, чтобы заработать лишних 100–200 руб. Нам самое важное, чтобы плакаты, которые подписаны нашим именем, были хорошие. Но, с другой стороны, система зарплаты стимулирует работу редактора, т.к. за плохой плакат, который не проходит, он не получает ни копейки. Надо плакаты, так же, как и газеты, расклеивать на стенке, т.к. они играют актуальную политическую роль.

Тов. Малкин: К нашему счастью, вопрос о роли плаката не упирается в общественное настроение. Нельзя административными мерами поднять интерес общественности. Если вы наблюдаете за постановлениями ЦК, вы (*далее в тексте пропуск строки. – Сост.*) <...> настроениям, что якобы роль агитации сейчас снизилась. Плакат – это наиболее яркое выражение агитации. На будущий год мы вступаем в такую полосу нашей жизни, где плакату будут обеспечены самые широкие перспективы. На фабриках существуют наши плакаты и играют большую роль, несмотря на отвратительную работу КОГИЗа.

Только в 2–3 магазинах можно встретить культурное обслуживание продавцов. Надо создать в Москве художественный магазин, где будут художники-искусствоведы разговаривать с отдельными передовиками производства, надо устроить показательный центр плакатов, где бы в книге велись записи покупателей. Надо, чтобы были культурные продавцы, заинтересованные в пропаганде нашей продукции и чтобы мы через них имели отклики на нашу продукцию, которым можно доверять (*так в тексте. – Сост.*).

Художники сами должны работать над материалом. Роль редактора очень большая. Надо знать индивидуальность художника, его кровные интересы. Я считаю очень низкой редакционную оплату. Материальный стимул имеет большое значение.

Мы возьмем на себя обязательство через свой райком пригласить 20–30 человек рабочих на обсуждение плакатов. Через месяц мы снова встретимся в этой обстановке и выявим среди такой группы рабочих-потребителей, как принимается наша продукция. Поведем стенограмму нашего обсуждения, покажем им целый ряд вещей и зададим вопросы.

Относительно витрины. 2–3 раза в год мы развешиваем плакаты, это надо делать и КОГИЗу регулярно.

Тов. Драудин (заключительное слово). Следующий просмотр плакатов, мы надеемся, пройдет более организованно, и мы сумеем лучше обозреть нашу продукцию. Тов. Малкин подчеркнул то огромное значение, которое имеет плакат. ЦК нашей партии уделяет большое внимание плакатному делу. Было решение ЦК по плакатам и их роли в международной обстановке, и грядущие выборы выдвинут политическую роль плаката еще больше, выдвинут, кроме политического, еще культурное значение его.

"ИЗОГИЗ" в отношении создания агитационного и культурного плаката в 1936 г. некоторые достижения имеет, но наряду с этим есть ряд неудавшихся плакатов и по замыслу, и по оформлению. Здесь подчеркивалось, что совершенно нет критики плаката. Значительная часть плакатов полиграфически оформлена неудачно. Красочный комбинат будет создан в 1940 г., но сейчас у нас есть офсет, тифдрук<sup>844</sup>, которые надо уметь использовать. Тут мы берем вину на себя, т.к. у нас соответствующих кадров, которые умели бы этими машинами вполне владеть, не имеется. И здесь мы нажмем на полиграфию, примем меры, чтобы эту проблему разрешить; но и сам "ИЗОГИЗ" должен думать о том, как оформить данный плакат. Краски должны определяться в редакции, тут и художник должен помочь. Политическое значение плаката во время Гражданской войны было огромное, но и сейчас мы уделяем плакату большое внимание, и "ИЗОГИЗ" должен создать такие условия, чтобы не было бегства плакатистов из издательства.

Плакаты "ИЗОГИЗа" об Испании свидетельствуют о его неспособности. Если вы с такими достижениями придете к другим политическим событиям, то провал будет неизбежным.

Выводы нашего сегодняшнего совещания:

1. Созвать совещание, на котором присутствовали бы рабочие и другие основные потребители плакатной продукции, заведующие клубами и т.д., которые могли бы со своей точки зрения обсуждать качество плакатов.

2. "ИЗОГИЗ" должен подумать о привлечении более широких кадров художников и проработать вопрос о материальной, правовой и проч. сторонах их работы. Неплохо было бы организовать нечто вроде ателье с выставкой лучших оригиналов, также показать и брак, сопоставлять плакаты-оригиналы с тем, что вышло из типографии.

3. Вопрос о конкурсе плакатов (главным образом о поощрениях) пусть "ИЗОГИЗ" проработает и внесет на утверждение в ОГИЗ.

4. Относительно КОГИЗа. Он отвратительно работает в плакатном отношении. Плохо развешивают плакаты. Может быть, плакат надо наклеивать на папку <картон>. Надо, чтобы хороший плакат сохранялся более долгое время.

<sup>844</sup> *Tiefdruck* (нем.) – глубокая печать.

5. Если плакат хороший, то надо, чтобы автора его знали. Мы требуем фамилию автора на обложке книги, то же самое должно быть и в отношении плаката. Имя автора должно быть четко выяснено.

Надо созвать новое совещание более тщательно, с приглашением потребителей, причем не только рабочих, но и заведующих клубами, изокружками.

Надо, чтобы "ИЗОГИЗ" продумал вопрос взаимоотношений между издательством и плакатистами.

Надо устроить совещание с художниками, работающими на офсете, с типографщиками, пригласить полиграфистов из "Гудка", "Ивана Федорова", "Печатного Двора"<sup>845</sup>.

К плакатистам нет достаточного внимания, надо поднять интерес общественности к плакатам.

На этом совещание заканчивается.

*РГАЛИ. Ф. 2943. Оп. 1. Д. 1977. Л. 1–8.*

---

<sup>845</sup> Типография *Печатный Двор* основана в Санкт-Петербурге по специальному указу Николая I от 4 октября 1827 г. о создании типографии для печатания *государевых бумаг*. Обслуживала царскую канцелярию и двор, печатала материалы Государственного совета, Государственной Думы, а также все своды законов Российской империи. К 1914 г. в ней работали 1000 человек. После октябрьского переворота *Печатный Двор* частично сохранил свою роль государственной типографии – здесь издавались все материалы съездов, а также сочинения В.И. Ленина, И.В. Сталина и т.п. Кроме того, типография печатала массовыми тиражами произведения художественной литературы и изобразительные материалы. Свое нынешнее название получила в 1922 г., а в 1936 г. ей присвоили дополнительно имя М. Горького.