

4 мая 1937 г.

**А. КРУПНОВ**  
**"20 ЛЕТ СОВЕТСКОГО ПЛАКАТА"<sup>893</sup>**

Советский агитационный плакат возник в 1917 году. Плакаты Гражданской войны были направлены против империалистической интервенции. В острой и наглядной форме десятки плакатов бичевали наглую попытку антисоветского империалистического блока с помощью отечественной контрреволюции задуть первое в мире рабочее государство.

Все мы помним эти броские, яркие плакаты: "Все на защиту Петрограда!", "Добей Врангеля!", "Пролетарий, на коня!", "Ты записался добровольцем?"

На фронтах Гражданской войны и в тылу молодой пролетарской республики со стен домов, вокзалов, поездов призывали эти плакаты к решительному отпору международной интервенции. Роль и значение политических плакатов были огромны.

В дни Гражданской войны массовые плакаты (художников Моора, Дени, Черемных, "Окна РОСТА" Маяковского) наглядно помогали развернуть политическую агитацию в стране. Слово "Антанта" звучало по всей стране, как собирательное имя всего фронта: контрреволюционного, антисоветского.

Восьмилетний период после Гражданской войны (1922–1929 гг.) не внес больших политических и художественных достижений в развитие советского

---

<sup>893</sup> Статья для газеты *Советское искусство*. Печатается по верстке.

плаката, имевшего славное прошлое. Плакат в период НЭПа имел преимущественно рекламный уклон<sup>894</sup>, выполняя функции рекламной информации<sup>895</sup>. Только в начале 1930 г. вновь появляется политический, классово заостренный плакат. Сотни советских плакатов, выпущенных за последние семь лет, в популярной форме пропагандируют среди широких миллионных масс Советского Союза основные лозунги партии и правительства на международные темы.

Появляется антифашистский плакат. В художественной форме этот плакат говорит о волне мракобесия, изуверства, людоедства и об открытой подготовке фашистами военного нападения на СССР. Советский политический плакат разоблачает всю фашистскую кухню войны, фашистскую интервенцию в Испании, организацию троцкистско-шпионской агентуры, непосредственно связанной с гестапо<sup>896</sup>. "ИЗОГИЗ" выпускает антифашистские плакаты Кукрыниксов,

---

<sup>894</sup> В годы НЭПа государственный (кооперативный) сектор вел упорную борьбу с частным. Государственный же сектор занимал в розничной торговле скромное место. *«Официальная пропаганда всюду старалась дискредитировать частника и побудить население покупать товары в кооперативе, – вспоминал историк Ю.А. Федосюк в конце 1980-х гг. – Эта тема была одной из ведущих в газетах, плакатной агитации, в постановках "Синей блузы". Поддерживаемая государством кооперация широко пользовалась рекламой, боролась с частником путем регулярного снижения цен на потребительские товары. Частник, теснимый налогами, снижать цены не мог, но рекламой тоже пользовался. Такого размаха коммерческой рекламы, как при НЭПе, я уже не помню; сказывалась ожесточенная конкуренция обоих секторов. Рекламные плакаты и объявления назойливо били в глаза на каждом шагу. Ими были заполнены стены, газеты, журналы. <...> С ликвидацией частной торговли (1931 год) рекламой еще довольно широко пользовались государственные и кооперативные фирмы (старые москвичи хорошо помнят огромные надписи на брандмауэрах: "Пейте томатный сок!", "Я ем варенье и джем"). После войны она захирела, а затем и вообще сошла на нет: покупательский спрос при недостаточном предложении в рекламе не нуждался».* (Федосюк Ю.А. Утро красит нежным светом... Воспоминания о Москве 1920–1930-х годов. 2-е изд. М., 2004. С. 141). В 1946 г. газета МКП (б) Московский большевик писала так: *«Торговая реклама, если она сделана культурно, с выдумкой и со вкусом, служит не только делу информации населения о новых вещах и изделиях, поступивших в продажу, но и украшению города. Речь идет, понятно, о торговой рекламе советского типа, свободной от крикливости и назойливости, применяемой капиталистическими фирмами».* (Цит. по: Андреевский Г.В. Повседневная жизнь Москвы в сталинскую эпоху. 1930–1940-е годы. М., 2003. С. 276). Таким образом, даже официальная печать косвенно подтверждала, что реклама после конца НЭПа стала исполнять исключительно *украшательские* функции, совершенно не отвечая своему прямому назначению. Возрождение торговой рекламы в России произошло только после 1991 г.

<sup>895</sup> *«Вся Москва была в наших рекламах. Все киоски Моссельпрома, все вывески, все плакаты, все газеты и журналы были заполнены ими. Мы полностью завоевали Москву и полностью сдвинули или, вернее, переменяли старый, царски-буржуазно-западный стиль рекламы на новый, советский»*, – вспоминал художник-новатор, конструктивист А.С. Родченко, один из основоположников советской рекламы. (Родченко А.М. Работа с Маяковским // Маяковский – Родченко. Классика конструктивизма. М., 2004. С. 91).

<sup>896</sup> 23 августа 1939 г. в Москве был подписан советско-германский договор о ненападении, 28 сентября – договор о дружбе и границе между СССР и Германией. И советская пропаганда срочно совершила резкий курбет – была развернута активная идеологическая кампания по полной переориентации прежней антигерманской пропаганды. Если раньше в СССР постоянно выходили книги, плакаты, карикатуры и печатались статьи, направленные против фашизма и лично Гитлера, то теперь было запрещено говорить о них плохо. Любые негативные оценки фашизма и гитлеризма беспощадно вычеркивались цензурой. В сентябре 1939 г. германский посол в Москве Фридрих-Вернер фон Шуленбург сообщал в Берлин: *«Внезапный поворот в политике Советского Союза после многих лет пропаганды, направленной именно против немецких агрессоров, еще не очень ясно понят населением. <...> Советское правительство делает всё возможное, чтобы изменить отношение населения к Германии. Прессу как будто подменили. Нападки на Германию не только полностью исчезли, но все описания внешней*

Бориса Ефимова<sup>897</sup>, Ганфа<sup>898</sup>, Моора, Янга, Фреда Эллиса<sup>899</sup>, А. Кейля, фотомонтажи на антифашистские темы Клуциса и Клинка. К работе над политическим плакатом привлекаются иностранные революционные художники: бельгиец Мазереель<sup>900</sup> и др. За последние годы выросла целая плеяда молодых художников: Караченцов, Урбетис, Говорков и др., выпустивших несколько художественных политических плакатов. Большую работу по воспитанию молодых художников-плакатистов ведет Моор.

Однако наш плакат страдает еще многими недостатками. Большинство плакатов пытается раскрыть военную природу фашизма и ту опасность новой войны, которую несет фашизм миру. Но у нас еще мало политических плакатов, показывающих всю работу фашизма в своих странах.

В советском политическом плакате еще слабо вскрыта расовая политика фашизма, его поход против культуры, та нищета, безработица и бескультурье, которые несет фашизм. Пока на эту тему созданы только единичные плакаты; например, плакат художника Караченцова "Фашизм – это голод, фашизм – это террор, фашизм – это война".

Какой нам нужен политический, антифашистский плакат?

Несколько лет назад (в 1932–1934 гг.) была найдена интересная форма политического иллюстративного плаката. Выпускалась серия небольших листов "Международный обзор". Эти плакаты в острой, популярной художественной форме давали анализ "текущего момента" международной политики. Иллюстративный плакат сопровождался соответствующим стихотворным текстом наших поэтов. Над плакатами работали Борис Ефимов, Ганф и др. К сожалению, "ИЗОГИЗ" прекратил выпуск таких нужных плакатов. Надо восстановить

---

*политики в значительной степени основаны на немецких сообщениях, и вся антинемецкая литература изымается из книжной продажи и т.д.». (См.: Советско-нацистские отношения. 1939-1941. Документы. Париж-Нью-Йорк. Третья волна. 1983. С. 93). Отметим, что книги и изобразительные материалы (плакаты в том числе) антифашистского содержания затем постоянно (вплоть до 22 июня 1941 г.) входили в списки изъятой литературы Главлита.*

<sup>897</sup> *«Во время уничтожения оппозиции я по заданию редакции присутствовал на фальсифицированных процессах. Рисовал гнусные карикатуры на Бухарина, на Троцкого, которых очень уважал. Это можно оправдать только тем, что я мог отказаться, пожертвовав собой, но имел ли я право распоряжаться жизнью, судьбой своей семьи: родителей, жены и маленького сына? – говорил Б.Е. Ефимов много лет спустя. – Конечно же я не хотел рисовать карикатуры на Троцкого и Бухарина до войны и на "космополитов" после войны. Я бы сказал, что не буду рисовать Ежова, потому что презираю этого кровавого карлика. Но я не Джордано Бруно, чтобы сложить голову на плаху. У меня была семья, был сын, мой мальчик, которого я очень любил». (Новое время. 2000. 24 сентября). Однако отметим, что уже в 1970-х гг., когда его жизни и жизни его родственников ничего не угрожало, Б.Е. Ефимов с легкостью продолжал «по заданию редакции» изображать в своих карикатурах, например, опального А.И. Солженицына в обнимку с генералом А. Власовым и власовцами.*

<sup>898</sup> Ганф – так подписывал свои произведения И.А. Янг, который упоминается далее в этой же фразе.

<sup>899</sup> В это время американский карикатурист Фред Эллис жил и работал в Советском Союзе.

<sup>900</sup> Мазереель (Masereel) Франс (род. в западной Фландрии в 1889 г., умер во Франции в 1972 г.) – график, книжный иллюстратор и дизайнер.

эту форму политического иллюстративного плаката, который быстро и остро откликается на события международной жизни.

Кстати, о своевременности выпуска плакатов. Основной недостаток работы плакатного сектора "ИЗОГИЗа" состоит в том, что он долго печатает свои издания. В итоге теряется злободневность плаката. Надо обеспечить "ИЗОГИЗ" мощной технической базой и уделить больше внимания такой важной части нашей политической агитации и пропаганды, как массовый плакат.

К 20-летию Великой пролетарской революции (*далее в тексте пропуск строки. – Сост.*) <...> художественные политические плакаты на международные темы. Художники в своих плакатах должны показать убедительными изображениями средствами всю мощь Советского Союза, который стоит, как мощный утес. Это ответственнейшая задача! Надо показать гигантскую, незыблемую силу Союза Советских Социалистических Республик, всё величие страны победившего социализма, давшего миру Сталинскую Конституцию, и одновременно показать всю обреченность фашизма, бессильного в своей ярости перед мощью нашей страны.

Дело чести всех советских художников – создать яркий политический плакат, правдиво и художественно отражающий 20-летие советской власти<sup>901</sup>.

*А. Крупнов*

*РГАЛИ. Ф. 672. Оп. 1. Д. 472. Л. 1–2.*

---

<sup>901</sup> Имеется резолюция: "Оплатить т. Крупнову 25 руб. 25/V– 37" (подпись неразборчива).