

**D 249**

14 декабря 1938 г.

МОССХ

## **ИЗ СТЕНОГРАММЫ ЗАСЕДАНИЯ ПРАВЛЕНИЯ МОССХ С АКТИВОМ**

Председатель: т. Герасимов А.М.

Первый вопрос – это обсуждение тематического плана отдела художественной репродукции издательства "Искусство". <...>

Слово для доклада предоставляется директору издательства т. Доманину.

Тов. Доманин: Товарищи, у нас сегодня совместно с художниками обсуждение нашего тематического плана по плакатам, портретам и изопродукции на 1939 год.

По остальным видам продукции у нас было обсуждение с соответствующими организациями – с драматургами и композиторами. Остался необсужденным такой ответственный участок, потому что по ряду причин мы не могли встретиться и обсудить наш план.

Сегодняшнее собрание очень ответственное, потому что нам надо с вашей помощью, с помощью ваших ценных советов, критических замечаний и указаний создать такой план, который полностью обеспечил бы огромные возросшие культурные потребности нашего народа и полностью соответствовал бы тем задачам, которые стоят перед нашим издательством, являющимся монополистом в деле издания плакатов, репродукций и портретов. <...>

Прежде всего, товарищи, если говорить о принципе планирования нашего издательства "Искусство", необходимо сказать, что принцип резко отличается от принципа планирования "ИЗОГИЗа". Само собой разумеется, бывшее вредительское руководство, очень сильно навредившее на этом ответственном участке, исходило из принципа сугубо дяляческого (не говоря уже о том, что оно вредило), из обслуживания коммерческих интересов, не ставя себе целью обслуживание трудящихся, глубокое обслуживание их, всесторонний охват всех тем. <...>

Не говоря уже о качестве, и количественно план "ИЗОГИЗа" по плакатам был иной, чем мы намечаем. Не буду приводить больших цифр – приведу только основные: если в 1938 г., вместе с увеличением уже при новом руководстве, в апреле месяце, было намечено 85 названий с тиражом 7.450.000, листажом 14.610.000, то в 1939 г. количество названий увеличивается до 200 с тиражом 15.734.000 и листажом 28.903.00 – почти 29 млн. Как видите, увеличение почти вдвое, даже больше.

Разница есть не только в количестве, но и в качестве. Мы наметили ряд основных тем, по которым обязательно нужно дать высококачественные плакаты и обслужить насущные потребности потребителя.

Для примера возьмем – РККА и оборона СССР. Вы знаете, какое огромное значение имеет в деле агитации название. Их раньше было 10, тираж – 840, сейчас – 28, тираж – 2725.

Интернациональные темы – 25 названий.

По общеполитическим и к календарным датам названий было 19. Сейчас их – 58.

Общеполитические темы, плакаты на тему стахановского движения, промышленности, транспорта и др. темы совершенно отсутствовали.

Эти краткие данные говорят о том, что наше издательство резко изменило принципы планирования, что оно ставит задачу выполнения этого напряженного плана с привлечением широких кругов художников и не только художников-плакатистов, но и художников-живописцев. Мы хотим привлечь самые широкие круги, самые широкие слои художников.

Привлекая старых заслуженных мастеров плаката, мы в то же время никоим образом не хотим, чтобы плакаты писались только одними старыми мастерами. Мы хотим привлечь и приблизить широкие слои молодых художников. Перед нами стоит очень почетная задача. Мы, издательство, выкинули лозунг "союз молодых со стариками", чтобы с участием опытных мастеров создать крупные полотна плаката, создать определенный перелом, потому что у нас в отношении плаката дело обстоит плохо. У нас плакат находится не на большой высоте. За последние 10 лет плакат у нас всё время падал, и нам нужно, чтобы 1939 год стал переломным годом, чтобы можно было говорить о начале расцвета нашего плаката. И в этом отношении наша художественная общественность, безусловно, всемерно должна помочь издательству "Искусство", ибо само издательство не сможет выполнить этой почетной и ответственной задачи, которая стоит перед нами. Мой призыв: чтобы выступления здесь товарищей носили характер не только негативный. Конечно, критика прошлой слабой деятельности должна быть. Но надо, главным образом, говорить о том, как сделать плакат лучше. <...>

Тов. Герасимов: Слово предоставляется зав. Отделом плакатов тов. Буш.

Тов. Буш: Прежде всего я хотела остановиться на вопросе, поднятом т. Доманиным, – о принципе планирования в разрезе плакатов. Принцип этот такой: там, где раньше предполагалось узкое обслуживание какой-нибудь одной кампании, предположим, двадцатой годовщины Красной армии, мы считаем, что этот вопрос нужно расширить в свете выступления т. Сталина<sup>929</sup>, в свете материалов, которые нам дает история ВКП (б), в свете последнего постановления

---

<sup>929</sup> В течение 1937–1938 гг. И.В. Сталин выступал публично всего четыре раза – в 1937 г. дважды на февральско-мартовском пленуме ЦК ВКП (б) и затем 11 декабря на предвыборном собрании избирателей Сталинского избирательного округа г. Москвы в канун выборов в Верховный Совет (выступление

ЦК об изучении истории партии<sup>930</sup>. Т.е. раздел о Красной армии должен включить в себя еще моменты, более широко поднятые вопросы обороны нашей социалистической родины от внешнего врага, подготовку и воспитание, политическую агитацию, которая воспитывает настоящего советского патриота, воспитывает готовность везде и всегда защищать наши советские достижения. Поэтому раздел "Красная армия и её достижения" включает в себя и разделы, относящиеся не только к юбилею Красной армии и её XX годовщины, но все вопросы, связанные с подготовленностью народа, с его внутренней мобилизованностью, с готовностью ответить ударом на удар всяким поджигателям войны<sup>931</sup>. Поэтому раздел, который раньше охватывал едва десяток тем, расширился <до> 28 названий и включает как всестороннюю политическую агитацию за боевую подготовку по различным разделам Красной армии, так и общеполитическое освещение вопросов обороны, поставленных тт. Сталиным, Ворошиловым и другими вождями партии и правительства.

Второй важнейший раздел, исходящий также из того, как держать наш народ в состоянии мобилизационной готовности, воспитывать его политически в духе революционного социалистического интернационализма. Темы, занимающие у нас одно из важнейших мест – это темы интернациональные. Здесь 25 названий, в них входят моменты, которые должны мобилизовать, подготовить и агитировать и к 20 годовщине Коминтерна, и к Дню молодежи, и к 75-летию I Интернационала, а также освещать важнейшие вопросы – вопросы международного фронта, борьбы против войны.

Следующий раздел, 3-й – "Сталинская Конституция и выборы в Советы депутатов". Этот раздел расширен. Там, где просто ставили плакаты по выборам, плакаты, рассчитанные на политическое обслуживание кампании выборов, мы ставим себе более широкую задачу – пропаганду и агитацию за Сталинскую

---

опубликовано 12 декабря 1937 г. в *Правде*); в 1938 г. он выступил 17 мая на приеме в Кремле работников высшей школы (опубликовано в *Правде* 19 мая 1938 г.). Ни в одной из этих речей напрямую не затрагивались проблемы Красной армии.

<sup>930</sup> Имеется в виду постановление ЦК ВКП (б) от 14 ноября 1938 г. «О постановке партийной пропаганды в связи с выпуском "Краткого курса истории ВКП (б)"». В преамбуле к нему, в частности, говорилось: «С появлением "Краткого курса...", партия получила новое могучее идейное оружие большевизма, энциклопедию основных знаний в области марксизма-ленинизма». Полностью сфальсифицированная, лживая, написанная бедным языком, история в изложении *Краткого курса* объявлялась единственно верной. Постановлением вводилось обязательное изучение в высших учебных заведениях *Основ марксизма-ленинизма* и создавались единые кафедры марксизма-ленинизма. Помимо того, *Краткий курс* надлежало изучать и конспектировать в учебных заведениях, в кружках на заводах и фабриках, колхозах и совхозах, в армии и флоте, по месту жительства. Вышедшая в свет 1 октября 1938 г. (до выхода отдельным изданием печаталась по главам в газете *Правда* с 9 по 19 сентября 1938 г.), книга была переведена на все языки народов СССР (а также на основные европейские), выдержала до 1955 г. восемнадцать изданий, отпечатана миллионными тиражами (только в 1938–1939 гг. более 15 млн экз.), и заучивать её вынуждено было не одно поколение советских людей.

<sup>931</sup> «Мы не боимся угроз со стороны агрессоров и готовы ответить двойным ударом на удар поджигателей войны, пытающихся нарушить неприкосновенность советских границ», – заявил И.В. Сталин в отчетном докладе XVIII съезду ВКП (б) в декабре 1938 г.

Конституцию путем популяризации основных пунктов Конституции, отражающих наши исторические достижения и воспитание нашего народа в свете этих достижений.

Четвертый раздел – "Стахановское движение в промышленности, транспорте и сельском хозяйстве". Такого раздела тоже в плане не было. Но если вы вспомните те политические установки, которые нам дали важнейшие политические документы ЦК партии и правительства и высказывания тов. Сталина, то вам станет ясно, что вопрос о стахановском движении, которое является тем зерном коммунизма, которое уже вырастает из нашего социалистического общества, которое является тем зерном, в котором скрывается основное – перестроить наше общество из общества социалистического в общество коммунистическое, которое дает нам твердую уверенность в том, что социализм победит капитализм, что победа социализма во всем мире неизбежна, – то вам станет ясно, что стахановское движение должно в нашем изоискусстве, в плакате и картинах найти свое отражение.

Также и боевые картины, вырастающие и на транспорте, и в промышленности, и в сельском хозяйстве, и в подготовке к с.х. выставке<sup>932</sup>. Надо, чтобы оно получило широкое отображение в изоискусстве, чтобы оно агитировало. Это должно быть всесоюзным смотром наших достижений.

Дальше раздел "Антирелигиозные плакаты". Об этом разделе я говорить не буду, потому что он сам за себя говорит.

Остановлюсь на разделе 6 – "Общеполитические и к календарным датам". Здесь приблизительно 8–10 плакатов, посвященных общеполитическим темам. Именно в этом разделе мы думаем найти наиболее удобные и удачные изоформы для агитации и пропаганды овладения большевизмом, для агитации и пропаганды за изучение истории партии.

Нам понятно, какое большое значение имеет, чтобы самое лучшее из того, что мы делаем, стало достоянием не только наших советских граждан, говорящих на русском языке, но чтобы это могло служить материалом для агитации и пропаганды для наших союзных и автономных национальных республик. И у нас запланирован довольно значительный раздел на национальных языках.

Наконец – монографические плакаты, которые до сих пор тоже существовали в плане, но как необходимое дополнение.

Мы думаем, что он может стать очень важным этапом для развития этого вида плакатов, ибо этот плакат может дать очень много данных для пропаганды при проведении бесед о целом ряде величайших общественных событий для такого года, как года Интернационала.

...<sup>933</sup> к 20-летию КИМа также показать великих людей и гениальных борцов за дело культуры и революции. Мы включили в этот раздел монографические

<sup>932</sup> Имеется в виду широко рекламируемая в то время подготовка к открытию в 1939 г. ВСХВ.

<sup>933</sup> Отточие оригинала стенограммы.

плакаты о Кирове, других вождях революции, о герое Гражданской войны Чапаеве<sup>934</sup>. Сюда же вошли и лучшие представители литературы, искусства.

После этой краткой характеристики хочу поставить перед вами еще один вопрос. Мне кажется, что внешнее деление на живописцев и плакатистов, графиков – оно довольно условно. В процессе работы и живописцы часто продумывают, готовят графическим способом свои материалы, живописец работает и над книгой, и над панно. Нет такой грани, которая бы резко отделяла его от плаката. Мне кажется, что те товарищи, которые работали по плакату и ушли в живопись, должны подумать и вернуться на этот боевой политический участок, где они могут принести большую пользу в деле оздоровления, оживления, восстановления, наконец, этого важнейшего участка искусства.

<...> Тов. Ромас: О вопросе качества. Не нам указывать издательству, как поднять качество, но посоветовать мы можем. У вас так построена оплата труда, что качество вам не поднять. У любого высокого мастера на хребте, если он хочет обеспечить себя и свою семью продуктами и деньгами, висит вопрос, что он должен выработать, а есть вещи, над которыми нужно спокойно поработать, посидеть. А в этом случае он заработает 250 р.

Вот готовится альбом для Америки, он будет высокого качества, а почему у нас для Советского Союза нельзя дать таких вещей. <...>

Тов. Богородский: Вопрос о плакате за последние годы стоит особенно остро, совершенно не случайно мы говорим об этом почти каждый день. Мы знаем, что плакат может быть замечательным и острым проводником не только политических идей в целом, но и художественных новаторских тенденций. Мы все уже знаем, что наш плакат за последние годы в какой-то степени перестал быть ударным, ярко воздействующим на массы плакатом. Это в силу того, что в нашем плакатном разделе искусство приобрело какой-то штамп, какую-то консервативную форму. Не могу дать анализа, почему это произошло, но факт несомненный: плакат перестал играть оживляющую роль на фронте искусства. Я считаю, что именно плакат должен воспитывать художественные чувства в массах, через него можно проводить, как я уже говорил, новаторские идеи. Плакат есть самое массовое искусство <...> и поэтому на плакат мы должны обратить особенно большое внимание со стороны именно художественной общестственности. Мы знаем, что плакат оперативен, нужно учесть и эту сторону дела,

---

<sup>934</sup> Чапаев Василий Иванович (1887–1919) – с 1914 г. на фронтах Первой мировой войны, награжден тремя Георгиевскими крестами, получил чин подпрапорщика. Во время Гражданской войны командовал отрядом, бригадой и 25-й стрелковой дивизией, воевавшей с войсками А.В. Колчака летом 1919 г. Погиб в бою. Комиссар дивизии писатель Д.А. Фурманов посвятил ему повесть *Чапаев*, экранизованную в 1934 г. кинорежиссерами братьями Васильевыми. Благодаря фильму – одному из самых популярных в истории советского кино и одному из самых любимых И.В. Сталиным – имя В.И. Чапаева стало очень популярным, превратившись в миф. Так как к концу 1938 г. подлинных главных героев Гражданской войны (среди них и бывших царских генералов и офицеров, перешедших на сторону красных) практически не осталось в живых (они подверглись репрессиям, и упоминать их имена запрещалось), пропаганда для замены искала и находила новых героев, сыгравших в действительности (подобно В.И. Чапаеву, А.Я. Пархоменко, Н.А. Щорсу и т.п.) далеко не основную роль в Гражданской войне.

нужно менять впечатление от плаката как можно чаще, энергичнее. Может быть, нужно учесть и художественную базу в отношении плаката, но самое главное, нужно иметь в виду потребителя, а не полиграфию. Наши плакаты делаются так, как будто они идут по стопам наших отсталых возможностей в этой области, а нужно делать, чтобы полиграфия шла за художником, росла в связи с ростом художника. А у нас получается так: у художника – прекрасная идея, он приходит в "Искусство", но в силу технической невозможности плакат делают заурядным, технически серым, т.к. наша полиграфия отстала. Нужно, чтобы полиграфия гналась за художником.

Тов. Доманин: Это от нас не зависит.

Тов. Богородский: Я хочу, чтобы мы вместе подумали о том, как это сделать. Я и указываю на это.

(С места): В 19-м году полиграфия выше не стояла, а плакаты были лучше.

Тов. Богородский: Ну, это не совсем правильно.

(С места): В 19-м году полиграфия была еще слабее.

Тов. Богородский: На это не нужно указывать. Наши кадры очень незначительны в области плаката. Я уважаю художников, которые делают полезное дело, но этого еще далеко недостаточно. Нужно расширить горизонт издательства "Искусство".

Графичность в плакате, как таковая, должна отойти на второй план. Я её целиком не отрицаю, но нужно дать путь для продвижения чисто живописных проблем в плакате. Я говорю о других формах полиграфии, которые должен переложить и интерпретировать художник полным его языком (*так в тексте. – Сост.*).

Нам необходимо привлечь к плакату живописцев-композиторов. У нас такие художники-отсебятники, которые умеют рисовать от себя, имеются и их надо привлечь. Кто же эти художники? Эти имена я называю в течение почти 2 лет, это тот же Иоффе. Но, увы, ни один из этих художников не привлечен к плакату. Я не буду называть уже работающих, из них по существу новых – это Ванециан, и имена живописцев, входящих в раздел плаката. Хорошо, что он привлечен, потому что он живописец и живописно мыслит. Назову таких художников, как Савицкий, Н. Котов – у него имеется своеобразный плакат, Сварог – это настоящий плакатчик, Соколов-Скаля, который последнее время перестал работать в "Искусстве", братья Ходоровы, которые могут быть привлечены, Иогансон – вы знаете его иллюстрационный дар, Ефанов и Пластов – оба они жанристы, оба композиторы и должны быть привлечены.

Тов. Пластов (с места): Я от себя никогда не работал.

Тов. Богородский: Ну будешь работать, с натуры.

Затем – Христенко, Хвостенко, В. Яковлев. Настолько серьезен сейчас фронт с плакатом, что великолепные художники могли бы там работать: Решетников, Нисский, Бубнов, Одинцов, Шурпин, Ржезников. Я бы привлек Дейнеку и Пименова, особенно последнего, он очень специфичен и бросок. <...> Терпсихоров, Покаржевский, Кутателадзе – он очень плакатен.

Вот эти имена вы могли бы дополнить еще десятками имен. Я рекомендую этих художников привлечь к организаторской работе в издательстве. <...>

Тов. Долгоруков: Маленькое добавление к плану. Хочется, чтобы в нем было больше гибкости. Нужно планировать вопрос о советском лубке. Если он не издавался, то нужно этот вопрос поднять. Что-нибудь в этом отношении нужно сделать.

Следует отметить уравниловку в смысле масштабности. Всё лист и лист. Почему необходимы только листовые плакаты.

(С места): Правильно.

Тов. Долгоруков: Почему не сделать темы на пол-листа и на два листа, и на четверть листа и на восьмую листа. Здесь тоже нужна гибкость. Можно и один и тот же плакат издать и на лист, и на пол-листа, и на восьмую.

Есть еще добавление. Возьмите любое название, хотя бы "Могучий Военно-морской флот", тираж 100.000. Допустим, один плакат делает Нисский, он – хороший плакатист. Но тот же плакат сделает и другой художник. Будет два плаката по 50.000 тиражом. Это будет не так стандартно и скучно.

В смысле бытовом – тоже уравниловка. Расценка платы сильно занижена по сравнению с <другими> художниками. Художники, которые оформляют какой-нибудь рыбный или парфюмерный магазин, получают несравненно больше, хотя плакат имеет большое политическое значение. Чтобы поднять качество плаката, нужно ввести какой-то стимул. Стыдного в этом ничего нет. Лучше делать – больше получать. Требуйте больше и платите больше. Коротко и ясно.

Полиграфическая база, конечно, слаба. Плакаты печатаются плохо. Я натаскался по издательствам, видел. "Воениздат"<sup>935</sup> плакаты лучше печатает, чем "ИЗОГИЗ". Конечно, они могут иметь солидную базу.

Не нужно без согласования с художником перекидывать плакат, пускать его, например, в три цвета, когда этого нельзя делать. Получается безобразие.

Открытки выходят как-то слабо. Сатирические открытки стояли в плане. По моему, сатирический плакат может быть специально сделан на открытке. Эту тему нужно подчеркнуть.

За 20 лет советской власти были плакаты, а монографий нет. За время с Вячеслава Полонского<sup>936</sup> нет ни одного художника, ни одной монографии в плакате. Я не раз поднимал этот вопрос, но, что называется, головой об стенку бился. Теперь я опять ставлю этот вопрос и считаю, что можно монографию такую издать. <...>

---

<sup>935</sup> Издательство Наркомата обороны, основано в 1919 г. как *Литиздат ПУР*, с 1924 г. – *Государственное военное издательство (ГВИЗ)*, с 1936 г. – *Воениздат*. Выпускало военно-политическую, военно-историческую, военно-техническую, художественную литературу, плакаты, наглядные пособия, альбомы и журналы.

<sup>936</sup> Имеется в виду известная монография В.П. Полонского *Русский революционный плакат*. М., ГИЗ, 1922. (2-е изд. 1925).

Тов. Долгополов: Я еще поговорю о плакате лирическом. Меня больше касаются плакаты героические или сатирические. На предыдущих собраниях часто говорили, что вот во времена Гражданской войны у нас замечательные были плакаты героические и сатирические, а теперь они уже не таковы. Я могу сказать из опыта и наблюдений, что на этом участке делается. У меня было несколько столкновений с Малкиным<sup>937</sup>. Приносишь ряд тем по вопросу о шпионаже, диверсии и т.д., при этом сталкиваешься с возражениями. Он нам говорит, что в плакатах нет пресекановения. Что такое это пресекановение? Если мы посмотрим на плакаты последних лет характера героического, то мы увидим, что обычно типаж отрицательного характера всегда имеет пресекановение. Но правильно отмечают крупные наши мастера, что такие гады в одном углу и направленная на них винтовка – это уже теперь не смотрится.

(С места): Это Ваш плакат испанский? Очень хороший плакат<sup>938</sup>.

Тов. Долгополов: Это панкратовский<sup>939</sup> плакат, над змеей.

Так вот, принесешь плакат (товарищи, я извиняюсь, что говорю об этом, но ведь это, по-моему, интересно, по-моему, и нужно об этом говорить), и получается такая история. Сильные плакаты эпохи Гражданской войны сильны страстью, накалом тематики. Возьмите плакаты Маяковского, Моора, Черемных. Мы видим высокую образность, яркость, насыщенность. Даже в отношении цветов, цвет – так там красная краска, а у нас иногда розовенькая.

Нужно ввести такой момент конкурса.

Черемных работал над плакатом "Герои испанского народа". Разворот темы в таком плакате необычайно интересный и нужный. И вот хочется сказать, что это вечное пресекавание лиц, капиталиста Детердинга<sup>940</sup> и всех этих гадов, к которым настолько сильно чувство ненависти советского народа, что оно эти лица фашистов <изображает> в виде лягушек, змей и т.д. – уже не смотрятся. Если мы в плакате покажем само это действие, как оно происходит в действительности, то конкретность его и диапазон звучания будут гораздо большими. А эти символические изображения уже достаточно надоели.

Надо для этих 200 тем собрать людей и обсудить тематический, а не календарный план.

---

<sup>937</sup> Как раз в это время Б.Ф. Малкин был арестован, а вскоре расстрелян.

<sup>938</sup> Имеется в виду плакат И.В. Долгополова и Ю.Н. Узбякова *Героический испанский народ победит!* (М.–Л., *Искусство*, 1938 г., тираж 100 тыс. экз.).

<sup>939</sup> Так в тексте.

<sup>940</sup> Детердинг (Deterding) Генри, сэр (1866–1939) – один из крупнейших европейских нефтепромышленников. С конца 1890-х гг. до конца жизни возглавлял ряд фирм, среди которых англо-нидерландская *Royal Dutch–Shell*. В СССР – один из символов *капиталиста* и *гада*. Компанию Г. Детердинга имел в виду И.В. Сталин, когда в беседе с иностранными рабочими делегациями 5 ноября 1927 г. говорил, что *капиталистическая нефтяная промышленность пытается задушить советскую нефтяную промышленность*.



У нас есть плохая тенденция. Некоторые люди неплохо выдумывают, а многие плохо продумывают. Из-за того, что они тему чисто плакатно не подают, они не работают. И вот привлечение темачей к плакату – это большое дело.

Почему мы совершенно не видим стихов в плакате. Почему Маяковский изумительно писал для плаката. У нас есть такие поэты, которые здорово нас кроют, а читаемость стихов на плакате – это блестящая вещь, они звучат и гремят в плакате. Нужно их привлечь.

Вопрос о теме для плаката очень серьезный и актуальный и тут привлечение темачей поэтов-сатириков, и вообще поэтов, – необходимая вещь. Я на третьем таком крупном собрании слышу, как наши мастера-живописцы дают обещание работать в плакате. Но проходит время, а они в плакате не работают. В прошлом, может быть, на это было много причин, а сейчас хочется сказать, что вся наша страна, вся наша молодежь жаждет видеть в плакате хорошие советские лица, освещенные солнцем. Знаешь здорово деревню – прекрасно, подавай её; знаешь здорово морской флот – давай прекрасный морской флот; знаешь авиацию – покажи её здорово. Здоровые живописные образы в плакате должны быть созданы.

(Голоса): Правильно, правильно! <...>

Тов. Зернова: Хочу сказать об одной детали, которая, мне кажется, должна послужить улучшению качества нашего плаката, – об изменении существующей сейчас системы поправок.

Я могу говорить о положении, которое было год тому назад. О каждом плакате, независимо от того, хорош ли он, плох ли он, никуда не годится или он замечателен, говорилось: "Да, мы его можем взять, но горизонт немножко повыше, зелень немножко поярче, там немножко похолоднее, а там немножко потеплее. А когда после этого приносишь, то тебе говорят наоборот. О хорошем плакате никогда не говорят, что он хорош и всё. Такая система поправок приводила к тому, что хороший плакат становился скверным, а плохой так и оставался плохим.

Это производило большое давление на психологию художников и снижало качество хороших плакатов.

Особенные столкновения у меня были с Иоффе. Я думаю, что всякий плакат это все-таки произведение искусства, и нужно некоторую долю в плакате оставить за художником. Вот цвет неба или качество румянца на щеках девушки может быть предоставлено художнику.

Нужно дать большую свободу и ответственность художнику и сделать более ответственным человека, который непосредственно имеет дело с художником. Редактор должен отвечать за свои слова и за свои действия. Или он говорит "да" или "нет", но выматывать душу художнику – это только ухудшает плакат. Это, конечно, никуда не годится. <...>

Тов. Доманин: Я считаю, товарищи, что конкретные предложения, которые могут быть приняты, следующие. Все я зачитывать не буду, это отнимет много

времени. Абсолютно правильной была критика, что у нас с плакатами дело плохо обстоит. Я и сам говорил об этом в начале своего выступления.

Я хотел бы останоситься на вопросах, которые поставили, но не разрешили товарищи. Я уже говорил, что в течение примерно 10 лет наш политический плакат становился всё хуже, шел по нисходящей линии. Я задаю вопрос: можно ли в полгода разрешить положительно проблему о политическом плакате.

(С места): Почему нельзя?

(Голос): Конечно, нельзя.

Тов. Доманин: В полгода создать такой перелом невозможно. Если долгие годы, 10 лет, плакат находился в упадке, не может он сразу расцвести пышным цветом. Этого не бывает. И бутон не сразу становится цветком, а постепенно превращается в пышный яркий цветок.

Я считаю, что материальные предпосылки, общие экономические условия дают нам возможность создавать еще лучшие плакаты, чем те, которые были в эпоху Гражданской войны. Меньше всего говорю я здесь о себе, потому что я сравнительно недавно работаю в искусстве. За 5 месяцев перелом создать невозможно, хотя, по-моему, из выступлений многих художников на совещании Горкома видно, что плакат всё же несколько улучшился за последнее время. Хотя есть, конечно, еще и штампы, но всё же мы имеем плакаты, отражающие социалистический расцвет – плакаты, выпущенные в последнее время (художник Иванов и др.). Я могу назвать ряд художников. Я вовсе не хочу себя хвалить, но все же достижения есть. <...>

В полгода издательство без помощи художников, без поддержки общественности не может добиться пышного расцвета плаката.

Здесь товарищи говорили, что художники ушли и т.д. <Мы их> привлекли, <...> ряд художников – Моор, Дейнека, Черемных и др., которые ушли, стали сейчас у нас активно работать.

Мы провели совещание. Оно прошло достаточно хорошо в том смысле, что мы не говорили друг другу комплиментов, а выступали с критикой и самокритикой. Были и Дейнека, и Дени, и другие мастера, и молодые художники были. Но наша беда в том, что мы недостаточно быстро реализуем, слабо реализуем все эти решения. С другой стороны, сами художники недостаточно приходят на помощь издательству. <...> т. Долгоруков остро поставил вопрос, что у нас нет советского лубка. Я как-то просматривал лубок шовинистический, лубок глубоко реакционный, не наш лубок, ура-патриотический – во время Германской войны, но как он печатался! Он издавался так, что действовал на отсталую массу и сильно действовал.

(С места): Правильно!

Тов. Доманин: Отсутствие советского лубка должно быть нами учтено, это предложение нужно реализовать. <...>

Заканчивая, я хочу сказать, что мы должны на основе всех замечаний <...> быстро, оперативно этот план пересмотреть, учтя все замечания, которые

здесь были высказаны. На некоторых я не останавливался не потому, что они маловажны, но из-за недостатка времени.

Делая установку на разрешение всех этих вопросов, на улучшение плаката, еще раз повторю, что без вашей помощи мы ничего не сможем сделать. <...>

В плакатном деле есть сдвиги, но небольшие, а нам нужно в этом отношении добиться большого перелома, и мы, работники издательства, создавая определенно все условия для работы с художниками, должны не только рассматривать то, что художники критикуют негативно, но добиваться, чтобы эта негативная критика претворялась в критику конкретную, которая поможет нам изжить свои недочеты, чтобы через полгода мы могли сказать, что вот замечания реализованы, издательство стало лучше работать. Мы должны действительно стать центром мысли, <...> центром притяжения всех творческих сил художника вокруг издательства, чтобы они могли плодотворно, не стесняясь никакими рогатками, условиями и отдельными деляческими настроениями, помочь в работе издательству. (Аплодисменты). <...>

*РГАЛИ. Ф. 2943. Оп. 1. Д. 163. Л. 139–208.*