

октябрь 1951 г.

КЕМЕНОВ В.С.

"СОСТОЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПЛАКАТА ПОСЛЕ РЕШЕНИЯ ЦК ВКП (б) ОТ НОЯБРЯ 1948 ГОДА". (Доклад)¹⁰⁸⁴

Прошло три года после решения ЦК ВКП (б) "О недостатках и мерах улучшения издания политических плакатов", имеющем исключительное значение для развития плакатного искусства.

Отметив большое значение плаката в деле политической агитации и известные достижения в содержании, художественном качестве и тематике плаката, ЦК ВКП (б) вскрыл вместе с тем серьезные недостатки в области издания плакатов.

В плакатах слабо популяризировались достижения советского народа в борьбе за досрочное выполнение послевоенной пятилетки, а также опыт передовиков промышленности и сельского хозяйства, мало выпускалось плакатов, посвященных борьбе СССР за мир и безопасность народов и разоблачающих поджигателей войны. По своей тематике плакат тех лет отставал от многообразия жизни и борьбы советского народа.

За истекшие три года тематика плакатов несколько расширилась. За 1949 и 1950 годы было выпущено издательством "Искусство" 369 названий плакатов тиражом 54,3 млн. экземпляров, местными издательствами 25 млн. плакатов, из них только на Украине за 1950 год издано 88 названий тиражом 3,8 млн. экземпляров.

Однако, если сопоставить плакатную продукцию последних лет с требованиями жизни, то придется признать, что в 1949–1951 гг. в отношении тематики плакат всё еще отстает от растущих запросов советского народа. Бросается в глаза неравномерность в разработке отдельных тем, отставание от хода жизни и от запросов агитации. Почти нет плакатов, посвященных такому важнейшему событию в жизни советского народа, как выход в свет собрания сочинений И.В. Сталина¹⁰⁸⁵. Исключение составляет плакат В. Иванова "Великий Сталин – све-

¹⁰⁸⁴ Текст доклада был рассмотрен предварительно в Отделе художественной литературы и искусства ЦК ВКП (б) и приложен к докладной записке П.А. Тарасова и А.В. Киселева М.А. Суслову от 2 октября 1951 г., помещенной выше.

¹⁰⁸⁵ *Сочинения* И.В. Сталина начали издаваться в январе 1946 г. Тираж каждого тома 500 тыс. экз. До 1954 г. вышло 13 томов (*труды* 1901–1934 гг.), затем, вскоре после смерти вождя, издание прекратилось. «Автор лично тщательно следил за ходом издательской работы и персонально утверждал содержание каждого тома, редактировал свои старые статьи, скрупулезно вычеркивал "т." при упоминании врагов народа, сортировал для публикации письма, выбирал цвет переплета и дизайн

точ коммунизма!" Почти нет плакатов, посвященных великим стройкам коммунизма. Издательства, например, прошли мимо такой важной темы, как укрупнение мелких колхозов и не выпустили плакатов, которые бы пропагандировали преимущества крупных коллективных хозяйств¹⁰⁸⁶. Мало издается плакатов, которые клеймили бы кровавые преступления американского империализма в Корею и показывали бы героическую борьбу корейского народа за свою свободу и независимость¹⁰⁸⁷. Очень мало плакатов, в которых разгулу империалистической реакции был бы противопоставлен показ стойкости, мужества и героизма передовых борцов за мир.

Выпускаемые плакаты по своей тематике не охватывают многих важнейших событий международной и внутренней жизни нашей страны или откликаются на них слабо и с большими опозданиями.

Программой работы для наших плакатистов должны служить замечательные слова Ленина: "Причина наших побед: прямое обращение нашей партии и советской власти к трудящимся массам с указанием на всякую очередную трудность и очередную задачу; умение объяснить массам, почему надо налечь изо всех сил то на одну, то на другую сторону советской работы в тот или иной момент; умение поднять энергию, героизм, энтузиазм масс, сосредоточивая революционно-напряженное усилие на важнейшей очередной задаче"¹⁰⁸⁸. В этом прямом, непосредственном обращении партии, советской власти к трудящимся массам важная роль принадлежит плакату как форме доходчивой политической агитации, помогающей народу в наглядной и яркой форме художественных образов понять и усвоить смысл решений и призывов Большевицкой партии и Советского правительства. Тематическое многообразие плакатов должно

издания, а затем следил за появлением рецензий в "Правде"» (Максименков Л.В. Очерки номенклатурной истории советской литературы (1932–1946). Сталин, Бухарин, Жданов, Щербаков и другие // Вопросы литературы. 2003. Июль–август. С. 215).

¹⁰⁸⁶ 30 мая 1950 г. вышло постановление ЦК ВКП (б) *Об укрупнении мелких колхозов и задачах партийных организаций в этом деле*, призванное, по мнению руководства страны, привести к общему подъему уровня производства и благосостояния колхозников. В нем обосновывалась необходимость укрупнения – невозможность в мелких хозяйствах использовать сельскохозяйственную технику и обеспечить быстрый рост колхозного производства. Как правило, более сильные в экономическом отношении колхозы объединяли с двумя-тремя слабыми. Таким образом, проблему подъема и дальнейшего роста сельскохозяйственного производства предполагалось решить экстенсивным способом – путем сложения ресурсов, расширения объекта хозяйствования.

¹⁰⁸⁷ Война в Корее была развязана не американцами, а коммунистическим лидером Северной Кореи Ким Ир Сенем, который еще в 1947–1949 гг. неоднократно обращался к И.В. Сталину с призывом о поддержке задуманной агрессии против Юга. Весной 1950 г. он побывал в Москве, заручившись такой поддержкой, а 25 июня 1950 г. северокорейская армия пересекла тридцать восьмую параллель, разделяющую север и юг Корейского полуострова. На стороне Южной Кореи выступили США, вскоре свои войска на помощь Ким Ир Сэну направила КНР, а затем в войну включился и Советский Союз, пославший в Корею истребительную авиадивизию и поставлявший самолеты, танки и др. вооружение северокорейцам и китайцам. Стороны несли большие потери, война приняла затяжной и тупиковый характер, и лишь смерть И.В. Сталина позволила советскому руководству совместно с Китаем и КНДР достичь соглашения о перемирии в Корее, подписанного 27 июля 1953 г.

¹⁰⁸⁸ Ленин, Соч. Т. 24, стр. 532. (Примеч. документа. – Сост.).

быть усилено, должна быть достигнута большая оперативность в отклике художников-плакатистов на жгучие вопросы современности.

ЦК ВКП (б) указал на серьезные недостатки и в трактовке содержания плакатов. В решении было отмечено, что в ряде сельскохозяйственных плакатов задачи дальнейшего подъема и укрепления колхозного строя "отражаются недостаточно, без знания дела". Это указание ЦК ВКП (б), высказанное в связи с плакатами на сельскохозяйственную тему, сохраняет свою силу и для всей нашей плакатной продукции. Плакат, основанный на глубоком изучении художником действительности, конкретных особенностей труда и быта советских людей, является реалистическим плакатом. Незнание жизни и труда советских людей толкает плакатистов к невежественной отсебятине, что только дискредитирует благие намерения плакатиста и вызывает протест и возмущение советских зрителей.

В решении ЦК ВКП (б) были отмечены и серьезные идейно-художественные недостатки плакатов. "Многие плакаты невыразительны, жизнь и труд советских людей изображается в них примитивно и шаблонно. Полиграфическое исполнение плакатов находится на низком уровне".

За истекшее время в отношении качества плакатной продукции издательства добились некоторого улучшения. Ряд плакатов отличается высоким идейно-художественным уровнем. Таковы, например, плакаты художника Виктора Иванова "За народное счастье!", "За родину! За Сталина! За мир! За коммунизм!", "Буржуазия враждебна культуре", "Матери всего мира, боритесь за мир!", "Во имя мира даем металл сверх плана!", М. Соловьева "Защитникам морских рубежей Советского Союза – слава!" Удачны плакаты В. Правдина "Нашим вооруженным силам – слава!", А. Кокорекина "Свергнем могучей рукою гнет роковой навсегда!", В. Говоркова "И засуху победим!", Н. Жукова "Страна расцветает всё ярче и краше", Мухина "Сталинский план преобразования природы претворим в жизнь!", Б. Зеленского "Пушкин", Б. Белопольского "Получай, страна родная, наш колхозный урожай!", Н. Ватолиной "За детство счастливое наше спасибо, родная страна!" Хорошо решен сатирический плакат Б. Ефимова¹⁰⁸⁹ и Н. Долгорукова "Свобода по-американски"¹⁰⁹⁰. <...>

¹⁰⁸⁹ В своих воспоминаниях Б.Е. Ефимов рассказал о редком, хотя и не единственном, случае непосредственного *руководства* И.В. Сталина (он лично давал указания художнику как и что рисовать) работой над антиамериканским сатирическим рисунком для *Правды* (Ефимов Б.Е. Десять десятилетий. М., 2000. С. 433–439).

¹⁰⁹⁰ Антиамериканская тема ставилась перед писателями, драматургами, сценаристами, художниками. Более широкое использование произведений на антиамериканские темы вменялось в обязанность артистам, режиссерам, композиторам, исполнителям и др. деятелям культуры и искусства, а также издательствам, театрам и т.д. в соответствии с указаниями ЦК ВКП (б). В *Плане мероприятий по проведению антиамериканской пропаганды учреждениями искусства*, составленном председателем КПДИ при СМ СССР П.И. Лебедевым и представленном им Г.М. Маленкову в начале 1949 г., среди прочих *мероприятий* упоминалось и то, что издательство *Искусство* должно выпустить серию политических плакатов на эту тему. (РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 132. Д. 234. Л. 28). Разработка антиамериканской тематики поручалась также научным учреждениям и отдельным ученым.

В плакатах прибалтийских республик образ советских людей часто подменяется штампами, заимствованными у западноевропейской буржуазной рекламы XX века. Ещё не изжиты влияния формалистических течений живописи, в особенности, "парижской школы". Иногда формалистическая абстрактность и декоративность эклектически соединяются плакатистом с мотивами национальных орнаментов, костюмов и т.д., которые от этого "сочетания" сейчас же утрачивают свою непосредственную народную красоту. В Латвии примеры влияний буржуазной рекламы дает плакат худ. Е. Кальниньша, посвященный 1 мая, где латвийка изображена в виде манекена из витрины ателье мод. Худ. Хрегерс в плакате "Крестьяне Латвии, своевременно выполняйте молокопоставки государству" изобразил крестьянку в духе "парижской школы" – геометризировал черты её лица, дал плоскостную трактовку, ввел угловатый декоративный головной убор. Художник Панкок в плакате об увеличении добычи и обработки рыбы следует штампу рекламного плаката приключенческого фильма, худ. Егерс поддался той же западноевропейской моде, изобразив вместо советской женщины на трибуне куклу с приукрашенным, неживым лицом. В Литовской ССР черты формализма видны в плакате худ. Субичвиене и Костюшко, изображающем трактористку, и в плакате худ. Палайма, посвященном 10-летию Литовской ССР. Нередко под влиянием формализма находятся некоторые плакаты худ. П. Медведева, издаваемые в Литве. В Эстонской ССР пример буржуазной рекламы дают плакаты худ. Лемберн "Да здравствует 1 Мая!", плакат о займе, где изображаются куклы вместо советских людей. Тот же недостаток в плакате худ. Окас. Влияние формализма видно в нарочито небрежном рисунке с грубыми линиями и пятнами в плакате худ. Хойдра. Рекламно-торговый плакат буржуазных стран напоминает и плакат худ. Зотритис, посвященный добыче рыбы.

Приведенных примеров достаточно, чтобы убедиться в серьезном неблагополучии в деле издания политических плакатов, в том, что многие из крупнейших недостатков, вскрытых решением ЦК ВКП (б), продолжают существовать, иногда принимая новые формы.

* * *

Приняв в ноябре 1948 года решение о плакате, ЦК ВКП (б) обязал Комитет по делам искусств при Совете Министров СССР, Оргкомитет Союза советских художников СССР и правление Союза советских писателей привлекать к созданию политических плакатов лучших художников, писателей и искусствоведов.

Указание ЦК ВКП (б) о привлечении художников не выполнено. Хотя общее число художников-плакатистов несколько увеличилось, например, издательство "Искусство" в 1949 году выпустило плакаты 51 автора, а в 1950 году – 65

авторов, многие ведущие художники, создавшие в военные годы ряд превосходных реалистических плакатов, сейчас отошли от этой работы. Совершенно перестали работать в области политического плаката В. Серов, Д. Шмаринов, Ф. Антонов, не работает над плакатом А. Дейнека. Всего по одному плакату за два с половиной года дали художники Кукрыниксы, И. Тоидзе, Соколов-Скаля и А. Пластов. Все эти плакаты хорошие, но их количество слишком незначительно. Такой талантливый плакатист как Л. Голованов дал за это время только два плаката. В республике наиболее крупные художники уходят от работы над политическим плакатом. Среди плакатистов Грузии, Армении, Азербайджана, редко можно встретить имена наиболее видных художников. Из украинских художников прекратили работать в области плаката Касиян, Дергус, Яблонская, Григорьев, Мелихов, Резниченко, Пузырьков и многие другие.

Не выполнен также пункт решения ЦК ВКП (б) о привлечении к работе над плакатом искусствоведов. Искусствоведы – и то немногие – принимают участие в обсуждении выставок, реже – в написании статей о готовой плакатной продукции, но не консультируют художников в процессе работы над созданием плаката.

ЦК ВКП (б) обязал привлекать для создания политических плакатов также лучших писателей, подчеркнув тем самым значение высококачественного текста для плаката. Кроме единичных случаев (А. Жаров¹⁰⁹¹, Мартин Рауд¹⁰⁹², М. Рыльский) писатели, поэты не участвуют в создании плакатов и в написании текстов призывов. Такие опытные писатели, как Маршак, Твардовский, Безыменский, Михалков, Кирсанов, Асеев и другие могли бы оказать огромную помощь плакату, возродив значение краткого, ясного и острого текста в плакате.

Примерами удачного текста могут служить следующие надписи: "И засуху победим!" (к плакату Говоркова), или: "Когда в колхозе хорошие ясли, счастлива мать и ребенок счастлив".

В плакатах последних лет взаимодействие текста с рисунком всё более утрачивается. Всё реже тексты для плакатов пишутся специальные, чаще всего их берут из статей в газетах, где они составляют часть собственно литературного целого, для которого они были написаны авторами, не помышлявшими о связи этих строк с каким-либо изображением. Такие тексты при всей их полной логической и политической правильности для плаката часто оказываются недостаточно действенными, в них нет того состояния призыва, обращения, взволнованности, которые так нужны плакату. Кроме того, такие тексты часто

¹⁰⁹¹ Неудивительно, что А.А. Жаров активно участвовал «в создании плакатов и написании текстов призывов» – этот комсомольский поэт был, пожалуй, самым ангажированным агитационным автором 1920–1930-х гг., откликавшимся на все официальные большие и малые кампании, празднества, юбилеи, проведения съездов, перелеты, пробеги и т.п. Даже в статье о нем в *Литературной энциклопедии* (изд. 1-е. Т. 4. М., 1930. Ст. 158) говорится, что его «темы подчинены задачам дня, и в этом смысле поэзия Жарова в значительной своей части "календарна"». «Во! И больше ничего!», – написал о произведениях А.А. Жарова поэт И.Л. Сельвинский.

¹⁰⁹² Рауд Март (1903–1980) – эстонский писатель.

громоздки, не умещаются на поле плаката и вынуждают пользоваться мелким, трудно читаемым шрифтом и т.д.

Так, например, текст в плакате художника Панкока (Латвийская ССР) составил 17 слов, тексты в плакатах худ. Чекалина (Казахская ССР) составили: для одного плаката 35 слов, а для другого – 38. Вот этот текст: "Кто хочет нового подъема социалистического сельского хозяйства, кто стремится к тому, чтобы наша страна имела больше хлеба и других продуктов сельского хозяйства, чтобы все колхозники жили зажиточно и культурно, тот будет голосовать за кандидатов блока коммунистов и беспартийных".

Как тут не вспомнить остроумное замечание художника В. Дени: "Плакат не есть длинное чтение; относись к зрителю бережно, учтиво". В других плакатах тексты несколько короче, но и они часто слишком многословны и не могут уместиться на плакате.

В плакатах последних лет текст всё более и более вытесняется с поля плаката, он перестает взаимодействовать с изображением. Тексту прочно отведено "особое" место, для чего под изображением внизу оставляется белая полоса шириною 10–15 сантиметров. На этой белой полосе, всегда одинаковым наборным шрифтом, всегда красного цвета, дается текст. Но текст, отделенный от плаката и композиционно никак не связанный с изображением, приобрел изолированное существование и стал частью литературы, а не плаката. Изображение, в свою очередь освободившись от текста, стало существовать само по себе. В результате произошедшего разрыва между текстом плаката и рисунком участились случаи, когда связь между ними стала чисто внешней, когда текст под изображением может быть заменен другим текстом, иного содержания. Например, плакат худ. Березовского (Москва) изображает улыбающуюся девушку в сарафане и платочке, лихо пляшущую под гармонь "Русскую"¹⁰⁹³. Можно думать, что это афиша к выступлению ансамбля песни и пляски. Плакат худ. Тайматайа и Р. Тунгла (Эстонская ССР) изображает лыжника и лыжницу в нарядных цветных свитерах, которые взобрались на высокую гору и с улыбкой идут в какой-то коттедж. Можно думать, что это плакат зимнего курорта. Плакат худ. Едзиева (Северо-Осетинская АССР) изображает молодую женщину в старинном национальном осетинском костюме, неподвижно стоящую на сером фоне лицом к зрителю. Можно думать, что это афиша этнографического музея.

Однако из текстов следует, что все три плаката призывают трудящихся принять участие в выборах в Советы. Произошедший разрыв текста и изображения значительно ослабил силу воздействия плакатного образа. Необходимо привлечь к совместной работе с плакатистами квалифицированных писателей, которые могли бы участвовать в создании плаката, начиная с замысла его как единого целого по рисунку и по тексту, и создавать отточенные острые надписи, дополняющие зрительный образ.

¹⁰⁹³ Подразумевается плакат «День выборов – всенародный праздник!» (М.–Л., Искусство. 1950).

Из всего сказанного видно, что постановление ЦК ВКП (б) о плакате выполняется еще далеко не в полной мере, а в некоторых республиканских и областных издательствах оно не выполняется вовсе, следствием чего является выпуск в свет многих недоброкачественных плакатов. Надо отметить, что продукция, создаваемая плакатистами и издательствами, нередко еще хуже, чем та, которая печатается, так как много плакатов, представленных на утверждение, бракуется. Процент брака увеличивается из года в год. Так, в 1949 году представлено на утверждение 256 плакатов, из них отклонено 69, то есть 27%. В 1950 году представлено на утверждение 306 плакатов, отклонено – 100 или 32%. За три месяца 1951 года представлено на утверждение 29 плакатов, отклонено – 20 или 69%. Украинским издательством "Мистецтво" представлено в ЦК КП(б)У в 1949 году 47 плакатов, отклонено 27. В 1950 году представлено 76 плакатов, отклонено 44. Это говорит о серьезном неблагополучии в области политического плаката.

ЦК ВКП (б) обязал газеты и журналы "систематически помещать рецензии и обзоры на выпускаемые плакаты". Этот пункт решения ЦК выполняется очень слабо. За истекшее время было напечатано несколько статей в журналах и монографиях о плакатистах, и несколько рецензий в газетах. Но число их крайне незначительно, а главное – в них не поставлены вопросы о серьезных недостатках в плакате и о причинах, мешающих выполнению решения ЦК ВКП (б). Между тем ряд теоретических вопросов плакатного искусства давно назрел, и по ним необходимо развернуть широкий обмен мнениями плакатистов, искусствоведов, критиков, представителей советской общественности.

Мы в докладе попытаемся затронуть некоторые из этих вопросов.

2. ОШИБОЧНОЕ СТРЕМЛЕНИЕ ПРЕВРАТИТЬ ПЛАКАТ В КАРТИНУ. ОСОБЕННОСТИ ПЛАКАТНОГО ИСКУССТВА

В плакатах издательства "Искусство" последних лет явно обозначились две неправильных тенденции: 1) Полный разрыв плаката с основами графики и живописи – фотографизм; 2) Полное отождествление плаката со станковой картиной. В обоих случаях происходит отказ от плаката, как от специфической формы изобразительного искусства, имеющей свою цель, свои конкретные задачи, свои особенные средства. Между тем многие плакаты издательства "Искусство", изданные за последние годы, по своему характеру представляют собой не плакаты, а скорее цветные репродукции со станковых картин с тою лишь разницей, что гораздо хуже их и по качеству исполнения оригиналов и по тщательности репродуцирования. Это считается работниками издательств "спецификой" плаката. Легко заметить, что объективно это означает оправдание плохого качества работы плакатистов и печатников и должно быть осуждено. Одно дело – плакат, другое – распространение репродукций с хороших картин. Не

следует путать эти две разные вещи. Например, плакат худ. Аладжалова "Береги, охраняй леса!" представляет собой иллюзорное изображение соснового леса, сделанное "под Шишкина". Перед нами не плакат, а пейзаж в красках, с текстом, напечатанным поверх изображения. Но тогда проще репродуцировать один из пейзажей Шишкина, где сосновый лес изображен гораздо лучше, чем у Аладжалова, чем создавать под видом плаката такое эклектическое произведение, которое от плаката отошло, но до картины не дошло.

Подмена плаката репродукцией с картины видна на ряде примеров. Таковы следующие плакаты: худ. Г. Захаров "Сажайте леса по балкам и оврагам", худ. К. Кашеев "Образцовым проведением весеннего сева добьемся высокого урожая на всей колхозной земле!", худ. В. Орлов "Молодой специалист, иди на стройки и предприятия великой родины!", худ. Лавров "Сбылись мечты народные!", худ. Шубиной "Когда в колхозе хорошие ясли, спокойна мать и ребенок счастлив!" и другие.

Все перечисленные плакаты отличаются стремлением художников к иллюзорности в передаче пейзажей и интерьеров, стремлением изображать фон со множеством подробностей, написанных, однако, наспех и неряшливо. Несмотря на применение многих красок, плакаты эти в цветовом отношении невыразительны. Они ничем не отличаются от плохих цветных репродукций с плохих, грубо написанных станковых картин, и если бы не тексты призывов – нельзя было бы догадаться, что перед нами плакаты. В то же время, они не выдерживают и требований, предъявляемых к картинам. Продукция такого рода утратила качества плаката, но не приобрела качества живописи.

То же явление наблюдается и во многих плакатных портретах. В ряде случаев, правда, портретное изображение включается в плакат, как часть сложного композиционного целого и участвует в действенном раскрытии содержания. Таковы, например, хорошие плакаты: худ. В. Иванова "За счастье!", худ. Говоркова "И засуху победим!", худ. Правдина "К новым успехам советской авиации!", "Нашим вооруженным силам – слава!" и "Работать так, чтобы товарищ Сталин спасибо сказал!"

Но гораздо чаще встречаются такие портретные изображения, о которых нельзя сказать, почему это, собственно, плакат. В них нет ничего от плаката, кроме текста надписи, напечатанной вверху или внизу изображения. Само же изображение есть не что иное, как обыкновенный портрет. Таковы, например, плакаты В. Иванова "Придем к изобилию", В. Правдина "Слава родному Сталину!", Б. Белопольского "Мы стоим за мир и отстаиваем дело мира!", Березовского и Шагина – плакат с таким же текстом, и ряд других. Если это по существу – портреты, а не плакат, то к ним следует предъявить те требования, которые определены высотой сегодняшнего уровня портретного искусства в советской живописи. Но этих требований плакатный портрет сплошь и рядом не выдерживает, с чем почему-то привыкли мириться, как с "особенностями" плакатного

жанра. Но тогда правильнее репродуцировать в красках лучшие портреты, созданные живописцами и украшающие наши музеи, чем под видом плакатов распространять в миллионных тиражах портреты гораздо более слабого качества.

Таким образом, и в портретных, и в сюжетных плакатах мы видим аналогичное явление. "Специфика" плакатного жанра рассматривается издательскими работниками как право плаката на скидку, как превращение плаката в слабую цветную репродукцию со слабого оригинала станковой живописи.

Искусствоведы, писавшие о плакатах последних лет, либо вовсе не отмечали этого недостатка, либо даже попытались подвести под него "теоретическую базу" и превратить его в достоинство. Так, в статье тов. Е. Поволоцкой и М. Иоффе "30 лет советского плаката" читаем: "Всякие разговоры эстетствующих критиков о том, что плакат-де не может быть живописным, что он не должен приближаться по технике к станковой картине – разговоры несостоятельные"¹⁰⁹⁴.

Далее тов. Поволоцкая и Иоффе заявляют, что "старая формалистическая теория усматривала специфику плакатного искусства в нарочитой упрощенности формы, в подчеркнутом лаконизме и броскости изображения. Эта теория, исходившая из того, что эмоциональное воздействие плаката должно быть как можно более коротким, сжатым, ударным, дискредитирована жизнью". Плакат, – заявляют авторы, – имеет свою специфику, "но специфика эта не в технике исполнения"¹⁰⁹⁵.

Эти утверждения неправильны. Авторы по сути дела уклонились от постановки и решения вопроса об особенностях плаката. Споры нет, в числе писавших о плакате немало было разных эстетов и формалистов, пытавшихся обосновать глупейшее трюкачество ссылками на "специфику". Надо бороться против формалистов, разоблачать их спекулирование на специфике плаката, но нельзя из-за этого отмахиваться от вопроса по существу о специфике плаката, как особого, самостоятельного вида искусства, имеющего свои особенности художественной формы, включая сюда и технику исполнения.

"Путь к дальнейшему росту плаката, – пишут те же авторы, – не в возврате назад к его устаревшим условным формам, а в неразрывном движении вперед, в работе над повышением идейной насыщенности и художественной силы реалистического образа. Именно в этом заключается подлинная специфика советского плакатного искусства".

Нетрудно убедиться, что "именно в этом" никакой специфики советского плаката нет, ибо повышение идейной насыщенности и художественной силы

¹⁰⁹⁴ Журнал *Искусство* 1948 г., стр. 40, разрядка наша – В.К. Верная мысль о том, что нельзя сводить специфику плаката к технике исполнения, приобретает у авторов статьи такой смысл, что техника исполнения вообще не имеет никакого отношения к специфике плаката, что неправильно. (Примеч. документа. – Сост.).

¹⁰⁹⁵ Там же, стр. 40, разрядка наша – В.К. Верная мысль о том, что нельзя сводить специфику плаката к технике исполнения, приобретает у авторов статьи такой смысл, что техника исполнения вообще не имеет никакого отношения к специфике плаката, что неправильно. (Примеч. документа. – Сост.).

реалистического образа в равной мере есть путь к советской станковой живописи и скульптуры, и фрески, и книжной иллюстрации, т.е. признак, сформулированный авторами, не может объяснить специфических особенностей плаката. Кроме того, в приведенной цитате сила реалистического образа советского плаката прямо противопоставлена условным формам его, как "устаревшим". Получается, что плакат, если он хочет быть реалистическим, должен отказаться от условных форм вообще, т.е. что он должен по своим формам уподобиться станковой живописи. Было бы, конечно, нелепостью тащить сейчас наш плакат к тем условным формам, которые были в "Окнах РОСТА" с их плоскими пятнами и геометрически упрощенными линиями, к отказу от объемности и т.д. С тех пор и жизнь, и советское искусство ушли далеко вперед, а вместе с ним ушел вперед и наш современный плакат. Он стал гораздо более живописным по краскам и более тщательным в рисунке, он научился моделировать объем, пользоваться светотенью, передавать перспективу, он исторически конкретнее и психологически глубже характеризует образы. Но все эти черты современного плакатного искусства решаются в нем по-плакатному, т.е. несколько иначе, чем они решаются в картине маслом. Так, например, само понятие живописности в плакате иное, чем в станковой живописи – в плакате живописность не отрицает резкой контурности, а в картине маслом такая контурность звучала бы неуместной "плакатностью". То же относится и к лепке объема. Нельзя, например, требовать от плаката передачи пленера, а живопись не может быть полноценной без пленера и т.д. Тов. Поволоцкая и Иоффе неверно представляют себе, что такое реализм в плакатном искусстве. Им кажется, что чем ближе плакат к станковой картине, чем меньше он от нее отличается, тем он реалистичнее. Поэтому они внушают плакатистам ту мысль, что нечего им задумываться о различии между плакатом и картиной маслом, ведь разговоры о том, что плакат не должен приближаться по технике к станковой картине – "разговоры несостоятельные". Тем более, уверяют авторы, что "современная техника репродуцирования и печати не связывает в каждом плакате художника жесткими требованиями, как это было тогда, когда все плакаты воспроизводились способом ручной литографии". Значит, мол, вы, плакатисты, можете вместо плаката создавать оригинал в виде станковой картины, а над её репродуцированием пусть ломают голову полиграфисты – вас это не касается. Такая точка зрения является ошибочной, хотя она и отвечает склонности некоторых художников (Е. Мельниковой, З. Правдиной), работающих в области плаката и дающих неплохие в своем роде произведения. Но что из этого следует? Только то, что может быть нужно узаконить наряду с плакатом еще одну разновидность изобразительного искусства, а именно: печатную цветную картину. Образцы её знает и дореволюционная издательская практика, есть некоторый опыт и у советских издательств. (Например, картины художников Мальцева и Чудова, изданные Военно-морским министерством).

Над вопросом о создании таких полиграфических картин следует подумать, так как такие картины могут приносить свою пользу делу политического и эстетического воспитания народа. Но для такой картины не нужен такой большой формат, как для плаката, не нужны такие короткие сроки изготовления, не нужны столь быстро меняющиеся темы, не нужны включенные в изображение призывы и т.д.

Возможно, надо возродить и узаконить эту издаваемую полиграфическим способом "картинную продукцию", как её называло решение ЦК от 11 марта 1931 г. "О плакатно-картинной продукции". Следует отметить, что в этом решении ЦК ВКП (б) неоднократно говорится о картинно-плакатной продукции, как об издании "плакатов и картин"¹⁰⁹⁶, которые упоминаются рядом, как два самостоятельных вида изобразительного искусства, причем, картины рассматриваются как особый вид, существующий наряду с плакатом, но не подменяющий его.

Не отрицая возможности и пользы этого вида (полиграфическая картина), мы считаем совершенно неправильным стирание грани между станковой картиной и плакатом, проводимое авторами статьи "30 лет советского плаката" под предлогом борьбы за реализм плаката.

Социалистический реализм предполагает многообразие форм, жанров и видов искусства, а не сводит их к одному. Между плакатом и станковой живописью существует и должно существовать различие. Непонимание этого только мешает плакату полностью использовать свои возможности, снижает его качество. Остановимся на чертах этого различия.

1. Плакат – один из самых непосредственно активных видов искусства. В самой природе плаката содержится страстный, обращенный к зрителю, призыв. Плакат должен возбуждать мысли и чувства зрителя, должен непосредственно призывать его к определенным действиям, поступкам, о чем плакат открыто и громко заявляет как своим изображением, так и текстом, теснейшим образом с ним связанным. Лучшей похвалой для художников-плакатистов является признание зрителем действенной силы их плакатов, как это, например, выражено в следующей записи студентов пединститута гор. Запорожье: "Неизгладимое впечатление производят плакаты художников Кукрыниксов, Иванова, Зеленского и других. Увидев эти плакаты, невозможно оставаться пассивным, хочется сделать всегда только хорошее. Только то, к чему призывают плакаты". Станковая картина, конечно, также воздействует на активность зрителя, но не столь прямо и непосредственно, как плакат. Содержание станковой картины сложнее и выражено в более развитой форме; оно вызывает большое количество ассоциаций, представлений и не может быть передано несколькими словами текста. Представим себе, как нелепо выглядели бы тексты призывов,

¹⁰⁹⁶ Постановление ЦК ВКП (б) "О картинно-плакатной продукции" от 11 марта 1931 г. Сборник "Советское искусство за 15 лет". М.–Л., 1933, стр. 643. (Примеч. документа. – Сост.)

написанные поверх живописной композиции репинского "Не ждали" или суриковской "Боярыни Морозовой".

2. Плакат должен обладать оперативностью. Он должен своевременно и быстро откликаться на важнейшие события жизни народа, участвовать в политических кампаниях и, разъясняя народу указания большевистской партии, агитировать за наилучшее выполнение очередных конкретных задач, связывая их с главной целью – построением коммунизма. Срок времени, отводимый плакату, измеряется днями, неделями, тогда как на создание станковой картины затрачиваются многие месяцы и годы. Но краткость срока создания плакатов включая и типографское печатание не дает "скидки" на качество, а лишь обязывает художников столь совершенно владеть специфическими изобразительными средствами плаката (отличными от средств станковой живописи), чтобы в эти сроки в этих условиях создавать идейно и художественно полноценные произведения.

А что это возможно, доказывают многие советские плакаты, созданные в кратчайшие сроки. Напомним превосходный плакат Кукрыниксов "Беспощадно разгромим и уничтожим врага!", появившийся на улицах на следующий день после начала Великой Отечественной войны, полный пафоса плакат худ. И. Тоидзе "Родина-мать зовет" и другие. Непосредственно связанная с текущим моментом, тема плаката имеет относительно более короткий срок существования, чем тема картины. Поэтому плакат должен обновляться в связи с изменением конкретных текущих задач агитации.

3. Плакат – самый массовый вид изобразительного искусства.

В решении ЦК ВКП (б) от 1948 года подчеркнута значение плаката как "самого массового вида советского изобразительного искусства". "Плакат, – говорил М.И. Калинин, – искусство массовое. С ним художники идут в народ"¹⁰⁹⁷. Распространенный в сотнях тысяч и миллионах экземпляров по всей стране он обращается ко всей массе населения, его одновременно в разных пунктах страны смотрят самые широкие слои народа. При этом плакат привлекает внимание зрителя в процессе его текущей жизни, труда и быта, как бы включаясь в этот процесс и не требуя, чтобы зритель прекращал свои обычные занятия для восприятия плаката. Станковая картина, напротив, требует от зрителя выключения из текущих дел, требует, чтобы зритель специально пришел её смотреть в музей или на выставку¹⁰⁹⁸, где одновременно могут смотреть картину сравнительно небольшое число лиц.

¹⁰⁹⁷ Из статьи М.И. Калинина *Об искусстве плаката*, написанной на основе стенографической записи беседы М.И. Калинина с художниками и сотрудниками *Окон ТАСС* 19 декабря 1942 г. (*Литература и искусство*. 1943. 1 января).

¹⁰⁹⁸ Это не значит, разумеется, что нельзя устраивать выставки плакатов. Советский зритель проявляет к ним большой интерес. Так, например, организованную в 1949–1950 гг. в городах СССР передвижную выставку плаката посетило свыше 460.000 человек. Речь идет лишь о главном назначении плаката. (*Примеч. документа. – Сост.*).

4. Плакат должен обладать "дальнобойностью" и "броскостью". Его содержание должно благодаря ясной, выразительной форме восприниматься зрителем даже на большом расстоянии, плакат должен запоминаться зрителем с первого взгляда даже при беглом восприятии его (например, во время прохода мимо по улице, или из окна движущегося транспорта и т.д.). За это короткое время плакат должен успеть высказать зрителю главное свое содержание. При этом плакат должен привлечь внимание зрителя и в условиях шума улиц, площадей, собраний и в условиях работы фабрик, колхозов и в других подобных обстоятельствах и обстановке, специально не предназначенных для искусства.

Станковая картина, напротив, требует, чтобы зритель её смотрел вблизи, не на ходу, требует значительного времени для рассматривания и раздумья, требует спокойной обстановки музея, выставки, зала дворца культуры и т.п., помещения, где можно сосредоточиться и воспринять содержание картины.

5. Плакат (оригинал) создается автором для тиражирования через печать, и художник должен знать полиграфические средства и возможности и уметь ими пользоваться, учитывая их как часть условий своей работы, ибо только через напечатание плакат получает реальное существование, доходит до зрителя, до народа.

Плакатист, исходя из назначения своего оригинала для печати, применяет наиболее подходящие для этого графические и живописные средства и материалы (карандаш, тушь, акварель, гуашь и т.д.).

Станковая картина создается художником сама по себе, вне всякой мысли о технике её полиграфического репродуцирования. Художник-станковист пишет масляными красками, которые весьма трудно поддаются быстрому и оперативному полиграфическому воспроизведению.

Не случайно оригиналы плаката никогда не пишут маслом. Тот факт, что в последнее время стали появляться оригиналы плакатов, написанные маслом, лишь показывает, до какой степени у некоторых художников и работников издательств утратилось понимание разницы между плакатом и репродукцией со станковой живописи.

* * *

Особенности плаката и отличия его формы и языка от станковой картины не должны от нас заслонять того общего, что объединяет эти виды искусства, и что позволяет предъявлять к плакату такие же полноценные требования в отношении большевистской идейности его содержания и реалистического совершенства его образов, – требования, обусловленные единством их творческого метода – метода социалистического реализма.

На основе этого метода каждый из этих видов искусства развивает и совершенствует свои особенности и средства, с помощью которых и плакат, и картина служат единой общей цели – воспитанию зрителей в духе коммунизма.

Внутри этой общей цели каждый из этих видов искусства имеет свои конкретные задачи и свои специфические средства их выполнения. Они не конкурируют, а дополняют друг друга, как разные виды идеологического оружия. Особенности плаката очень хорошо сформулировал М.И. Калинин: "Если позволительно такое сравнение, то я бы сказал, что картина – это пропаганда, а плакат – агитация". В решении ЦК ВКП (б) "О плакате" от 1948 года плакат назван "одной из наиболее доходчивых форм политической агитации".

От плакатиста требуются не те качества, что от художника-станковиста, так же, как от плаката требуются не те качества, что от станковой картины. Превращение плаката в слабую репродукцию со слабой станковой картины ведет к утрате плакатом его агитационной роли, ведет к замене горячего призыва, способного возбудить в массе народа соответствующие чувства, пассивной информацией, вялостью формы и средств выражения, равнодушием, особенно недопустимым в плакате и противоречащим его специфике, ведет к утрате плакатом замечательных боевых традиций советского плакатного искусства, ведет к снижению идейной значимости и действенной силы художественного плаката.

Таковы последствия отождествления плаката со станковой картиной.

3. ФОРМАЛИСТИЧЕСКИЙ МЕТОД ФОТОМОНТАЖА И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ СОВЕТСКОМ ПЛАКАТЕ

В современной плакатной продукции большое место занимают фотомонтажные плакаты.

Фотомонтаж возник в киноплакатах и в коммерческих рекламных плакатах капиталистических стран Европы и Америки и теснейшим образом связан с буржуазными формалистическими течениями. В советском искусстве фотомонтажные плакаты появились в конце 20-х годов. Их появление сопровождалось откровенным призывом идти на выучку к буржуазному рекламному плакату: "Можно безошибочно сказать, что мы не знаем буржуазного рекламного плаката, и если знаем, то весьма слабо. Его нужно изучить для его использования, над ним нужно тщательно поработать".

Сторонники фотомонтажа в трескучих декларациях хвастливо возвещали, что фотомонтаж "совершил революцию в методах композиции, ...¹⁰⁹⁹ машинная индустрия, последовательно проводящая механизацию ручного труда, проникает и в технику изобразительного искусства".

"Механизированные процессы вытесняют ручные. Набор – вместо писанного шрифта. Американская ретушь – вместо ручной закраски. Фотомонтаж – вместо ручного рисунка".

¹⁰⁹⁹ Здесь и ниже в данном тексте отточия вне острых скобок – отточия документа.

Плакатисты-фотомонтажники с торжеством заявляли, что их метод вытесняет плакат графический и живописный.

Насквозь формалистический, лефовский характер этой "теории" фотомонтажного плаката совершенно ясен сейчас для всех советских художников. Тем не менее, практические приемы фотомонтажного "метода скомплексирования", насквозь враждебные реалистическому искусству, всё ещё применяются и сейчас некоторыми нашими плакатистами и представляют собой сегодня рецидив формализма, мешающий дальнейшему развитию советского плаката. А узаконенный фотомонтажом фотографизм, стал пороком, повлиявшим даже и на графический, и на живописный плакат. Рассмотрим, в чем выражаются сегодня вредные последствия формалистического фотомонтажного метода в отношении рисунка, композиции и цвета плакатов.

Работая над графическим или живописным плакатом, художник самостоятельно создает рисунки людей и предметов с натуры и на плоскости бумаги объединяет их в композиционное целое, добиваясь органической связи: 1) изображаемых людей друг с другом (движения, повороты, жесты, взгляды, раскрывающие взаимодействия персонажей), 2) фигур с фоном (пейзажем, архитектурой, интерьером и т.д.). Заметим попутно, что русские художники-реалисты, даже накапливая материал для картины, делая натурные зарисовки людей и предметов, старались брать их по возможности в той обстановке и поворотах, в каких они должны быть помещены в картину, настолько важно это для естественности и органичности композиции.

Совсем иное дело происходит при фотомонтажном "методе" создания плаката. Плакатист имеет дело с фотографиями лиц и фигур людей, заснятыми с разных расстояний, в различных ракурсах и поворотах, при разной светосиле и разном фокусе резкости, в различной обстановке и т.д.

Этот, во всех отношениях разносортный материал, фотоплакатист почему-то рассматривает как готовые части единого целого, как уже созданные образы для плаката, которые надо лишь "...скомплексовать".

Для этого отобранные изображения людей прежде всего вырывают из той конкретной обстановки, в которой они сфотографированы и, вырезав, наклеивают их на другой фон, заснятый или нарисованный независимо от них, или, что чаще, – на цветную поверхность.

При этом естественная связь между фоном плакатов и фигурами первого плана нарушена и заменена совершенно механической связью. Это несколько не беспокоит плакатистов, которые, пользуясь формалистическим приемом фотомонтажа, даже не считают нужным скрывать, что фигуры первого плана откуда-то вырезаны и сюда попросту наклеены, вырезанность фигур отчетливо видна на множестве современных плакатов (см., например, плакаты худ. Березовского "Готовьте высокий урожай" или худ. Корецкого и Гицевич "Любите родину" и т.д.).

Не лучше обстоит дело и со связью фигур между собой. Заметим попутно, что русские художники-реалисты¹¹⁰⁰ даже в натуральных зарисовках настойчиво старались добиться взаимосвязи персонажей, придавая огромное значение естественной группировке людей в композиции картины (Суриков, Репин).

Совсем иное происходит при фотомонтажном "методе". Здесь плакатист вырезанные из разносортных фотографий фигуры и лица размещает на избранном фоне рядом, составляя из них фальшивое подобие разговаривающих людей, толпы народа и т.д., хотя между такими фигурами нет никакого соответствия, никакой органической связи и взаимодействия, а есть чисто механическое соседство, достигнутое усилиями ножниц и клея. Но никакой клей не в силах объединить в единое художественное целое разнобойный фотоматериал, заснятый в разных условиях, с различных точек зрения и по-разному. Поэтому вся несуразность насильственного "соседства" вырезанных фигур выпирает наружу, и мнимое единство расползается по швам. В фотомонтажных плакатах полностью нарушается элементарная грамотность, нарушаются основы перспективы (как в степени резкости изображений, так и в соотношении масштабов фигур и лиц, расположенных в разных пространственных планах).

Типичный пример – изображение народной массы на плакатах Корецкого. Вот, например, изображение демонстрации трудящихся на Красной площади в плакате Корецкого "Любимый Сталин – счастье народное". Здесь народ изображен по всем "правилам фотомонтажного метода". Головы людей, помещенных Корецким на втором и третьем плане плаката часто такого же и большего размера, чем людей, идущих на первом плане. Повороты людей друг к другу неестественны, видно, что их фигуры и лица механически приставлены Корецким друг к другу с сокровенной целью – заполнить пространство. Свободные промежутки, которые автору не удалось закрыть головами людей, Корецкий, без долгих раздумий забивает... букетами цветов. Нельзя поэтому согласиться с авторами ранее названной статьи о советском плакате тт. Поволоцкой и Иоффе, которые пишут: "Корецкий никогда не идет путем механического монтажа отдельных фотографий, как это делали обычно его предшественники". Такая "критика" неспособна исправить недостатки плакатиста, а наоборот, лишь закрепляет и усугубляет их, оказывая художнику медвежью услугу.

Фотоматериал, который иногда может быть полезным подспорьем для художника при условии переработки его в рисунок, часто в плакатах становится заменой рисунка, а всё "искусство" плакатиста сводится к ножницам и клею. В

¹¹⁰⁰ Русским художникам-реалистам уделяли в то время особое внимание в искусствоведении и художественной критике. Их творчество считалось эталонным и их называли также *художниками-демократами* (в отличие от *формалистов*, которые всегда считались представителями *загнивающего буржуазного искусства*). 11 сентября 1948 г., нападая в очередной раз на *формализм*, агитпроповская газета *Культура и жизнь* писала: «Недостаток многих советских художников состоит в том, что они еще не умеют передать советской действительности так, как умели передвижники передать жизнь своего времени». И далее цитировалось высказывание А.А. Жданова: «Партия восстановила в полной мере значение классического наследия Репина, Брюллова, Верещагина, Васнецова, Сурикова».

результате возникают плакаты, как, например, худ. Дружкова "Да здравствует великое непобедимое знамя Маркса–Энгельса–Ленина–Сталина!" Для этого плаката автор использовал фотографии великих корифеев марксистско-ленинской науки. Но вместо того, чтобы пользуясь этим фото, создать рисунок, дающий органическое композиционное единство, плакатист попросту вырезал эти фотографии и наклеил их на красный фон, приставив одно к другому и совершенно не смущаясь тем обстоятельством, что все эти фотографии были сняты в разных условиях, с точек зрения разных по высоте, что лица были сфотографированы в разных наклонах и что, следовательно, нельзя механически размещать их рядом, не нарушая элементарных законов оптики и перспективы.

Приведенные примеры далеко не единичны и могут быть умножены.

Нельзя больше мириться с бездумным ремесленничеством плакатистов, использующих фотомонтаж, как средство уклоняться от необходимости самостоятельно рисовать и строить грамотную реалистическую композицию.

Фотографизм в композиции плаката проявляется не только там, где художник применяет фото. Фотографизм как принцип, порожденный фотомонтажным плакатом и получивший большое распространение в фотоплакатах, оказал вредное влияние на композицию в живописном и в графическом плакате.

В подавляющем большинстве живописных и графических плакатов художников виден один и тот же композиционный принцип построения плаката. Это погрудное или поясное изображение одной или нескольких стоящих фигур и подписанный под ними текст. При этом, как правило, фигуры даны вне действия (лишь иногда встречается рукопожатие или разговор). Композиция поэтому статична, вяла и производит такое впечатление, как будто поясные фигуры людей присутствуют на плакате с единственной целью – "себя показать". Их взаимоотношения друг с другом лишены динамики и не раскрыты ни в жестах, ни в выражении лиц, каждый персонаж существует изолированно от остальных, находясь с ними просто по соседству, словно предметы на витрине магазина. Такое обеднение композиции плаката под влиянием фотографизма влечет за собой ослабление и других его изобразительных средств: резко снижается пластическая выразительность плаката, сводится к минимуму роль рисунка в графическом плакате.

Всё это вместе снижает художественный уровень плаката и резко ослабляет силу его впечатления на зрителей.

Серьезный ущерб советскому плакату причиняет влияние формалистического метода фотомонтажа и в области цвета. При возникновении фотомонтажных плакатов их сторонники имели дело с обычными фотографиями серого цвета. Поэтому в декларациях монтажистов о цвете говорилось либо как о цветном фоне, на который должны наклеиваться фото, либо как о применении цветного фото, либо как о закраске плакатов с помощью аэрографа и т.д. То есть, применение цвета художником допускалось только в качестве того или иного механического способа. Самостоятельной работе цветом художника-живо-

писца и графика была объявлена борьба, проходившая под глупейшим лозунгом: "Американская ретушь – вместо ручной закраски". Формалисты понимали цвет не как одно из могучих средств, с помощью которого изобразительное искусство правдиво, в полноценных художественных образах отражает жизнь, а как механический способ "активизировать" изображение предмета: "Механическим способом при помощи цвета можно активизировать вещь до такой степени, что она будет такого качества, что Рембрандт и Тициан с их низкой техникой останутся далеко позади. Так, безусловно, будет. Фотомонтаж, механизированный от начала до конца, открывает эти перспективы". Крикливый тон этой декларации, её насквозь формалистический "лефовский" характер должен быть совершенно очевиден для наших современных плакатистов. Тем более странно, что в практике своей работы над цветом в плакате многие из них до сих пор применяют те же самые формалистические приемы в использовании цвета. <...>

* * *

Фотографизм, введенный в искусство плаката формалистическим "методом фотомонтажа" в конце 20-х годов, продолжает существовать как принцип и по настоящее время. Фотографизм – это не просто использование фото в работе плакатиста (против такого использования фото как подсобного материала нельзя возражать). Фотографизм – это порочный формалистический принцип, целиком вытекающий из вульгарного "лефовского" взгляда на плакат как на механическое соединение разнородных элементов, скрепленных: 1) наклейкой вырезанных фотофрагментов на цветной фон, 2) подкраской фотографий сверх ретуши методом чертежной "заливки" поверхностей или аэрографом.

Мы видели, что фотографизм оказал пагубное, разъедающее влияние на важнейшие составные элементы искусства плаката – на рисунок, на композицию и на цвет. Фотографизм, тем самым, разоружил художника-плакатиста, отнял у него средство активного воздействия на зрителя, средство эмоционально возбуждать зрителя, обращаться к его мыслям и чувствам со страстным, горячим призывом большевистской агитации.

Фотомонтаж главным образом распространяется из Москвы благодаря плакатам Корецкого и Березовского. На периферии и в союзных республиках его, к счастью, пока мало. Но он уже начинает появляться и там. На Украине фотомонтажным методом пользуется Г. Бахмутов, в Латвии – Д. Лаев, в Краснодаре – Литовченко. Есть опасность, что некоторые плакатисты периферии, слабо умеющие рисовать, ухватятся за легкий фотомонтажный метод, и он получит широкое поле деятельности.

Распространение фотоплакатов и насаждение фотографизма как метода создания плакатной продукции ничем не оправдано. Если не остановить этот вредный формалистический принцип в области плаката, то скоро, пожалуй,

найдутся авторы, которые и вместо живописи начнут ставить костюмированные инсценировки, вроде "живых картин", и заснимать их цветной фотографией (благо она делает успехи). Ясно, что такая "рационализация" была бы установкой на уничтожение живописи как искусства.

Фотографизм в своем последовательном развитии означает также отрицание плаката как вида искусства, как формы образного познания и отображения действительности. Если плакат относится к изобразительному искусству (а не к кино), то плакатист должен самостоятельно рисовать и писать красками. Это – азбучная истина. И никакое фотографирование найденной природы в специальном костюме и в нужном повороте не может заменить выразительность и силу линии и краски художника, одухотворенного идеей и создающего образ.

Засилье фотографизма и фотомонтажных плакатов вызывает законное беспокойство советских зрителей. Приведем несколько записей из книги отзывов: "Кстати, не очень ли много появляется теперь фотомонтажных плакатов – это может серьезно умалить искусство", – пишет инженер-капитан тов. Бендин. "Художник ли Березовский? По его плакатам видно, что он чистый фотограф", – пишет архитектор. "Плакатисту Березовскому, избравшему наиболее простой способ оформления своих работ с помощью фотографий, надо бы перейти к более творческой художественной деятельности", – пишет мастер спорта тов. Белоусов. "Не слишком ли много в последнее время стали выпускать фотомонтажных плакатов? Разве фотомонтаж – это настоящее искусство?", – спрашивает архитектор Д.

Эти опасения советских зрителей совершенно справедливы. Фотомонтажный "метод" нанес и наносит немалый вред важнейшим изобразительным средствам плаката.

4. ФОТОГРАФИЗМ И ЕГО ВРЕДНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ В ПЛАКАТЕ

Создавая графический или живописный плакат, художник-плакатист имеет возможность творчески обрабатывать материал природы. Даже в процессе его собирания и накопления художник может, делая самостоятельные зарисовки, отбирать типическое, подчеркивать главное, опускать второстепенное. Суммируя затем свои наблюдения, используя и перерабатывая зарисовки с природы, художник продолжает идти путем художественного обобщения – без чего нет образа, нет искусства.

Применяя фотомонтаж, художник-плакатист вводит в плакат фотографию взамен самостоятельного рисунка. Выбрав одно или несколько фото, художник компанует их друг с другом и с фоном, иногда подцвечивает красками, но никогда не перерабатывает фотографии, а сохраняет её в том неизменном виде, в котором она была заснята фотоаппаратом.

Отказавшись от самостоятельных зарисовок с натуры, отбора и обобщения в процессе самостоятельного накопления материала, фотоплакатист попадает в полную зависимость от тех нескольких или одного фото, которые он избирает в качестве готовых образов для своего плаката.

Но так как в жизни нельзя встретить человека, внешний облик которого был бы настолько выразителен, что простое фото с него уже давало бы законченный художественный образ, фотоплакатисту приходится в практике своей работы ставить своей задачей подыскание подходящего типажа. Если автор живописного или графического плаката может и в работе над типажом объединять черты, наблюдаемые у нескольких лиц, то автор фотоплаката лишен этой возможности, избранное им данное отдельное фото должно обязательно быть типическим. Проблема подыскания типажа приобретает поэтому исключительно большое значение для фотоплакатов.

Выбор случайного неубедительного типажа сразу делает неубедительным весь плакат.

Например, плакат Березовского "Колхозники, разводите зеркального карпа" изображает юношу с рыбой в руках. Насколько изображение карпа не оставляет сомнения в типичности найденной натуры, настолько же образ художественного подростка в курточке неубедителен, в нем зритель не может найти никаких типических признаков – ни колхозника, ни рыбака.

Более удачен тип рабочего, раскрывшего том Конституции СССР в плакате В. Корецкого "Социалистическая собственность священна и неприкосновенна", но этого рабочего, лишь повернув его в профиль, Корецкий и Гицевич использовали и в другом плакате – "Досрочно закончим новостройки послевоенной пятилетки", что превращает его в шаблон.

Примером неудачного типажа служит плакат Березовского "Женщины в колхозах – большая сила". Подцвеченное фото изображает женщину, в которой тщетно было бы искать какие-либо черты колхозницы. По своему облику и костюму эта женщина лет сорока, в синей куртке форменного покроя со светлыми пуговицами, коротко подстриженная, с прищуренным взглядом и плотно сжатыми губами скорее напоминает ответственную сотрудницу, может быть, транспорта, авиации, юстиции или госконтроля – но никак не колхозницу. Лишь небольшие здания на заднем плане намекают на колхоз. Текст плаката вступает в открытое противодействие с тем впечатлением, которое порождает несколько суровая, одинокая фигура женщины.

Фотографизм в плакате сказывается очень часто в том, что плакатист использует типаж вместо образа.

Хотя в плакате – как и вообще в искусстве – большую роль играет верный типаж, одного типа недостаточно, так как даже самый лучший типаж не является еще художественным образом.

Ошибки и неудачи многих плакатов основаны на том, что художники-плакатисты часто не понимают разницы между типажом и образом, ставят между

ними знак равенства и, в лучшем случае, довольствуются началом работы, выдавая её за результат и отказываясь от всякой творческой переработки сырого материала. Здесь полезно вспомнить традиции великих русских живописцев, ибо они ценны и для искусства плаката. Изучение пути создания картины у великих русских реалистов – Репина, Сурикова свидетельствует о том, что настойчивые поиски типажа были лишь частью их творческого процесса, и что натурные эскизы многократно творчески перерабатывались художниками, подчинявшими их идее произведения перед тем, как включить их в композицию картины.

Между тем многие плакатисты допускают серьезную ошибку, когда попросту переносят типаж, лишенный обобщающей силы, не доведенный до качества художественного образа, прямо в плакат, содержание и текст которого возлагают на этот полусырой типаж такую идейно-художественную нагрузку, которой он не может выдержать.

В результате – полное несоответствие между текстом плаката и слабым, безликим "образом".

Порок многих современных плакатов (в том числе и графических и живописных) состоит в том, что найденный типаж в них остается только типажом, не несет в себе никакого идейного, эмоционального содержания. Персонаж позирует перед фотоаппаратом (или перед художником), оставаясь безразличным и внутренне пустым по отношению к тому, что происходит вокруг него на плакате и к тому, к чему данный плакат призывает зрителя. Полное равнодушие такого типажа к идейному содержанию плаката есть худшая черта фотографизма. И этот порок не может исправить ни наилучший текст и никакие ордена и орденские планки, депутатские значки, звезды Героев Социалистического Труда, никакие флаги и эмблемы, которыми обычно так щедро наделяют авторы плакатов позирующих статистов, тщетно стремясь компенсировать этим их художественную неполноценность. Художественного образа нет – плакат остается безжизненным и фальшивым.

Плакат худ. В. Колябина "Советская армия голосует за кандидатов блока коммунистов и беспартийных" изображает пехотинца, моряка и лейтенанта авиации у избирательной урны. Это – три серые, скучные фотографии, вырезанные и наклеенные на красный фон. Их лица ничего не выражают, ни к чему не призывают. Роль художника в этом плакате предельно скромная: она свелась к раскраске погонов и петлиц.

На плакате худ. А. Коссова "Пусть буржуазия мечется, злобствует до умопомрачения..." изображен шахтер, читающий газету. Лицо шахтера, данное крупным планом, лишено какого-либо выражения, оно безжизненно и равнодушно. Такой же невыразительный стаффаж¹¹⁰¹ вместо живого человека видим на пла-

¹¹⁰¹ Небольшие фигуры людей и животных на задних планах пейзажа (нем. *Staffage*, от *staffieren* – украшать картины фигурами).

кате худ. Корецкого "Колхозам, совхозам, МТС – электроэнергию!", где на первом плане дано крупное фото мужчины, включающего рубильник. Бесстрастность и внутреннюю пустоту этой фотографии плакатист тщетно пытается исправить внешним эффектом, осветив откинутый профиль лица ярким электрическим светом. Но ни ракурс, ни освещение не могут заменить того, чего лишено взятое автором плаката фото: выражения внутренней духовной жизни советского человека, его мыслей и чувств, его горячего заинтересованного отношения к великому делу коммунизма – строительству колхозных электростанций. Т.е. в плакате нет того главного, чтобы волновало и заражало зрителей, убеждало и радовало их.

В плакате Корецкого затронута важная тема: "Каждый час социалистического труда – новый шаг к коммунизму". Замысел плаката, его общая композиция и конкретные поясняющие подробности удачно найдены Корецким – все они содействуют наглядному, образному раскрытию содержания. Все – кроме выражения лица самого рабочего, удачного по типуажу, но никак творчески не доработанного автором до уровня художественного образа. Корецкий попросту перенес в плакат фотографию, ничего не сделав, чтобы усилить её выразительность. Образу явно не хватает определенности характеристики, его лицо не оживлено ни чувством, ни мыслью. Черты лица его приятны, на губах играет легкая улыбка, взгляд спокоен, но всё это носит совершенно внешний, общий характер. Чтобы понять, что за внешней благообразностью этого образа скрывается внутренняя пустота, достаточно задать вопрос: есть ли в облике этого рабочего какой-либо призыв? Есть ли в нем горячая убежденность, способная убедить и увлечь примером зрителей? Нет, этот человек хотя и не позирует, и перед фотоаппаратом чувствует себя совершенно естественно, но он и не живет подлинной жизнью, он не наполнен тем внутренним содержанием, которое оправдывало бы его роль в плакате, призывающем к коммунистическому труду.

Плакатисты из-за равнодушного механического фотографизма отстают от жизни, не могут передать действительные мысли и чувства сегодняшних людей – новаторов социалистического производства, не могут передать рост сознательности трудящихся, их трудовой подъем. Этот недостаток многих послевоенных плакатов на производственные темы справедливо критикуют трудящиеся нашей страны.

Вот интересная запись одного из посетителей выставки плаката в Донбассе (Горловка) от 15/VI–1950 г.: "Неубедительно представлена тема послевоенного строительства, как в городе, так и на селе. Плакатисты не отражают даже тот энтузиазм в труде, который имеем в жизни, в то время, как плакат должен звать вперед" (пишет тов. Редулов).

Из сказанного не следует, что фото вообще нельзя применять в плакате. Умелое использование в плакате фотографии и фотографизм – не одно и то же. Возьмем для примера лучший из фотоплакатов – плакат Корецкого "Воин Красной армии, спаси!" Это – превосходный плакат, обладающий большой эмоциональной силой воздействия и ярко выраженной патриотической идеей. Все

его хорошо помнят: мать, держащая на руках испуганного ребенка, в беззащитное тельце которого направлено острие окровавленного фашистского штыка. Образ женщины выражает целую гамму чувств – и любовь к ребенку, и отчаяние матери, и ненависть к фашистским убийцам, и надежду на помощь воинов Красной армии и т.д. Как удалось Корецкому создать этот образ (а это несомненно художественный образ)? Одной механической работой фотоаппарата здесь нельзя было обойтись. Мало было также найти подходящую натуру женщины-матери и ребенка, приставить к ним штык и на всё это навести фотообъектив. Нужно было достичь выражения перечисленных выше эмоций, мыслей и чувств матери и мальчика. Поскольку Корецкий в данном случае решил прибегнуть к фотоплакату, удача его была основана на том, что найденный им подходящий типаж вошел в плакат не механически сфотографированным. Женщина, привлеченная Корецким, прониклась идеей плаката, поняла и пережила чувства матери, спасающей свое дитя от фашистов и в момент фотографирования выразила своим лицом, фигурой, жестом именно то эмоциональное состояние, которое необходимо было для этого плаката, другими словами, она сыграла образ. Зрителю неизвестно, кто была эта женщина: талантливая советская артистка или просто молодая советская мать, откликнувшаяся всем своим существом на ту идею, которую Корецкий хотел воплотить в плакате (а эта идея близка и понятна, волнующа для всех советских женщин) – да это и не важно. Важно подчеркнуть, что художественный образ возник не из одного лишь удачного выбора типажа, а из творческого соучастия в создании плаката фотографируемых людей. Сила плаката Корецкого в огромнейшей степени обязана таланту этой женщины (и ребенка), сумевшей обобщить мысли и чувства миллионов советских матерей и правдиво выразить перед фотоаппаратом то, что каждая из них испытала в жизни, переживая ужасы войны. Выполнив это с такой эмоциональной силой, которая не может оставить зрителя равнодушным, женщина и мальчик попутно доказали, что в создании фотоплакатов роль фотографируемых людей не исчерпывается задачей служить просто "типажем", быть только подходящей "натурой" для съемки, а требует от них того, что Пушкин называл "истина страстей, правдоподобие чувств в предполагаемых обстоятельствах", требует участия в создании полноценного художественного образа.

Сказанное относится не только к плакатам военного времени, сюжеты которых полны драматизма, но и ко всякому плакату, какое бы "мирное" содержание он не выражал. Рассмотрим, например, плакат Березовского "Хорош уход – хороши телята!" На плакате изображена молодая колхозница, обнимающая теленка. Сзади из хорошо оборудованных домиков – крытых клеток – выглядывают еще несколько телят. В этом плакате всё убеждает: и естественность жеста, и улыбка колхозницы, и трогательная беспомощность теленка, и теплота, и юмор отношения молодой "няни" к её питомцам. Удача Березовского основана на том, что он вместо механического монтирования разных фигур, выре-

занных из разных фото, заснял с натуры такое фото, в котором правдиво отразилось то органическое взаимодействие фигур и то эмоциональное состояние девушки-колхозницы, какие были необходимы для содержания его плаката. При этом образ девушки прост и естественен, в нем нет ни малейшего признака позирования перед фотоаппаратом. Всё это и придало плакату Березовского силу образного воздействия.

Рассмотренные два хороших плаката Корецкого и Березовского свидетельствуют о том, что среди многообразных методов советского искусства может найти свое место и применение и использование фото. Но для этого необходимо решительно отказаться от порочных формалистических приемов "фото-монтажного метода" и использовать правдивое фото, рассматривая его как элемент, подчиненный законам реалистической композиции. Необходимо преодолеть бездушный механический фотографизм и добиться творческого соучастия фотографируемых лиц в создании художественных образов и в раскрытии идеи плаката. Но в этом пункте искусство фотоплакатиста соприкасается с искусством кинорежиссера.

Признавая возможным существование фотоплаката как одного из видов нашей плакатной продукции, нельзя, однако, переоценивать его удельного веса, нельзя поощрять его претензии на "ведущую роль" в плакатном искусстве и т.д. Основой, главным и решающим направлением в советском плакате должны быть графические и живописные плакаты, создаваемые художниками путем самостоятельной творческой работы карандашом и кистью, а не фотоаппаратом. Фотоплакатам должно быть отведено несравненно более скромное место, чем то, которое они сейчас занимают в нашей плакатной продукции. Важнейшей задачей художников-графиков и живописцев в настоящее время является полное избавление от вредного влияния фотоплакатов и, прежде всего, фотографизма.

Если уж говорить о влиянии, то надо добиваться, чтобы графический и живописный плакат влиял на фотоплакат, а не наоборот, влиял бы прежде всего наличием полноценных реалистических образов, правдиво отражающих советскую жизнь и раскрывающих идейное содержание каждого плаката. Для этого графическому и живописному плакату надо обрести свой, частично утраченный, смелый и выразительный язык линий и красок, это усилит пафос и высокое идейно-художественное значение плаката в жизни советского общества.

5. СОЗДАТЬ ПРАВДИВЫЙ ОБРАЗ СОВЕТСКОГО ЧЕЛОВЕКА В ПЛАКАТЕ

Наряду с плакатами, где видно полнейшее равнодушие персонажа, вырезанного из фотографии или срисованного с фотографии, к тому, что вокруг него происходит, весьма распространены плакаты, страдающие другой крайностью. С целью преодолеть безучастность статистов авторы наделяют их усиленными

"эмоциями", заставляют их "переживать", т.е. пытаются на их лицах изобразить чувства, связанные с содержанием плаката. Но делают это примитивно, оперируя дешевыми штампами, что лишь увеличивает фальшь плаката. Так, например, в плакате худ. Березовского "Физкультурники и физкультурницы! Добивайтесь высоких спортивных результатов, боритесь за спортивную честь своего коллектива!" художник поместил два поясных изображения, раскрасив вырезанные фотографии девушки и юноши-физкультурников. Облик девушки и её улыбка более естественны и убедительны, но физкультурник явно позировал перед фотоаппаратом. Его лицо выражает не спортивную гордость за свой коллектив, а чувство самодовольства и самолюбования, что и перешло вместе с фотографией в плакат, придав ему оттенок фальши и неестественности.

Также позирует перед фотоаппаратом и юноша в плакате "Силы демократии и социализма непобедимы!", авторы Корецкий и Гицевич. Эта политически важная тема решена авторами неудовлетворительно. В плакате отсутствует главное – люди, которые и составляют непобедимые силы демократии и социализма, вместо них даны одни только флаги. А помещенная на их фоне единственная поясная фигура красивенького юноши в модном костюмчике, сфотографированного с вытянутой (левой) рукой и с легкой улыбкой на лице, и со взглядом, устремленным вверх, не только не раскрывает темы, но несет на себе отпечаток нарочитости и позерства.

В меньшей степени тот же недостаток встречается и на других плакатах Корецкого: "Мир победит войну" и "Крепи трудом мощь нашей страны в ответ зачинщикам новой войны". В первом из них юноша, нахмурив брови, включает рубильник гидростанции, вода которой заливают атомщиков-империалистов. Во втором плакате молодой рабочий, перевыполняя план, с гневом и оттенком надменности смотрит на англо-американских поджигателей. Сила воздействия этих плакатов, степень их реализма снижены явной погоней художника за нарочитой красотой типажа, что в сочетании с шаблонно выраженными "эмоциями" создает налет театральности, более напоминающей рекламные киноплакаты, чем политические плакаты столь важного общенародного содержания. Отмеченный недостаток фотоплакатов оказал влияние и на некоторые рисованные плакаты, авторы которых не избежали опасности изображения советских людей позирующими. Таков плакат худ. В. Колябина "Молодым везде у нас дорога!" На фоне Москвы с набережной, заводами и высотным зданием университета идут трое: школьница, студент и ученик ремесленного училища. К сожалению, вместо чувства гордости за свою социалистическую Родину, вместо радости от сознания всенародной любви и заботы, которой окружена у нас молодежь, на лицах учащихся блуждает улыбка самодовольства, смешанная с некоторой неловкостью, ощущаемой при позировании.

Можно привести еще ряд примеров, показывающих, как вместо глубокого изучения жизни и характеров советских людей художники-плакатисты становятся на путь использования готовых штампов, изображая советских людей примитивно и шаблонно, а иногда и искажая их. В результате, благороднейшее

чувство патриотической гордости за советскую Родину у людей, изображенных на некоторых плакатах, подменяется чуждым советскому человеку чувством самодовольства и позерством. Священное чувство ненависти к врагам и сознание своего превосходства над ними подменяется чувством надменности и т.д.

Такие плакаты совершенно недопустимы. Они вредны, так как благодаря безответственности художников самые глубокие и искренние мысли и чувства, жизнь и труд советских людей на плакатах приобретают характер чего-то неестественного, надуманного и фальшивого, что является искажением действительности.

Мы рассмотрели два, порожденных фотографизмом, типичных приема искажения действительности в плакатах: а) подмена реалистического обобщенного художественного образа полусырым типажом и б) наделение типажа фальшивыми эмоциями, мыслями, не свойственными и чуждыми советским людям.

Наряду с ними есть еще одна распространенная форма антиреалистического искажения действительности, которая встречается и в фотоплакатах и в плакатах, рисованных и писанных художниками без фотоаппарата.

Речь идет о слащавости, о пошло-салонных "красавчиках" и "красавицах", заменивших в ряде плакатов советских людей и перекочевавших в плакаты прямехонько со страниц буржуазных журналов типа "Лайф"¹¹⁰² или с дореволюционной рекламы парфюмерных и кондитерских изделий. Эта пошлая, салонная, буржуазная "красивость" не имеет ничего общего с подлинной красотой и духовным величием советских людей и свидетельствует о незнании плакатистами советской жизни и опошлении её убогими слащаво-салонными штампами, рассчитанными на вкусы отсталых людей. Тенденции эти проявлялись не только в плакате, но и в других видах искусств, не раз подвергались критике в постановлениях и указаниях ЦК ВКП (б), посвященных художественной литературе, кино, театру и т.д. Из этих указаний давно пора сделать выводы также и для плакатного искусства, где в последние годы наблюдается такие же тенденции искажения советских людей.

За последние годы появился ряд плакатов, в которых изображения советских людей отмечены печатью той же пошлой салонно-романсовой слащавости, приторными штампами, фальшивой сусальностью. Причем эти черты проявляются в плакатах на самые разные темы, начиная от физкультурных и кончая посвященными избирательной кампании или литературным юбилеям. <...>

Налет лакировки в характеристике советских людей встречается в плакатах разных авторов, что и побуждает со всей серьезностью бороться с этой тенденцией. Таковы в плакате художника Б. Зеленского "Вступайте в ряды Досфлота" молодой моряк, наделенный внешностью киногероя, на плакате Н. Ватолиной "Профсоюзы! Выше знамя всенародного социалистического соревнования за

¹¹⁰² *Life* – американский иллюстрированный журнал, издававшийся в 1936–1972 гг. в Нью-Йорке, возобновлен в 1978 г.

досрочное выполнение пятилетки!" – такой же красавец-профсоюзник, на этот раз с демоническим лицом.

Черты слащавости, пошлой мещанской "красивости" встречаются и в творчестве плакатистов союзных республик. Художник Ю. Терпиловский (УССР) в плакате на тему о сберкассах нарисовал красотку с цветными бусами и нежным взглядом по всем канонам "красоты" конфетной коробки. Худ. Окас (Эстония) дал растрепанную красавицу со снопом колосьев в руках, которая ближе всего напоминает парфюмерную рекламу. Худ. Лемберн (Эстония) нарисовал красавицу по типу рекламных объявлений, которые печатались в дореволюционной Эстонии. А худ. Гельберг (Латвия) подобную же девицу изобразил в полусказочном костюме латвийской старины, худ. Реман-Заде (Азербайджан) нарисовал красавицу, более всего напоминающую манекен из ателье мод и т.д.

Все эти случаи свидетельствуют о том, что пошлая, салонная буржуазная эстетика дает еще себя знать, оказывая влияние даже на такую политически целеустремленную область искусства, как плакат. Это влияние враждебно действительной красоте советских людей, оно мешает плакатистам понять эту красоту, увидеть её в самой жизни, мешает реализму и толкает художников на путь заимствования готовых шаблонов, отравленных ядом мещанских вкусов.

Немало приторности встречается и на плакатах, посвященных советским детям. Назовем плакат художников Сахарова и Кузгинова "Да здравствует 1 Мая!" с приторными личиками мальчика и девочки, плакат худ. Голованова "Тот, кто голосует за кандидатов блока коммунистов и беспартийных – голосует за счастье советских детей!", изображающий детишек в виде хорошеньких куколок. На плакате худ. Бри-Бейн "Слава нашей любимой Родине!" на фоне герба СССР идут семь пионеров-близнецов. Их овалы лиц, носы, губы, брови, улыбки оттиснуты по одному трафарету. И этот удручающий штамп стандартной "миловидности" Бри-Бейн преподносит зрителю как образ многонациональной семьи советских ребят. Но никакое разнообразие костюмов не может скрыть равнодушного ремесленного подхода плакатиста к решению увлекательной и прекрасной темы.

Интересно сравнить с этим, построенным на штампе плакатом Бри-Бейна (*так в тексте. – Сост.*), хороший реалистический плакат Н. Ватолиной "За детство счастливое наше спасибо, родная страна!" Здесь дети даны с большой душевной теплотой. Ватолина создала правдивые образы путем внимательного наблюдения и изучения малышей и сумела бережно передать различие типов и характеров маленьких советских граждан. На её плакате дети по-настоящему веселы, естественны и по-настоящему красивы¹¹⁰³.

¹¹⁰³ «Продукция должна быть радостной, красочной, краска должна гореть, давать ребенку художественное восприятие, раскрывать перед ним гамму красок. Картина, плакат, открытка должны быть не созерцательными, а динамичны. В художественном наследстве мадонн давать не надо. Перед советским художником мы должны поставить задачу создания детской картины с нашей советской героикой. Мы должны требовать от художника, чтобы плакат был понятен ребенку, формально мастерски сделан. Всё это будет социалистический реализм», – из выступления главного

Сказанное выше по поводу "красивости" типажа не следует понимать так, что в плакатах не может быть красивых лиц, что художник-плакатист должен избегать внешне привлекательных натурщиков и изображать только людей с заурядными или во всяком случае обычными данными. Подобное утверждение было бы чистейшим вздором. В ряде хороших плакатов есть образы советских людей, опровергающие подобное "аскетическое" утверждение.

Таков, например, плакат худ. В. Иванова "За Родину! За Сталина! За мир! За коммунизм!", изображающий советского гражданина, опускающего бюллетень в урну для голосования. Его волевое лицо красиво и своими чертами, и внутренним содержанием. В этом образе художник отметил типичные черты целого поколения людей сталинской эпохи – людей, строивших пятилетки и преобразовавших страну, людей, воспитанных большевистской партией и закаливших свои характеры в борьбе с трудностями. Волос этих людей коснулась седина, черты их лиц словно отчеканены суровой школой жизни. Но они полны сил и веры в торжество великого дела Ленина–Сталина, они смело и уверенно смотрят в будущее. В. Иванову удалось в этом плакате осуществить то, чего еще не сделала советская живопись – создать типический образ советского гражданина переходной эпохи от социализма к коммунизму. В этом содержании – подлинная красота этого образа.

Те же типичные черты нашего современника воплотил Л. Голованов в плакате "Партия большевиков ведет вперед к коммунизму!", создав замечательный по мужественной силе, подлинной красоте и духовному богатству мужской образ, олицетворяющий руководящую роль коммунистической партии.

В плакате М. Соловьева "Защитникам морских рубежей Советского Союза – слава!" художнику удалось создать превосходный образ моряка, выражающий подлинную красоту молодого советского патриота, образ, раскрывающий духовное содержание советской молодежи, воспитанной партией Ленина–Сталина. В плакате этого же художника "Хорошо трудиться – хлеб уродится" дан содержательный образ молодой колхозницы – Героя Социалистического Труда. Красивые черты её открытого лица чужды какой-либо слащавости – они естественны и благородны. Содержательны и красивы многие женские образы плакатов художника Голованова "Да здравствует комсомольское племя!"¹¹⁰⁴ и "Моя любовь с тобой, мой храбрый воин".

Плакат худ. Колябина "Выберем достойных!" изображает молодую женщину-депутата, которую поздравляют её избиратели. На этом плакате и красивое лицо, и радостная улыбка депутата, и букет цветов, и поздравления написаны искренне, а не фальшиво, потому что были наблюдаемы Колябиным в самой

редактора ИЗОГИЗа Л.Г. Полонской на совещании по детской тематике в этом издательстве 9 декабря 1934 г. (РГАЛИ. Ф. 652. Оп. 11. Д. 1. Л. 44).

¹¹⁰⁴ «Да здравствует комсомольское племя!» – заключительная фраза приветствия И.В. Сталина Ленинскому комсомолу в день десятилетнего юбилея ВЛКСМ. (Правда. 1928. 28 октября). Эти слова не раз помещались на плакатах.

жизни. В плакате нет ничего выдуманного специально "для красоты", он прост и убедителен. То же следует сказать и о плакате худ. Н. Жукова "Страна расцветает всё ярче и краше, и песня о Сталине в каждой груди!"¹¹⁰⁵. Плакат этот дает хорошие правдивые образы молодых колхозниц, идущих на выборы. Особенно хорош образ смеющейся девушки в сером пуховом платке. Он словно выхвачен художником из жизни сегодняшнего села. В её лице столько неподдельной радости, здоровья, счастья, которые озаряют смыслом и содержанием его красивые черты, что зритель верит и этому образу, и психологическому состоянию молодой избирательницы.

Удачна по характеристике и цвету группа молодежи, идущая с гармонистом на заднем плане (что должно быть специально отмечено, так как на большинстве плакатов фигуры заднего плана даются кое-как, сыро, приблизительно и бесцветно).

В плакатах союзных республик также есть примеры правдивой красоты образов советских людей. В плакате худ. Б. Серебрянского мы видим молодую таджичку – Героя Социалистического Труда. Художник превосходно передал её стройную фигуру, красивые правильные черты лица, умного, волевого и в то же время девически нежного, озаренного радостью. В её облике зритель чувствует человеческое достоинство раскрепощенной женщины советского Востока, перед которой раскрылась во всей полноте свободная жизнь. В плакате Н. Кашиной, посвященном праву на образование, мы видим обаятельную своей почти детской чистотой узбекскую девочку-подростка. Она также красива, но и в ней уже виден советский человек, а не хорошенькая куколка. В плакате худ. Уфимцевых – такой же прекрасный своим содержанием образ узбечки-комсомолки, опускающей бюллетень в урну для голосования. В плакате худ. Якупова (Татарская АССР) дан образ молодой татарки-колхозницы, агитирующей за лесонасаждения. Черты её лица, безусловно, красивы, но не только это привлекает к ней внимание зрителя, а ум, воля, душевная ясность и чистота, которые видны в её взгляде.

Избирая типаж для этих плакатов, авторы руководствовались не только ображениями о привлекательности внешних данных, а прежде всего тем, какое внутреннее идейное эмоциональное и психологическое, словом, духовное содержание выражают красивые черты лица того или иного натурщика. Только потому, что во всех рассмотренных сейчас образах красота внешняя озарена богатым духовным миром передовых советских людей, эти образы правдивы, лишены приторной сусальности и конфетно-салонной "красивости". В этом – суть вопроса. Мы не против красивых лиц на наших плакатах. Но наше советское представление о красоте не имеет ничего общего с пошлой "красивостью"

¹¹⁰⁵ Строка одного из народных стихотворений тех лет: «Страна расцветает всё ярче и краше и песня о Сталине в каждой груди. За партию нашу, за Родину нашу мы все как один голоса отдадим! <...> И чтобы добились мы новых побед, мы самых достойных своих депутатов пошлем в большевистский Верховный Совет!»

головок с дореволюционных пасхальных открыток, кондитерских коробок или парфюмерных оберток. И те плакатисты, которые этого не понимают и специально подыскивают для своих плакатов смазливенькие личики, думая, что одной внешней миловидности достаточно для создания образа советских людей, впадают в грубую ошибку, принижают действительные мысли и чувства нашего народа, искажают его облик, создавая слащавые штампы, фальшивые и пошло-безвкусные, как тот мещанский буржуазный мир, порождением которого эти сусальные штампы являются. Очевидна полная неприемлемость их для советского плаката, полная их враждебность его идейному содержанию, его целям, его методам, потребностям и вкусам его потребителя – советского народа.

Вот почему решительная борьба против мещанской слащавости, против салонно-пошлой "красивости" есть также одна из насущных задач наших плакатистов, есть неременное условие дальнейшего развития советского плакатного искусства и создания в плакатах подлинно прекрасных образов советских людей сталинской эпохи.

РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 133. Д. 336. Л. 39–41, 47–66, 69–80, 82–86.