

**D 334**

12 апреля 1955 г.

МОССХ

## **ИЗ СТЕНОГРАММЫ ОТЧЕТНО-ВЫБОРНОГО СОБРАНИЯ ПЛАКАТНОЙ СЕКЦИИ**

Говорков В.И.: <...> Творческая деятельность художников плаката связана и зависит от издательств. Издавна существовавший взаимный контакт между "ИЗОГИЗом" и плакатной секцией МОССХа с некоторых пор нарушен, и не по вине секции.

Из года в год издательство сообщало свой план издания политических плакатов, подвергая его обсуждению на собраниях художников плаката, теперь же этот хороший обычай упразднен.

По вине издательства было сорвано общее собрание секции, посвященное обсуждению плана по плакату. По предложению гл. художеств. редактора "ИЗОГИЗа" такое обсуждение было включено в очередной план работы секции и назначено на (*пропуск в тексте. – Сост.*), <...> но вернувшийся из отпусков. Слоневский отказался от обсуждения плана, мотивируя тем, что план еще не утвержден.

Без участия директора издательства проходило обсуждение Сенежской группы<sup>1239</sup> и обсуждение Всесоюзной выставки плаката<sup>1240</sup>. Создан искусственный барьер между издательством "ИЗОГИЗ" и плакатной секцией МОССХа.

В "ИЗОГИЗе" создалась бюрократическая обстановка. Редакторы плакатного отдела по несколько дней не могут утвердить эскизы. Директор издательства установил определенные дни для показа. Оригиналы также долго простаивают, прежде чем определится мнение о них.

---

<sup>1239</sup> *Сенежская группа* или *группа на Сенеже* – временная, состоящая каждый раз из других имен, группа художников (подавших предварительную заявку), отправлявшаяся периодически, примерно один раз в месяц, в Дом творчества (дом отдыха) художников на реке Сенеж, под Солнечногорском, в 41 км от Москвы. Как правило, они получали тематическое задание, назначался руководитель. Пребывание в Доме творчества (с хорошо оборудованными мастерскими) было бесплатное, а отчитаться за него надо было выполненной работой.

<sup>1240</sup> Выставка была открыта 20 января 1955 г. в Москве, в Государственной Третьяковской галерее, в Доме художника и в выставочном зале СХ СССР (ул. Горького 25/9). Участвовало 818 художников, экспонировано 2204 произведения. Издан иллюстрированный каталог – *Всесоюзная художественная выставка. Живопись, скульптура, графика, плакат, декорационная живопись*. М., 1955. (Сост. каталога живописи И.Д. Емельянова, В.А. Розанова; скульптуры – В.П. Шалимова, Н.Н. Дубовицкая; графики – В.Р. Герценберг, С.А. Кузнецова; плаката О.И. Савельева, декорационной живописи – Т.Э. Руберт и А.Н. Шифрина).

Канитель с утверждением расхолаживает художников, и многие охлаждаются к плакатам, даже давнишние энтузиасты. Художники перестали получать определенные суждения от редакции о своей работе над эскизами, а расплывчатое – "поработайте еще".

Вопрос о новых кадрах в издательстве превратился в привлечение случайных, большей частью слабых, художников, и в то же время не создаются условия для молодых плакатистов, окончивших художественные институты.

Удачные плакаты не отмечаются и не поощряются.

Сравнительно большой редакционный аппарат плакатного отдела работает сумбурно, без четкой плановости, авралами; даже в тех случаях, когда можно заранее подготовить плакаты, они заказываются в последний момент и опаздывают с изготовлением.

Неприятно встречается и, во всяком случае, не поощряется встречная инициатива художников. Им говорят: "Мы вам не заказывали".

В политическом плакате еще присутствует штамп и мало оригинальных решений. И в этом виноваты не только художники, а в значительной степени "ИЗОГИЗ", культивирующий так называемый "благополучный" плакат.

Большой вред плакату наносят распространяющие организации, определяя тираж и ходкость того или иного плаката.

Они часто исходят не из важности и политической актуальности плаката, а из возможности продать, "сбыть товар". Распространители диктуют свою волю издательству и больше склонны противодействовать таким плакатам и приветствовать картинно-образные плакаты. Такой чисто потребительский, деляческий подход, обывательски понятый, так или иначе сказывается на качестве плаката.

Создается гибрид, картина-плакат, благодаря чему снижаются агитационные качества плаката. Плакат перестает быть плакатом.

Обычным композиционным методом плакатиста становится схема: фигура по пояс или по грудь, смотрящая на зрителя, в руках – предмет, о котором идет речь, фон – где и когда происходит действие, и текст внизу, на плашке, длинный и скучный, красными, стандартными буквами.

Можно сказать наверняка: если лицо у фигуры симпатичное, плакат пойдет в печать. По этому методу сделаны многие плакаты, и это молчаливо поощряется издательством. <...>