

## D 342

27 ноября 1956 г.

МОССХ.

Плакатная секция

### ИЗ СТЕНОГРАММЫ ОБЩЕГО СОБРАНИЯ ПЛАКАТНОЙ СЕКЦИИ МОССХ<sup>1245</sup>

<...>

А.А. Федоров-Давыдов: Товарищи! Исторические решения XX съезда партии, величественная программа работ шестой пятилетки<sup>1246</sup> вдохновляют сейчас весь наш советский народ, вдохновляет его и мирная политика советской власти, и тот принцип мирного сосуществования стран с различным политическим и социальным строем, и борьба с культом личности и его последствиями – всё это вдохновляет наше советское искусство, наших художников, которые в героическом труде народа видят источник вдохновения, массу новых интересных тем, те новые качества и свойства социалистического человека, которые выковываются в этой борьбе сейчас за выполнение пятилетки, за осуществление дальнейшего развертывания советской демократии – всё это не может не влиять на наших художников.

Кроме того, борьба с культом личности и его последствиями открывает для нашего всего искусства новые благоприятные возможности развития. Все мы знаем, какие они, и в чем они заключаются.

Это борьба с голым администрированием и зажимом, который имел место в руководстве искусством порою в целом ряде учреждений, это борьба с засилием узкой группы лиц, с узким пониманием реализма, это возможность широких творческих дискуссий, возможность соревнования, возможность смелых исканий, которые сейчас раскрываются перед нами в той атмосфере критики и самокритики, в той атмосфере дальнейшего развертывания советской демократии, которая есть замечательным результатом постановлений XX съезда партии.

Всё это не может не отозваться на нашем плакате, создавая для него новые возможности, давая ему новые богатые темы, открывая перед ним новую галерею человеческих образов.

---

<sup>1245</sup> Стилистика стенограммы полностью сохранена.

<sup>1246</sup> Шестой пятилетний план развития народного хозяйства на 1956–1960 гг. был принят XX съездом КПСС. Хотя экономика не справлялась с выполнением данной пятилетки, признать это и вносить коррективы руководство страны не стало. Было найдено другое решение: в 1959 г. на XXI, внеочередном, съезде шестой пятилетний план был заменен семилетним планом – на 1959–1965 гг.

Поэтому, конечно, агитация за выполнение решений XX съезда партии, мобилизация народа средствами плаката на строительство коммунизма – всё это, мне кажется, может и должно стать стимулом нового подъема нашего советского политико-агитационного плаката.

Мне кажется, что осуществление решений XX съезда партии, работа над тематикой шестой пятилетки и над тематикой решений съезда может помочь нашим плакатистам вновь подняться на новую ступень. Может быть, какой-то этап его роста и может преодолеть те недостатки, всем нам хорошо известные, которые имели место за последние годы в нашем плакате, преодолеть ту серость и вялость, которые свойственны многим и многим плакатам последних лет, преодолеть ту обезличенность творческого почерка художника, которая является огромным злом сейчас у нас, преодолеть ту лакировку и тот штамп, который мы за последние годы знаем и с печалью наблюдаем во многих плакатных решениях, преодолеть один из очень печальных моментов – это утрату боевой оперативности в плакате, то, что он часто запаздывает, и что в последние годы он не умел так быстро, так оперативно и остро, и так взволнованно отвечать на злобу дня, как умел это делать в годы Отечественной войны и в первые годы после нее. Это недостатки, о которых мы знаем, это то, что нам очень больно видеть, это то, что нас очень огорчает, кому дорого прекрасное и замечательное искусство советского плаката. <...>

Я за то, чтобы мы больше расшифровывали язык плакатными средствами, чтобы мы вспомнили многие хорошие старые традиции, о которых сегодня мы забыли, чтобы мы больше искали и экспериментировали, а не суживали изобразительные возможности.

Язык реализма должен быть разнообразным, богатым и гибким. Реализм – это не манера, это не почерк, это не сумма приемов изображений. Это есть правда изображения, правдивый смысл его доходчивости, это есть внутренняя правда, это есть осмысленность этой агитации, это есть реалистическое решение в плакате – давать наименьшими средствами большой политический эффект, ударить по сердцам с невероятной силой, а остальное – есть средства, как средства применения, и чем больше достигнут эффект, тем более это правильно и нужно. <...>

Мне кажется, что в действиях нашего художественного совета среди многих и многих его недостатков есть и часто боязнь – что как бы чего не вышло. Есть очень много мелочной опеки. Есть очень много понимания реализма как наивной, внешней похожести, часто фотографического понимания этого реализма.

Очень часто боятся символа в плакате, хотя есть масса советских символов, и драгоценных символов для нас. И символ – это одно, а символизм – это другое. Аллегория, которая плоха в живописи, она необходима в плакате, а если применяется, то неудачно.

Лаконизм – это сила всего искусства. А когда видишь на художественном совете – больше заинтересованы вопросом о разработке складочек, в рефлексах и тенях, куда они положены. Причем это высказывают люди, которые не

могут нарисовать и ёлочку. И эти люди часто вносят и диктуют свои вкусы, что должно ли быть здесь две пуговицы на поясе или нет. Это часто становится кандалами в творческом решении художника.

Мне кажется, что нужно бороться с этим узким пониманием реализма, внешнего, всяким отступлением от внешней схожести, с этой боязнью представления, что всякая условность – есть обязательно формализм и т.д. Мне кажется, что мы должны идти за широкое творческое понимание реализма, и чтобы нас мелочно не опекали. Не должно быть при художниках нянек и гувернанток, как это часто мы делаем на художественном совете.

Товарищи! Когда-то Маяковский назвал язык плаката шершавым. Вы помните, что он под этим подразумевал. Мы часто до того этот язык заглаживаем, что он становится гладким. Вряд ли это надо делать.

Плакат должен быть остроумным, ярким, агитационным, а не скучным, серым цитатником докладчика, которого скучно слушать, потому что он говорит общеизвестные истины и говорит не от себя, а только перекладывает чужое. Нужно больше творческих исканий самих художников. Надо, чтобы тот политический лозунг, тот текст, ту задачу, которая перед ним поставлена, ту директиву, которую он агитирует, чтобы он её не просто иллюстрировал как лозунг, а находил в изучении жизни, чтобы эта политическая фраза перед ним встала, как живое явление жизни, чтобы образно было ими осознано. И надо искать на художественном совете этой яркой образности и о ней говорить в первую очередь. <...>

Тов. Денисовский Н.Ф.: Без коренной перестройки издательского дела и реального распространения плаката бесполезно нам обсуждать новую выставку плаката. Если мы возьмем стенограмму за последние два года всех выступлений по линии плаката, то мы увидим, что там говорилось то же самое, что мы говорим сейчас. Мы говорили и о распространении, мы говорили и о том, что одна красная краска на плакатах, что размер стандартен и т.д. Об этом мы говорим несколько лет, но дело не двигается дальше. И чтобы это дело двинуть, я не знаю, в какой набат надо бить. Я считаю, что нам самим надо со всей серьезностью заострить внимание на том, что советский политический плакат в настоящее время стал чрезвычайно серым, и мы обязаны как советские художники сделать всё, чтобы поднять принципиальное значение советского политического плаката. <...>

Тов. Иоффе М.Л.: Алексей Александрович <Федоров-Давыдов> в отношении плаката, посвященного XX съезду партии, в основном правильно отметил неблагоприятное с этим делом. Действительно, если сопоставить огромное политическое значение решений XX съезда партии не только для нашей страны, а для всех областей нашей деятельности – и культуры, и промышленности, и сельского хозяйства, и международного значения – если сопоставить с лучшими плакатами, которые мы здесь видим, то это сравнение не в пользу художников и издательства. Таких значительных произведений, которые на много лет

запомнились бы, как плакаты, которые были выпущены в итоге первой пятилетки в 1933 г., мы, к сожалению, здесь не видим.

Надо сказать, что, с моей точки зрения, основная внутренняя причина в том, что у нас утерялась острота агитационной направленности, что мы агитируем вообще, декларируем и провозглашаем, а не находим настоящего пути к воле, к сердцу и к мысли зрителя, чтобы его направить в том направлении, в каком нам нужно. Поэтому и плакаты похожи друг на друга, потому что мало разницы для направления агитационного удара, и вообще этого удара нет, а есть только провозглашение задач, поставленных партией. <...>

Тов. Иванов В.С.: Я буду кратким. Сначала я скажу об одном положении докладчика. Алексей Александрович, вспоминая о плакате Великой Отечественной войны, справедливо сказал, что в них было больше качества, больше человечности, больше эмоциональности и больше конкретного образа действия. <...> И затем перешел к тому, что в наше время делался плакат на героя, а сейчас о героях сельского хозяйства или промышленности, о конкретном лице, имеющим имя и фамилию, плакатов делается мало. Я думаю, что это недоразумение. <...>

Тов. Федоров-Давыдов А.А.: Виктор Семенович, речь идет о том, что во время войны мы создавали яркие образы, типы, характеры советских воинов, тех советских людей, которые подвергались ужасам немецкой оккупации, и которых надо было спасать. Это были образы родных и близких нам людей. Это были героические и трагические образы. И такой силы образов новых мы еще не сумели создать в плакате, посвященном мирному строительству. Ответ ясный? Эти образы нельзя выдумать из головы, они находятся в жизни. Во время войны они жили рядом, и мы их находили. В такой мере уметь брать из живой жизни и потом обобщать и типизировать образы колхозников или рабочих, или интеллигенцию – сейчас мы это делаем слабее. Но если посмотрим, почему это происходит: это происходит потому, что там он был конкретен и действенен – у нас мало конкретен и мало действенен. А наряду с этим, как один из примеров, я говорю, что надо давать, кроме того, и портретные образы. <...>

*РГАЛИ. Ф. 2943. Оп. 1. Д. 2039. Л. 3–6, 22–26, 47, 48, 58, 59, 64, 65.*