

## D 345

18 марта 1958 г.

МОССХ.

Секция плаката

### **СТЕНОГРАММА ОБСУЖДЕНИЯ ДОКЛАДА Г.Л. ДЕМОСФЕНОВОЙ "ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ В ПЛАКАТЕ"**

<...>

Демосфенова Г.Л.: Начиная с первых же лет советской власти, с лет рождения искусства советского плаката, происходят постепенные поиски и кристаллизация этих видов плаката, и художники уже тогда находят какие-то определенные совершенно черты, определенные приемы для каждого из этих видов, которые наиболее полно помогают им выразить свою идею.

Плакаты того времени поражают не только своим тематическим разнообразием, но уже разнообразным определением форм и даже сложившимися формами и появлением вещей, которые мы впоследствии можем называть уже классическими для советского плаката. Надо сказать, что в целом, вначале, когда плакат только появлялся, он тяготел по своей форме к ранее существовавшим жанровым формам в живописи и графике. Это было совершенно естественно, потому что молодое искусство плаката, оно, пока не нашло себя и не установилось, было, совершенно естественно, иллюстративным и живописным приемом. Но стремление к тому, чтобы выразить наиболее динамично, наиболее ярко основную идею, оно совершенно естественно рождало тяготение плаката к более идейным обобщениям, эмоциональным, где ведущую роль в этом обобщении играл активный призыв к действию. И естественно совершенно, что этот призыв должен быть воплощен в лаконичной монументальной форме.

Вместе с тем, это не было единственной задачей плаката, так как с другой стороны существовала задача агитационная – важной заостренности, для всестороннего обсуждения темы, подробного раскрытия её с разных сторон.

И вот это тяготение плаката к большим идейным обобщениям, вернее, эта агитационная задача и вторая задача такого подробного объяснения и раскрытия темы, она и дала две основные линии развития плаката, и условно я их назову формой монументальной и – малая форма.

Может быть, эта теорема не совсем точная, потому что плакат бывает и большого размера, но он поясняет кадры, либо подробно разрабатывает один сюжет. К этому виду плакатов относятся – "Окна РОСТА", а впоследствии – "Окна ТАСС". Это многокадровые пояснительные плакаты, которые делались в большом количестве не только для города, но и для деревни, рассказывающие о пользе того или иного мероприятия советской власти. Этот тоже очень важный

вид плаката, где видно стремление отразить идеи в наиболее интересном, в таком именно общечеловеческом основном значении, родил на первых порах неизбежное обращение к таким формам художественного обобщения в плакате, как аллегория и символ.

Все мы знаем, что в эпоху Гражданской войны плакаты аллегорически-символические были очень распространены. Это и понятно, поскольку общие идеи находили выражение свое в таких отвлеченных образах, которые выражали эти идеи целиком.

Со времени появления фронтов и начала интервенции, надо сказать, эмоциональный образный строй плакатов приобретает гораздо большее напряжение. Художники ближе подходят к жизни и стараются отразить в плакате то, что происходит вокруг. Появляется большая конкретизация сюжета, активный призыв к определенному действию, и постепенно происходит накопление очень важных качеств для плаката: простота композиции, умение выявить главное, отбросить ненужное, умение дать крупные плакаты, силуэтные фигуры, акцентировку лица; большую роль играет цвет, его напряженность.

Я бы сказала, что художники, отойдя от условной формы аллегорий, стремятся обобщить и довести до символического звучания жизни факты, тем самым используя определенность условного приема изобразительного искусства.

Это вообще очень интересные вещи. Например, когда мы смотрим такие аллегорические плакаты, казалось бы отвлеченные, как: "Георгий Победоносец", "Смерть с косой" и пр. <...>

Я буду говорить об условности плаката, хотя вообще всякое искусство условно. Но в данном случае я думаю, что как наиболее тенденциозный вид искусства, как вид искусства, который вынужден наиболее ярко подчеркивать основную идею, плакат использует порой гораздо более четко, ярко и определенно условности в изобразительном искусстве. Именно условность дает ему возможность подчеркнуть основную свою идею.

Дело в том, что в плакате одну и ту же идею можно понять и выразить по-разному. Это зависит и от характера самой идеи, самой задачи плаката. Это зависит и от желания, и от индивидуальности художника. Я хотела привести по этому поводу пример. Три совершенно различных плаката на одну и ту же тему – плакаты о пользе грамотности. Один плакат аллегорический, крайне отвлеченный, который в какой-то мере близок к плакатам Апсита. На Пегасе едет Прометей с факелом и держит книгу "Пролетарии всех стран, соединяйтесь!" Всё это происходит над городом, где дымятся трубы и ...<sup>1269</sup> путь к коммунизму.

Возьмем два плаката на ту же тему Радакова: "Неграмотный – тот же слепой, всюду его ждут неудачи и несчастья" и "Жизнь неграмотного и жизнь грамотного".

---

<sup>1269</sup> Отточие документа.

Собственно говоря, оба плаката доказывают важность грамотности в жизни крестьян, но они доказывают это по-разному.

Первый плакат выполнен в очень лаконичной форме. Это ярко-синий, бросающийся в глаза цвет. Он использует здесь образное изображение – метафору. Вот с завязанными глазами стоит крестьянин на краю обрыва. Вот еще один миг, и он упадет с обрыва. Он ничего не видит и ничего не знает; он неграмотный, он не знает, как обрабатывать землю, у него неурожай, и у него плохой конец.

Во втором плакате тот же художник раскрывает эту тему очень подробно. Он в ней раскрывает жизнь крестьянина грамотного и противопоставляет это жизни крестьянина неграмотного.

У неграмотного неурожай, потому что он не знает, как обрабатывать землю; у неграмотного пала корова, потому что он не знает, как её лечить; неграмотный не попал в город. В результате он умирает и даже не может написать письмо сыну перед смертью.

А у грамотного крестьянина наоборот: он и в городе свой человек, он всё видит и всё знает. На смертном одре он передает всё своему сыну с полным сознанием содеянного долга.

Эти оба плаката показывают, какими путями художник может прийти к тому, чтобы убедить зрителя в основной идее своего плаката.

Я должна сказать, что в дальнейшем, когда я буду говорить о плакате и о специфике плаката, то я на плакате второго рода буду останавливаться меньше, потому что это специфические вещи, и о них нужно будет говорить более подробно и сопоставлять одно и другое. В основном я буду останавливаться на плакатах монументальных.

Таким образом, я хочу повторить, что художественный образ как воплощение идеи в искусстве строится по законам, во-первых, отбора и обобщения жизненных фактов и, во-вторых, конкретизации и воплощения в произведении. Для плаката этот отбор играет ведущую роль. Прежде всего выбираются из жизни не только те факты, которые часто встречаются, но и факты, могущие стать символическим воплощением основной идеи плаката. Это очень важно потому, что не из всяких вообще фактов можно сделать плакат.

Надо сказать, что наши художники очень часто не понимают этого, не говоря о том, что типаж и лица они используют не так. Потому что они считают, что раз лицо увидели, то это будет плакатный образ.

Это умение отбирать факты – одна из основных сторон художника-плакатиста. В качестве примера такого интересного, очень удачного отбора приведу два плаката, это: "Пьем воду родного Днепра" – Иванова и "Дойдем до Берлина" – Голованова.

Тут взяты определенные вещи, которые видели на фронте много раз, но это дало возможность художнику обобщить.

Что значит, пить шлемом воду из реки? – Это синоним. Таким образом, боец, который пьет воду, уже сама по себе эта картина является метафорским образом, ибо сама сцена вызывает в памяти пройденный путь, завоевания и все другое, что с этим связано.

То же самое могу сказать и о плакате Голованова – "Дойдем до Берлина", где изображен простой факт – переобувающийся боец. Он наводит на мысль о пройденных дорогах войны и что, действительно, эти новые сапоги ему не сносить, до Берлина осталось немного. <...>

Таким образом, роль метафоры, роль сравнения сопоставления, роль возможности отвлеченных сопоставлений в плакате очень обширна, и художник обязан пользоваться этим как можно более широко и часто. К сожалению, наши последние плакаты, плакаты последних лет, они совершенно забыли это.

У нас забыт плакат символический, я даже не знаю, как его назвать, например, такой плакат, как Радакова и др. Эти плакаты были начаты и как-то забыты.

Плакаты, посвященные показу с различных сторон идеи, превратились у нас в скучные картинки, в фотокадрики без остроумной выдумки, без обобщения, я бы сказала. Всё это происходит как-то вяло, и плакат такого рода, использующий такие детали, он совсем перестал выходить, и я просто не помню, выходил ли за последние годы такого рода плакат.

Главная задача плаката монументального – это чаще всего призыв зрителя к активному действию. Причем важно, насколько активен и действенен будет этот призыв и, естественно, это в плакате является центром. Причем призыв этот может быть выражен многими способами: герой может прямо призывать вас к действию, как в плакате Моора "Ты записался добровольцем?" или Тоидзе "Родина-мать зовет", или герой может вас побуждать к личным приемам – насколько зрительно герой вас увлекает, потрясает вас это действие.

К сожалению, у нас таких плакатов, например, посвященных сельскому хозяйству нет, это зрительно отсутствует. Мне кажется, что этого в плакате настоящем быть не может, ибо давая спокойную картину труда, художник-плакатист отказывается от активного вмешательства в это дело. Поэтому важно не только то, что делает герой плаката, но важно и то, как он это делает.

Если вспомнить плакат Дени, то мы увидим, насколько это там заразительно делается. Плакат В. Иванова "Пятилетку в четыре года выполним!" – это именно отображено в выразительности жеста этого рабочего.

Вот в плакате последнем, где мать прижимает к себе дитя, мы видим, как она прижимает к себе дитя. Ведь та же сила, те эмоции, которые вложены здесь художником в это, они очень важны для действия плаката. <...>

Председатель *Смоляк Н.П.*

*РГАЛИ. Ф. 2943. Оп. 1. Д. 2064. Л. 4, 9–16, 19, 20.*