

Франсоа Х. Кожен

СОВЈЕТСКИ РЕВОЛУЦИОНАРНИ ПЛАКАТ (1918—1921)

Мисија, Ширење, Сукоб

Ко не познаје плакат револуције и грађанског рата, предмет ових посљедњих времена, у иностранству, обновљене пажње.¹ Никао, како нас увјеравају, већ првих дана Октобра, и од тада стално поштован у СССР-у као „једна од најсвјетлијих и најпримамљивијих страница у читавој историји совјетске умјетности, он није остајао без „улоге неупоредивог агитатора и пропагандисте”.² Нека то свако просуди: „излијепљени на улицама и на трговима градова и села, они су позивали на активну борбу против стране интервенције и бјелогардиста, против шпекуланата и забушаната. (. . .); они су исмијавали непријатеља, појачавали вјеру у побједу, и допуњени једним оштрим (заједничким) текстом, имали су један изузетан мобилизаторски утицај”.³

Мобилисана у служби большевичке ствари, умјетност је силазила на улицу и распламсавала традиционалне укусе: „први пут у историји, плакат није више био намијењен за рекламу (трговачку) него за одбрану револуције и маса, (. . .) он је посто-

¹ О чему потврђује између осталог, изложба организована 1982., у Хотелу Инвалида, од стране Bibliothèque de Documentation Internationale Contemporaine (В. Д. И. С.). Поред малог каталога ове изложбе (*руски плакати и сликарства: 1914—1921*), може се такође констатовати каталог изложбе „Париз — Москва: 1900 — 1934”, Париз 1979. Између осталих, приручни рад је од Б. С. Бутник — Сиверский, Советский плакат эпохи гражданской войны: 1918—1921, Москва, 1960. који даје систематски инвентар ових плаката грађанског рата.

² А. А. Фёдоров-Давыдов, Искусство советского плаката и политическая карикатура в советском изобразительном искусстве, М.-Л., 1948, 173.

³ А. Г. Будрина, Уральский плакат времён гражданской войны, Перив, 1968, р. 3.

Уруал је био један од првих терена суочења грађанског рата, и прво акционо поље ове пропаганде помоћу плаката.

јао израз револуционарне пропаганде и језик немилосрдног исмијавања”.⁴ Тако је почела рађати, усред безбројних тешкоћа, једна нова класа: револуционарни плакат који је означавао долазак совјетске умјешности, у исто вријеме демократске, пролетерске и обавезне. Наизмјенице „бакља”, „говорник (извјештај)”, и „дијете револуције“, овај плакат је себи осигуравао прво мјесто на свијету, и одмах је послужио као модел њемачким социјалистима, и још изузетније, кроз Käthe Kolwitz, рађајућем комунистичком покрету. Богатством и разноврсношћу своје садржине, овај совјетски плакат је „чак бескрајно превазилазио” традиционални буржоаски оглас, и збијајући кадрове доприносио је, вјерује Луначарскиј, да се спаси умјетност од формализма и од неизбјежне буржоаске декаденције.⁵

Већ у прошлости „зидови су били узели ријеч, а камење се било прекрило размишљањима”; а Париз Комуне, „Париз олоша, убогих и проститутки, превијао се од смијеха пред излијепљеним карикатурама на излозима и вратима” радњи.⁶ Али те политичке карикатуре бијаху дјело приватних иницијатива, јер одговорни Комуне, претрпани осталим задацима, нијесу имали слободног времена (чак и ако су хтјели) да ствари узму у своје руке. Није тако било са Октобром 1917, када је револуционарни плакат постао „одмах ствар државе, циљајући, под политичком контролом Партије, да учврсти диктатуру радничке класе.”⁷

Излишно је набрајати примјере: од краја грађанског рата, прихваћено је једном за свагда да су ови плакати играли, подједнако са штампаном пропагандом, „једнаку улогу”, ако не и већу са „куршумом и митраљезом”,⁸ и тако су допринијели, можда на пресудан начин, коначној побједи. Легенда или стварност? Да ли можемо кроз свједочанства којима располажемо процијенити одјек ове пропаганде преко слике и да утврдити до ког степена плакат ефектно испунио мобилизаторску и „агитаторску” мисију која му је била намијењена? Питање је само веома дуго чекало да буде постављено. Не одбијајући овдје чисто умјетничке вриједности овог плаката ни њихову вриједност као историјског извора, ми ћемо настојати да прецизирамо мисију повјерену умјетницима и да процијенимо практично ширење (експанзију) њихових дјела, прије него се упитамо о одјеку на који је он ефективно наишао у то вријеме у народу.

⁴ Я Тученхолд, Искусство октябрьской эпохи, Л. 1930, р. 171.

⁵ А. В. Луначарскиј, Die Revolution und die Kunst. М., 1922, стр. 27. (Колективна збирка издата за петогодишњицу револуције).

⁶ С. Mendes, Les soixante-treize jours de la Commune, Paris, 1871, р. 159—160 (6e éd.); Louis Blanc, Histoire de la Révolution Française.

⁷ А. Гушин, Политическая карикатура периода Парижской коммуны, Искусство, 1934, II, р. 153.

⁸ В. Ягодник, Красноармянская печать на Запфронте, Революция и война, 1923, XXVI, р. 106.

Претходно, напоменућемо да је плакат о царској Русији доживио само најскромнији развој. Док је оглас, трговачки или не, уживао растући углед у индустријским земљама од друге половине XIX вијека, није то тако текло у Русији, гдје је изложба из 1897, прва у историји, презентирала само 28 руских цртежа од укупно 727 изложених радова⁹ и напореда с тим значајно подупрла настанак (1898. год.) *Свијета Умјетности* и ренесансу графичке умјетности, али без стварне користи плакату. Тако је руски плакат упркос кратком полету политичке карикатуре 1905 — 1906 г. и даље изгледао као сиромашна рођака изложбама у Петрограду (1912) и у Кијеву (1913), гдје је графичка и типографска декорација продужавала да даје тон. Цензура није била сама одговорна за такво стање ствари: спорост развика, урбанистичког и индустријског, одсуство платежно способне клијентеле, превласт села, искуство трговине народним сликама *лубок-а* — ништа од свега тога није ишло у корист плаката, којему су умјетници и издавачке куће поклањали само неки периферни интерес. Упркос неколико неоспорних успјеха, међу којима *Sylphide* од Серова, руска умјетност плаката остајала је увијек у дјетињству; *Cheret*, *Steinlen*, *Jossot*... *Bradley* или *Hein* (да не помињемо *Toulouse Lautrec*) нашли су мало такмаца у Русији.

Рат је морао, на свој начин, проузроковати неку промјену у његовом изгледу: као и код других ратника, не оклијевајући да у Русији прошири примјену плаката — било у корист жртава рата било у корист зајмова за националну одбрану. Званичнији, ови посљедњи потицали су из атељеа Петрограда, док Москва није била „специјализована“ за добротворне плакате, од којих су неки показивали неоспорне умјетничке квалитете. Са дугим паузама у издавању *лубки* и у књижевној реклами, Москва је у ствари користила конкурс умјетника, међу којима и познатог Л. Пастернака, чији ће млади рањени војник (1914), више пута издаван, бити просто „мобилисан“ 1918. године у служби большевичког интереса.

Обиљежје времена: 1915. године прва изложба намијењена „*Рату и штампању*“ одржана је у Петрограду,¹⁰ а Академија лијепих умјетности организовала је сљедеће године изложбу британских ратних плаката, гдје се могао видјети и славни плакат Т. Аткинса *Ко је одсутан?* Исте године, један конкурс организован за националну одбрану бијаше покренуо радове мање конвенционалне и неуобичајено успјеле. Тако је почео да се усавршава, послије доста несигурних почетака, један стил конкретнијег плаката, чији је жив, реалан и чак популаран израз занемарио традиционално трагање за декоративним или лажном

⁹ Р. Голике, Международная выставка художественных афиш, С. П. 1897, (Каталог изложбе).

¹⁰ В. Охочинский, Плакат: развитие и применение, Л., 1926, р. 72.

сентименталности. Тако је плакат најзад постао „витална потреба нашег постојања у вријеме рата и фактор са којим је требало рачунати”.¹¹ У том погледу у најмању руку, није било могуће тврдити да болшевички плакат није ништа наслиједио од царске Русије.

Како се види, руски плакат је још онда почео да намеће себи, „нарочито на терену патриотске пропаганде, задатак једног неоспорног стваралачког напора и да се ослобађа страних утицаја.” Штавише растући успјех плаката и патриотских лубки условио је, тамо као и другдје репродукцију у облику поштанских карата, управо најпривлачнијих међу њима. Било то прије 1914. године или не¹² тек рат, а још више револуција, уопштиће примјену ових „цепних плаката”, мада ми, на жалост, не знамо ни начин њиховог растурања ни тираж. Данас жртве једног неоправданог заборавља, ове поштанске карте, чији се смањени формат приближавао лубок-у, доприносиле су популаризацији овог облика илустроване патриотске пропаганде. Исто је тако остало да се политичко-друштвени плакат грађанског рата „измисли”.

Као што је рат осигурао плакату знатан полет у свим зараћеним земљама и растурање патриотских плаката и лубки, у Русији тако је и фебруарска револуција ишла на руку једном новом „врућем” издању чија се политизација наглашава.

Већ абдикацију Николе II пратила је „права карикатура“ цара, која је свом аутору, хумористи Моору донијела изненадну славу. Под насловом „Историјски куриозитет”, умјетник, демократских тенденција, бијаше представио свргнутог суверена, до јуче господара једне шестине свијета и „миропомазаника Господа”, у униформи простог војника на кога је већ падала, као на какав музејски експонат завјеса историје. Објављена у Утро России сјутрадан по абдикацији цара, и одмах преузета од стране провинцијске штампе и часописа, ова је карикатура доживјела замашан одјек и не само што је допринијела сахрани монархије него је на свој начин и потврдила важност слике као средства психолошке акције.

Изазвавши демократизацију јавног живота без преседана и промоцију једне јавности и једне нове клијентеле, фебруарска револуција, која бијаше направила од Русије „најслободнију земљу свијета”, имала је за посљедицу и ширење штампе, али и прогласа и летака чији се садржај обнавља. Не помињући ни чак зајмове за националну одбрану, од сада прекрштене у „зајмове слободе”, зидови бијаху прекривени чудним изборним плакатима који су отимали једни другима гласове новопечених грађана. Партије су у ствари, убрзо схватиле „психолошку снагу плаката на селу у току избора за Уставотворну скупштину и публика

¹¹ В. Славенсон, Современный плакат, Русская мысль, 1917, IV, р. 94.

¹² Како би то хтео Бутник-Циверский, op. cit. стр. 13, противречност по том питању од стране Вл. Денисов, Война и лубок, Петроград, 1916, р. 32.

могаше на плакатима партије видјети једну ногу како се отарашава одличја царске монархије: док један радник са црвеном заставом у руци, позива на гласање за бољшевичку листу, други су плакати најављивали тобошњи споразум с Њемцима.¹³ Побједа је, међутим, припала, како изгледа, плакатима партије есера, која се „рачунала међу бољима”, док су они социјал-демократски „бриљирали” само својом баналношћу.¹⁴

Ствари су се промијениле са Октобарском револуцијом, која није оклијевала да плакату да срачунато подстрек. Тек што су ступили на власт, бољшевици су се постарали да ставе у службу револуције и народа, коме су по свом схватању и припадали. О томе је засвједочио 11. јануара 1918. године и први декрет „по питању лијепих умјетности”: да би унаприједила умјетност као средство агитације, овај декрет је предвиђао растурање уз ниску цијену, чак и бесплатно, плаката и брошура за пропаганду, чије је уништавање од тада сматрано за „контрареволуционарни акт”.

Уочи прославе Првог маја, један нови декрет („О споменицима Републике”) наређивао је мало касније, у априлу 1918. године, демонтирање споменика „подигнутих у славу цара и његових слугу који нијесу представљали историјски ни умјетнички интерес” као и декорацију главнога града помоћу амблема, паролла и нових композиција које би дошле на мјесто „најодвратнијих идола” царизма.¹⁵ А одговорни овог монументалног плана пропаганде потврђивали су овом приликом њихову намјеру да „прожму и да засите умјетношћу читав пролетерски живот”¹⁶ у смислу револуције од 11. јануара.

Ова мјера није била предузета ради изненађења, још 1849. године Ф. Енгелс је жестоко бранио феномен плаката „главног средства утицаја на пролетеријат”, које се отимало од буржоаске идеологије и представљало „револуционарни пламен”, правећи од улица и тргова листиће једне огромне новине бесплатно понуђене радницима.¹⁷ Лекција није заборављена: иако је лично био сасвим мало „умјетник”, Лењин је потврдио потребу за једном умјетности укоријењене у потпуном власништву народних маса „којима припада умјетност”. Одбацујући све анатеме оних који су у умјетничким радовима из прошлости хтјели видјети само „некорисни историјски баласт”, он се бијаше заузео да сачува умјетничко и културно наслеђе царске Русије; он бијаше чак,

¹³ На пример В. Славенсон, Социальный плакат, Книга и Революция, 1920, IV, р. 11—12, или још, В. Ожочинский, ор. р. 77.

¹⁴ В. Полонский, Русский революционный плакат, М. 1925, р. 22.

¹⁵ Правда, № 72, / 14. апрель 1918/; Известия, № 74.

¹⁶ Б. Шишло, Улицы революции, Декоративное искусство СССР, 1970, № 3, р. 6.

¹⁷ Цитирано према П. Трофимов, Фр. Энгельс о плакате, Художник, 1966, I, р. 23.

као добар ученик Енгелса, повјерио умјетности мисију: „ујединити осјећања, мисао и вољу маса” и „уздићи” их.¹⁸

Иако плакат није директно поменут у овим првим декретима., иако је он за вријеме прославе Првог маја 1918. године имао само споредну улогу¹⁹ ова тежња да се умјетност увуче у службу пролетерске ствари није могла остати без посљедица. И тако је љето 1918. године угледало прве бољшевичке плакате — један антимилитаристички насловљен *Цијена крви* и посвећен својеврсној комеморацији поводом четврте годишњице „крвопролића” 1914—1918. године.²⁰ и други посвећен народној освети под називом *Цар, поп и кулак „израбљивачима”* и „крвопијама” које треба елиминисати. Штампан црном и зеленосвијетлом бојом на већини језика царства, овај плакат који отворено позива на социјалну револуцију може се с правом сматрати, упркос својој примитивној фактури, претком бољшевичког револуционарног огласа.

Издат на иницијативу Централног извршног комитета соvjета (ВЦИК), овај проглас је брзо постао узор. Већ Лењин бијаше један од првих који је тврдио да треба унаприједити умјетност као средство агитације”. А *Правда* је препоручивала, 6. октобра 1918. године, да се од плаката направи „ново и снажно средство социјалистичке пропаганде, чак и да дјелује на широке народне масе” и да се тамо узоре прва бразда” коју ће књиге и конференције само да продубе. Задатак умјетника састојао се писало је тамо у давању овим плакатима, намијењеним украшавању „народне куће” у току стварања, „једно примјерно оличење идеја комунизма” и да у њима прикажу „основне црте изградње социјализма”.²¹ Сходно томе годишњица октобарске револуције бијаше — уз преображај изгледа главнога града, „слична једној огромној универзалној изложби без преседана по обилности и богатству декорације”²² — дала плакату нови подстицај. На тим огласима, који су имали за циљ прославе побједу револуције над „старим свијетом”, могло се видјети, између осталог, руски радник, у црвеној блузи, како игра на рушевинама капиталистичког свијета у пламену, који неки „буржуј” са цилиндром на глави покушава узалуд да гаси једном обичном кантом за заливање. Хумористички плакат који би, изгледа, изазвао „грохотан једногласан смијех”.²³

¹⁸ Чланак: Ленин о културе и искуству, ин. П. И. Лебедев, Советское искусство в период иностранной интервенции и гражданской войны, М. — Л., 1949, р. 19.

¹⁹ Б. Шишло, арт. сит., р. 5—6.

²⁰ Бутима — Сиверский, op. cit., бр. 719—720, стр. 215. Овај плакат је само преузео, под новим насловом, плакат »Aide aux invalides de guetrek (Помоћ инвалидима рата) (1916), рад сликара Л. О. Пастернак.

²¹ Чланак насловљен Издание художественны плакатов секцией народных домов, Правда, № 215 (6. октобра 1918).

²² Б. Шишло, стр. 7.

²³ Год пролетарской революции, 1918, № 3.

Симболизам, алегорије, легендарни или митски хероји, и стилизација — такав онда бијаше стил, прије свега декоративан, плаката, гдје се један Апсит бијаше наметнуо као најмаркантнији умјетник за ово прво доба, још увијек зависан од прошлости. Револуционарни плакат доживјеће свој прави полет већ у току љета 1919. године у раздору грађанског рата. Док су први плакати од тада приказивали само алегоричне личности, тако рећи фиктивне, директиве нове болшевичке власти забрањују такву неутралност и прекраћују стил Апсит и квалификују га с извјесном неправдом погрдним термином апситовшћина. У часу када је Лењин позивао земљу да „наsrне на Деникина” чија је офанзива доводила више него икад револуцију у опасност, војна политичка управа мобилисала је умјетнике²⁴ у службу револуцији и тражила да убудуће покажу „максималну политичку свијест”: умјесто плаката општег карактера који илуструје ванвременске теме, полуапстрактне и универзалне, цртачи су у току љета 1919. године позвани да демаскирају конкретног непријатеља, и да га извргну руглу да би га боље дискредитовали код оних који се још двоуме. То што се очекује од њих јесте за сада плакат који је у стању да код бораца подстакне вољу за побједу, да пробуди и појача код њих класну мржњу према експлоататорима и њиховим савезницима, и да узгредно напада пропусте и слабости болшевичког табора.²⁵

Тада почиње истински херојски период револуционарног плаката, који ће се продужити до краја 1920. године и грађанског рата, приближно током осамнаест мјесеци. То је доба када се ови плакати сматрани за неупоредиво оружје на „идеолошком фронту”, све више и више растурају, „истовремено и подједнако са паролама Партије”²⁶ и када Троцки подвлачи у свом *Приказу* бр. 114 (21. јула 1919) „важан значај” који је за армију представљао ширење болшевичке пропаганде на фронту која убудуће користи жељезничке путеве са приоритетом транспорта равним приоритету трупа или муниције.²⁷ Чак иако кретање ове пропагандне понекад није много задовољавало, иако је било праћено немарношћу или веома изненађујућим расипањем²⁸ штампана пропаганда је од тада представљала битан дио армије. Јер, „замислит на тренутак армију без њених новина, летака, брошура и плаката, и ви ћете онда разумјети шта су оне значиле за Црвену армију”, за њу су идеје које су оне собом носиле представљале „најсмртоносније” оружје.²⁹ С обзиром на његов огро-

²⁴ П. У. Р. („Политическое управление Реввоенсовета”).

²⁵ А. М. Козлов, Дмитрий Стахеевич Моор, М. Л., 1949, р. 23.

²⁶ А. А. Сидоров, Два года советского искусства и художественной деятельности, Творчество, 1919, № 10—11, р. 39.

²⁷ Цитирано према Центропечать 1920, бр. 1, стр. 9.

²⁸ Б. Ягодник, чл. цит., стр. 121.

²⁹ М. Линковский, Роль и значение печати в красной армии, Политработник, М., 1922, №. 10—11, р. 59.

ман утицај на непосредну стварност и на његову ангажованост у службу побједе, плакат убудуће и више него икада мирише на барут.

Феномен „без преседана у прошлости”, умјетност, а у првом реду плакат од тада је врло важно средство, опште глобале владине политике”. Супротстављена „стварним непријатељима, који су јој задавали жестоке ударце”, Совјетска Република бијаше, прецизира се истог тренутка, предосјетила у плакату средство способно да организује народу свијест.³⁰ Већ задужен декретима из 1918. године за улогу пропаганде и „агитације”, револуционарни памфлет добија више него икад у инструкцијама љета 1919. године једну сложену разноврсну и оригиналну мисију: „демаскирати непријатеља” — класног домаћег и иностраног, и радити као „фермент за распадање у његовим редовима”, а наредо са тим „ковати класну свијест” земље и „васпитавати је у мржњи против капитала и у смислу пролетерске солидарности.”³¹) Намијењен тако једној битној васпитној и мобилизаторској улози, плакат у *опседнутој Републици*, што је била република совјета, требало се да „храбри револуционарна осјећања и социјалне идеје, приморављујући тако хиљаде срца да куцају сложно”,³² или да „организује на умјетничком фронту народну свијест” са „јединственим захтјевом да побиједи контрареволуцију”.³³ Укратко речено „указати свакоме на своју грађанску дужност и показати пут побједи”.³⁴

Ове инструкције биће прихваћене буквално: па најборбенији међу умјетницима замишљају себе тада као Дени, „војницима — плакатистима” мобилисаним на уметничком фронту,³⁵ а Моуор је радио (према сопственим ријечима тако како би језик умјетника звучао једнако као говор политичког говорника. „Видио сам неку трибину у тој врсти револуционарног плаката” коју он није оклијевао да упоређује са громовитим ударцем по глави класног непријатеља”, са девизом „Ударати, ударати, и само ударати” по слабиим тачкама противника³⁶ или још ударај до смрти” како је истицао истоимени плакат. Називајући сам себе „мајстором брзометног оружја”.³⁷ Моор је дијелио, ако му се може вјеровати, исти побуњенички дух као Мајаковски: „ми обојица сматрамо умјетност као устанак (восстание)”, као ехо на ус-

³⁰ В. Полонский, арт. сит., р. 35.

³¹ Н. Маслеников, Плакат и лубок, М. 1929, р. 498.

³² В. Ягодник, чл. цит., 1923, стр. 106—107 и 114 (на разним местима, у много случајева).

³³ Н. Маслеников, арт. сит, р. 498.

³⁴ Е. В. Поволоцкая и М. Л. Коффе, Тридцать лет советского плаката, М. Л., 1949, р. 6.

³⁵ Изложене одлуке од стране М. Л. Коффе, В. Н. Дени, М. Л., 1947, р. 30.

³⁶ Цитирано према Ю Халаминский, Весь город — выставочный зал, Художник, 1967, IX, р. 31.

³⁷ Ю. Я. Халаминский, Д. Моор, М. 1961, р. 5.

клик пјесника: „Другови! на барикаде!“. Вјеран мисији, којом је задужен револуционарни плакат већ се на неки начин на барикаде; у жестину рушилачку дијелили су многи умјетници главнога града који је прокламовао, у вријеме припрема прве годишњице Октобра њихову намјеру да „дигну у ваздух, да сруше и да избришу са лица земље умјетничке форме прошлости”³⁸

Сасвим је јасно да та „идеолошка zasiћеност” није могла остати без одјека на стилу продукције. Произведен да „дјелује смјеста на масе”, плакат није више могао да се прилагоди, због чега ће се звати „апстрактни симболизам, неприродна сложеност чак и неразумљива” једног Апсита, или чак и једног Моора почетника.³⁹ Штампани натенане и у разним бојама, ови први плакати су настојали да оформе социјалистичку утопију уступајући мјесто реализацији једног новог жанра који се директно обраћа грађанину и назначује му непријатеља. Лаконизам потеза, експресивност, политичка страст, жестина, ентузијазам и вјера у побједу — то су били (или је требало да су главни квалитети плаката коме су давали један „револуционарни патос” саткан од совјетског патриотизма, идеолошке дубине и неопростиве мржње према противнику.⁴⁰) Растурани у великом броју још влажни на позорницама операција и штампани на брзину да не би закаснили, по могућности, за догађај, али нови плакати су се упрошћавали да би ухватили дах револуционарне епопеје и достигли у најбољем случају, заповједну једноставност.

Како је познато, ова трансформација револуционарног огласа плаката, у почетку наслједника симболизма и декоративног графизма од прије 1914. године, у нови плакат новог жанра, истовремено конкретног, стварног и мобилизаторског, идентификовао се поглавито (али не ексклузивно) са именом Дениа, а нарочито са именом Моора, чији радови садрже толико класичног. Пошто је једног тренутка изгледало да тражи своју странку у оквиру 1917. године и пошто је објавио у Будилнику једну „отровну” карикатуру Лењина, Моор је свој таленат ставио у службу большевика и П. У. Р-а, који ће објавити не мање од 150 његових плаката, почев од оних које карактерише алегориска претјераност почетка од бриљантних остварења из периода 1919—1920, од којих неки неће оклијевати да симболизују и саму револуцију, што се Дениа тиче, који је ступио у службу револуције јуна 1918. године, и који је један од првих (са Моором) који су потписивали своје радове без скривања иза каквог псеудонима, он се неће устезати од жеље да се наметне као господар револуционарне сатире, и допринијеће више него ико да плакат

³⁸ Цитирано према Б. Шишло, арт. цит. р. 12.

³⁹ Е. В. Поволоцкаја и М. Л. Коффе, ор. цит., где ће се наћи разне прецизности по том питању.

⁴⁰ На пример, М. Ф. Савелов, Советский политический плакат: 1917—1932, М., 1956, р. 3.

успјери на пут реализма и на снажно *ad hominem* на антиподе почетног алегоризма.⁴¹

Ове заслуге су морале донијети и једном и другом, одмах након грађанског рата, једно сјајно поштовање: у једној заповијести Армије, на дан 25. јуна 1922. године, Реввоенсовет је нарочито истакао „знатне услуге друга Моора Црвеној армији”, изразивши му „своје признање и захвалност за херојски резултат његовог оружја: његове оловке и његове кичице”, њему чији су огласи „бодрили борбеност војника Црвене армије и освјетљавали пут њихових борби.”⁴² Што се Дениа тиче, *Правда* је годину дана касније уступивши му простор својих стубаца, указала част том „пријатељу револуције” — пријатељу од првог часа, увијек спремном да „нашим непријатељима неуморно задаје и добро одмјерене ударце... који су увијек погађали...”⁴³ судећи по овој двојци, био је то скуп „умјетника — бораца”, који су помињани и истицани за примјер.

На жалост нема могућности да се прецизно одреди волумен ове штампане пропаганде: леци, новине, плакати; о томе се, није због околности водила никаква евиденција или задовољавајући инвентар. Укупан број ових плаката може се процијенити на један минимум од 3.700, посвећених разним питањима⁴⁴ Према тиражу од 20.000 до 50.000 примјерака за најзначајније, некад више али најчешће много мање, њихов укупни тираж за читав наш период морао је бити близу десетак или петнаестак милиона примјерака. То је била с обзиром на општу несташицу папира и техничких средстава, рекордна продукција, која се објашњава приоритетом датим плакату, који је и са становишта што бољег искоришћавања расположивих залиха ефикаснији од било којег другог облика штампане пропаганде. Тако, примјер В. Ц И К, издавача првих огласа из љета 1918. године, који није оклевао да то подржи.

Не улазећи овдје у појединости, задовољимо се тиме да укратко подсетимо на преглед тих разних служби, што ће нам омогућити да боље процијенимо како растурање ових плаката тако и значајно мноштво иницијатива. Поред В. Ц. И. К., који је придодао себи (26. новембра 1918) централну службу „Центропечат”, снабдјевену читавом мрежом регионалних агенција, растурача и стваралаца, главни издавач ових плаката, војних и револуционарних, није био нико други до Комесаријат рата, у лицу „Војног револуционарног совјета Републике (Реввоенсовет), чија су прва издања почела излазити при крају 1918. године. Ради

⁴¹ На пример, његов плакат насловљен Селянская Богородица, репродукван у Бутник — Сиверский, арт. цит. р. 599 (№589).

⁴² Цитирано према В. К. Охочинский (ред), Плакат и реклама после Октября, Л., 1926, р. 14—15.

⁴³ *Правда* бр. 121, 3. јуна 1923.

⁴⁴ Такав је укупан број одбијен од стране Бутник-Сиверский (ор. cit.), чији се попис не би могао сматрати исцрпним.

рационалисања ова растућа производња, пропагандне функције повјерене су једној специјализованој „издавачкој служби”, потчињеној Политичкој дирекцији Реввоенсовет-у (или П. У. Р.), а чије ће се провинцијске филијале означавати важношћу њихове производње.

Трећа издавачка „филиере”, али каснијег стварања, биле су „витрине” РОСТА (или Телеграфске агенције Русије), које су се појавиле у Москви, у току јесени 1919. у доста специфичним околностима. Да би се омогућило пружање становницима главног града информација и званичних коментара, чије штампање нестацица папира није дозвољавала, један од московских умјетника, Сегенпукх⁴⁵) дошао је на идеју да празне излоге великих радњи главног града украси илустрованим листовима сатиричног карактера, по узору на „зидне новине” на чију је инпровизицију гонила суровост времена. Интервенција Мајаковског, коме је револуција повећавала занос учинила је да се убрзо тим излозима да дефинитивни и добро познати карактер концентришући и текст и цртеж око једне једине теме, он бијаше замислио један нови тип плаката, направљен од читаве серије узастопних цртежа аналогног формата, од 6 до 14 најчешће на броју, праћене сатиричним текстом римованим или не. „Прозор сатире” је тиме отворен, а техничка клишеа најчешће на линолеуму, ускоро дозвољава репродукцију у неколико десетина примјерака.

Захваљујући успјеху формуле, умјесто једног броја недељно прогресивно је повећана учесталост јављања, а и тиражи ће се подићи у извјесним случајевима и до 300 примјерака, упућених провинцијским филијалама (34 на броју) из центра у Москви и Петрограду. Почетком 1920. године Петроград је у овоме ишао у стопу за Москвом, преузевши ову формулу, стим што су јој његови умјетници (Козлинскиј и Лебедев на челу) дали једну фактуру видно различиту, дајући личностима ових „цртаних банди” један марионетски профил⁴⁶ Узете из самог живота, ове разнобојне силуете, које су „уништавале непријатеља кроз смијех”, резултирале су једном врстом илустроване хронике револуције; био је то „један регистар сав у бојама и звучним пароллама, те три најтеже године револуционарне борбе”, како је рекао, са прорачунатим претјеривањем, пјесник револуције.⁴⁷

На овоме нијесу били, уосталом ангажовани само издавачи. Како синдикати тако су се и разни народни комесаријати — за здравље, за пољопривреду... за просвету (и њихове регионалне службе) ради превентивних економских... културних циљева, обраћали плакату, чија се тематика тако све више отвара и по-

⁴⁵ О том уметнику, консултовати на пример малу биографију од М. Л. Коффе, М. М. Черемных, Художник — мастер пролетарской сатиры, М. — Л., 1949.

⁴⁶ Особито под утицајем марионетског позоришта. По том питању видети *Известија*, 12. јануара 1921.

⁴⁷ В. В. Маяковский, *Окна сатиры*, М., 1930, р. 19.

стоје све разноврснији. А да се и не говори о вагонима или о „возовима пропаганде” (агитпоезди), од којих су први почели саобраћати од 13. до 31. августа 1918. године на релацији Москва — Казан, рачуна се да су не мање од 453 разне инстанце, у овом или у оном смислу, у главним градовима или у провинцији, учествовале у примјени револуционарног плаката. Тај број бијаше довољан да му осигура аутономију према комунистичкој партији, која је себе сматрала инспиратором и организатором цјелокупне ове активности. Због тога ће, након грађанског рата, комунистички руководиоци настојати да централизацију (да би их лакше поново преузели) све те службе, и основаће већ априла 1920. године Државне издаваче централни орган: којем ће се прикључити, у децембру исте године, *Центропечат* и његове регионалне агенције, као и све друге издавачке службе, изузев П У Р и његових анекса који ће привремено сачувати своју аутономију. Страница грађанског рата је дефинитивно окренута, а совјетски плакат се сада ангажује за један нови правац, сагласнији резолуцијама X конгреса (март 1921).

Како се и очекивала, ова децентрализација иницијативе за вријеме грађанског рата није остала без посљедица; њоме су се објашњавали ширење и карактер — „масовни” или још „колективни” — ових плаката, што заслужује макар и кратак осврт, како би се боље оцијенио сукоб. Са грађанским ратом, који је условио „патњу и динамичну жестину”, плакат је завршио мисију „обухватања најразличитијих аспеката совјетског живота,, и „нераздвојног ратног друга у борби за власти радника”.⁴⁸ Тим прије што бјеше прешло у „навику да лијепе ове плакате (револуционарне) по зидовима кућа, али и по зградама као што су клубови, библиотеке, читаонице и агитпунктови”,⁴⁹ и да их умножавају на штампарским машинама, особито војним, гдје су они помагали у борби против епидемије дезертерства.⁵⁰

Репродуковани и растурани од најразноврснијих инстанци, ови плакати „које је совјетска Русија употребљавала као што остале земље употребљавају нова смртоносна оружја, (...) стварани су свуда”, и сручивали су се, уз друге свакодневне тешкоће „као истински потоп”.⁵² Ријетке резерве су бивале одмах обрисане, и нијесу престајале похвале тим огласима, чија „епска пуноћа није игнорисала ни један домен”, „инструменту борбе и пропаганде”, изручиваном „као из неког кабла богатства” и дељеном „прекомјерно и свуда”. Совјетска Русија бијаше тада преплављена стварном „гдзницеом плаката” која је образовала исто толико „мегафона револуције”.⁵³ Укратко, да би се оства-

⁴⁸ В. К. Охочинский (ред), арт. цит., р. 13.

⁴⁹ Революция и война, 1923, XXVI, р. 114.

⁵⁰ Красноармеец, 1919, № 3, р. 7—9.

⁵² Красная нива, 1923, VIII, р. 12.

⁵³ На пример В. О. Верг, Плакаты, лубки и календары в книготорговом ассортименте, М., 1930, р. 27.

рила нејасна визија пјесника, „улице су биле наше кичице а тргови наше палете”.⁵⁴

Тако ће настати, током низа година, златна легенда о револуционарном плакату, свуда присутном и убједљивом, како доказују неки каснији описи: „плакати су били свуда присутни: на зидовима и плотовима, у вагонима и витринама, у железничким станицама и *krasnye ugolki*. Они су дозивали са свих страна . . . замјењивали су ораторе на састанцима и на митинзима, удруживали се са свима и са сваким понаособ”, разумљиви за сваког, покретали су један народ напола неписмен на активни политички живот.⁵⁵ Није било више никакве сумње: „неупоредиво оружје агитације и пропаганде, плакат се увлачио свуда, замјењивао радио и телеграф, и крчио себи пут све до најудаљенијих паланки и села.”⁵⁶ Истицани „на улицама и трговима градова и села, ови плакати су позивали на активну борбу против стране интервенције и бијелих генерала, (. . .) ругали су се непријатељу, појачавали вјеру у побједу, и помагали у савлађивању рушевина (разрухка) и глади”.⁵⁷ Тако стављен у службу „идеолошке мобилизације народних маса (. . .) плакат се увлачио у само срце народа, пратио га и у радним и у празничним данима”,⁵⁸ достигавши примјену какву нијесу познавали Даумиер, Стеинлен или карикатура Комуње.

Слика помало нестварна: плакати су скоро покривали комплетно, поготово (треба ли то прецизирати?) у периодима максималне агитације, све фасаде и све зидове⁵⁹ њихово растурање су пратили пропали генији и расипање, услед тога од маја до новембра 1920. године, усред руско-пољског рата и битке против Врангела, скоро половина штампане пропаганде није постизала свој циљ, или се чак губила, а да се не говори о закашњењима у путовању која су умањивала ефикасност на тај начин пласирање пропаганде.⁶⁰ Како је то било двије године раније? Ми то не знамо. А да ли би се могла занемарити чињеница да су „витрине,, РОСТА Дистрибуцијом добијале само ограничени број примјерака и да су плакати једва допирали до села (тј. до четири петине становништва) гдје су совјети у том погледу били искључени и гдје су агитпоезди продирали веома ријетко. Као градска и улична умјетност, плакат неће тако брзо истиснути Лубои у сељачким избама, гдје ће слике високих царских достојанстве-

⁵⁴ Цитирано према Я. Тугендхолд, арт. цит., р. 159.

⁵⁵ П. И. Лебедев, арт. цит., р. 75.

⁵⁶ И. А. Сваридова, В. Н. Дени, М., 1958, р. 47—48.

⁵⁷ А. Г. Будрина, арт. цит., р. 3.

⁵⁸ М. Нейман, На службу револуцији, Художник, 1967, № 8, р. 20—21.

⁵⁹ Како је приложио, не без извесне безазлености В. Полонский, ор. cit., стр. 88.

⁶⁰ На пример Революция и война, 1923, XXVI, стр. 121, или још Красная нива, 1923, VIII, стр. 30, који је давао за обична таква закашњења.

ника и славних генерала, иконе и друге пререволюционарне слике и даље превлађивати годинама 1920,⁶¹ гдје ће бити потребно да се вињете ради замјене у облику совјетског Лубока, тек измисле.⁶²

У свему, ова пропаганда преко слике, пласирана нарочито око жељезничких станица и дуж стратегијских жељезничких пруга, изгледа да се највише доимала припадника револуционарне војске, којима плакат бијаше првенствено и намијењен. И било би сигурно тачније рећи да је са биографом Моора „плакат био присутан свуда гдје је требало тући непријатеља и подупријети револуционарни елан радних маса“.⁶³ Тако је то ишло бар током једног периода времена, од лета 1919. до јесени 1920.

Колико год то било спорно, овај захтјев да се он налази свуда омогућавао је да се потврди популарност плаката установљеног као колективно дјело народних маса које ће тумачити и иницијативу и приступ. Јер овај први захтјев није дошао случајно: пропаганда кроз слику бијаше у ствари већ позната као масовна умјетност „маса“ (масовна умјетност „маса“ (масовуј)), као „колективна умјетност демократскија од свих“, насупрот западној умјетности која је гајила само презрење масе. Плакат је био умјетност маса не само због тога што је „колосално растуран у току грађанског рата, и што се обраћао земљи ријечима „приступачним свима“, већ много више по томе што је претстављао „колективну умјетност радног народа“.⁶⁴ За разлику од прошлости, када је умјетност остајала у привилегији једне мале мањине, плакат је сматран за „резултат колективне воље народа“ и најбољи „борбени инструмент диктатуре пролетеријата“.⁶⁵

Као предмет наруџбе, плакат је у ствари био, прецизира се, индивидуални рад само на један формалан начин. Јер „умјетник је добијао тему за обраду, норме и обиљежје композиције, и њен садржај „па плакат може, дакле, да се сматра на неки начин као колективни рад.“⁶⁶ А процес самог стварања, од првих скица да завршне фазе, по усвојеном схватању морао је да изражава друштвену средину која га је произвела. Такав је примјер Казања, прекретнице грађанског рата и позорнице ондашње, једног правог „умјетничког елана“ у чијем је раду „учествовала читава једна одушевљена и анонимна омладина“, као и многи умјетници из оба главна града. Тако је и у Екатериненбургу, гдје бијаше основан, по савјету Лењина у јуну 1919, један „умјетнички колектив“ од тридесетак лица који је надгледао (заједно

⁶¹ Cf В. Карнинский, (ред), Агитпоезда В. Ц. И. К., (М), 1920, р. 52.

⁶² Б. О. Верт, арт. цит., р. 27—28.

⁶³ Д. Моор и Р. Кауфман, Советский политический плакат: 1917—1933, Искусство, 1933, № 4, р. 203.

⁶⁴ Између осталог А. А. Сидоров, арт. гит., Творчество, 1919, № 10 р. 42—44. Могло би се бескрајно умножавати ова врста цитирања.

⁶⁵ Ibid. стр. 38. Cf, такође Д. Моор, и Р. Кауфман, арт. цит., р. 215—216.

⁶⁶ В. Полонский, арт. цит., р. 28.

са „ателиер моделе” Треће армије) цјелокупну производњу.⁶⁷ Немоћан без „занатског атељеја и умјетничке организације посвећене томе занату”, индивидуални умјетник није могао бити душа плаката”, који зато бијаше „по нарави друштвени феномен” и одраз „колективног народног искуства и укуса пролетеријата”.⁶⁸

Тако исто стварање, а још више преносење у провинцију витрина РОСТА представља „ствар читавог народа” и „облик аутентичне народне умјетности”.⁶⁹ Као доказ томе бијаше управо репортажа ратног дописника Паустовскога који, пратећи на својој турнеји један *agitwagon* износи отварање једне импровизоване „витрине”!⁷⁰ У ствари, ова путовања су захтијевала с обзиром на удаљеност центра, „снагу и иницијативу”, што је од овог посла чинио „један сјајан примјер иницијативе и политичке самоиницијативе народа”,⁷¹ са којим су умјетници били „органски везани”. На некој далекој новој генерацији сумња у том погледу није дозвољена: „то је стварно била народна иницијатива која је дала овај оригинални облик политичке агитације какве бијаху витрине РОСТА” као што су и њихове сатиричне пјесме „дјело народа, и, из тог разлога, веома блиско њему”.⁷²

Ове сатиричне мимодраме, у којима су текстови и цртежи чинили једну цјелину, нијесу биле саме у погледу намјене да се понуде као „приступачне свима”. Исто је било и са радом већих, чији ће биограф наглашавати, утркујући се, као у случају Дениа, „нераскидиву везу са народом”. Било да је ријеч о његовој Ентенте, различитих верзија његовог Капитала или његових кулака, Дени је постављао „друштвене типове који су одмах схватани од стране гледалаца”; а његови плакати, осјетљиви на дубоке потребе народних маса”, чији је стил „једноставан, збијен изразит и оштар”, био је „надомак свих, малих и великих”.⁷³

Тако је и са Моором, чији огласи „потврђиваху снагу и виталност совјетске умјетности, и његове дубоке везе са народом”. Тако „Совјетски плакати нарочито они Моорови, бијаху прва озбиљна тековина пролетерске умјетности”.⁷⁴ Укратко, упркос својих недостатака, о којима није требало имати илузије, плакат је чинио очевидно један „облик умјетности истински по-

⁶⁷ П. Корнилов, Казанский плакат, Казань, 1929, р. 4. стр. 4, гдје ће се наћи додатне прецизности по том питању.

⁶⁸ В. Славенсон, Революционный плакат и искусство, Книга и революция, 1921, № 12, р. 22—23.

⁶⁹ На пример Н. Н. Серебренников, Урал в изобразительном искусстве, Пермь, 1959, р. 3.

⁷⁰ К. Г. Паустовский, Начало неведомого века, цитирано од стране Ю. Халаминский, арт. цит., Художник, 1967, IX, р. 33.

⁷¹ Ибид., р. 34.

⁷² Окна роста, Л., 1968, р. 32, или још Ю. Я. Халаминский, оп. цит., стр 4, где би се нашла упоредива приближна расуђивања.

⁷³ И. А. Свиридова, арт. цит., р. 45—46, стр. 66 или још = он онкор, М. Л. Коффе, В. Н. Дени, М. — Л., 1947, р. 14.

⁷⁴ Плакат на службе Октября: Д. С. Моор, М., 1934 (предговор-увод).

пуларан, који се обраћао радницима, сељацима и црвеној гарди, чије је класне интересе изражавао (...) под утицајем и контролом народних маса".⁷⁵ Тражен је ништа мање него бесплатно. Тако се стварао међу масама, умјетницима и инспиратором Партијом један троугли и узајамни однос који је дозвољавао да се плакат прослави као изванредан облик револуционарне и пролетерске умјетности, и да се изрази као главни вид комуницирања између Партије и радничке класе.⁷⁶

„Богатство његовог идеолошког садржаја”, „политичка дужност”, „мобилизаторска снага”, „изузетна распрострањеност”, „масовна популарност”, ... као и подршка Бољшевичке партије — све је то чинило од плаката једно незамјенљиво психолошко оружје. У току грађанског рата, „најубојитије оружје није био куршум или топ, него идеје које су инспирисале Црвену армију”, тврдило се већ од 1923 као ехо Наполеону.⁷⁷ Комбиновани са писаном или усменом пропагандом, која је припремала терен и од које се не би могли одвојити, ови плакати, који су илустровали политичке паролe и „говорили маси оно што ови посљедњи нијесу говорили или оно за шта су ријечи недостајале”,⁷⁸ нијесу остављали човјека равнодушним. Али да ли је могуће измјерити однос јесу ли плакати стварно заслуживали исти приоритет као транспорти трупа и муниције? То питање ваља сада испитати — толико колико се може.

Озбиљно питање. Ако текстови врве похвалама о идеолошком богатству ових плаката, о њиховој убједљивој снази, њиховом одлучном заузимању за ствар Бољшевичке партије и њиховом снажном реализму — њихов сукоб напротив, дао је само доказе расула, случајне а веома често и опште, да би били стварно значајни. То не спречава да се њихова ефикасност сматра као сигурно утврђен фактор, па би било сувишно говорити поново о златној легенди која овјенчава славом револуционарне плакате, сматра се једном за свагда да су они предано извршили своју славну мисију.

Од 1922. године ревија *Политработник* преузима од њих један битан дио улоге у борби против Даникина и идеолошкој мобилизацији Црвене армије.⁷⁹ Разлог је био разумљив: „важност (ових прогласа) као могућног инструмента психолошког дејства на масе не оставља никакву сумњу”, тврдило се одлучно већ сљедеће године.⁸⁰ Њиховом „заразном емоцијом и својом вјером у принципе које су прокламовали, ови прогласи „су одиграли

⁷⁵ Н. Петошина, Ленинградский плакат, М., — Л. — 1948, р. 137.

⁷⁶ Напримйер, А. Богачев, Плакат (Ред. В. Лесового), Л., 1926, р. 8.

⁷⁷ В. Ягодник, арт. цит. Революция и война, 1923, XXVI, р. 106.

⁷⁸ П. Корнилов, арт. цит., Казань, 1929, р. 2.

⁷⁹ М. Линковский, арт. цит., Политработник, 1922, № 10—11, р. 59—60.

⁸⁰ В. Ягодник, арт. цит., Революция и война, 1923, XXVI, р. 114.

знатну историјску улогу”,⁸¹ чак и „пресудан”, потврђујући револуционарне побједе, и одговарајући, без мира и одмора, на све дневне догађаје.”⁸² Није могло бити сумње, а то ће потврдити данни љета 1919. године „плакат је неуморно пратио одреде Црвене армије, учествовао тако рећи у њеној борби и у њеним побједама над непријатељем”⁸³ зар се могло више од тога. Он је ступио у службу пролетерске ствари много прије директива из љета 1919; „од првих дана грађанског рата, плакат је имао одређено мјесто у арсеналу војне пропаганде Бољшевичке партије. Он је позивао на збијање борбених редова бранитеље револуције, и откривао непријатеље радничке класе”.⁸⁴ Зато се плакат, чији је „значај у изградњи социјализма признат од свих”, наметнуо „као најмоћније и најефикасније оружје у одбрани револуције”, обезбјеђујући себи еминентно мјесто у совјетској умјетности.⁸⁵

Витрине РОСТА, „чија се важност не би могла процијенити налазиле су се равноправно на листи награђених: „осјетљиву садржину” тих витрина, описаних као „најмоћније и најефикасније оружје у одбрани револуције”, „није могао промашити очекивани ефекат.”⁸⁶

Јасно- „њихова пропагандна улога за вријеме грађанског рата и стране интервенције“ била је једноставно „огромна”.⁸⁷

Ова упорна тврђења, која допуштају да се прибави и какав доказни елемент, остављају понегде ипак мјеста за прецизније формулације. Тако је у Харкову, каже један прерани доказ, било „увијек редова испред витрина РОСТА”, које су уживале „неоспоран успјех”,⁸⁸ исто тако оне (изгледа) из Екатеринбургa и Урала, које су привлачиле „увијек велике гомиле народа.”⁸⁹ Ништа изненађујуће, ваља признати, имајући у виду мали број тих „витрина” које су ионако могле примити само ограничен број гледалаца.

Господар револуционарне сатире, Дени је уживао, изгледа, исту благонаклоност, а његови плакати су стварали „стално редове посматрача (...) и грохотан смијех”⁹⁰, па чак и скупове.⁹¹ Није ли то било, прецизирало се другдје, зато што је требало опширно изложити садржину,⁹² или садржину сатиричних сти-

⁸¹ Г. Нерадов, Октябрские заслуги советского плаката, Советское искусство, 1925, № 7, р. 31.

⁸² В. Охочинский, арт. цит., р. 6.

⁸³ М. Ф. Савелов, арт. цит., (автореферат), р. 5.

⁸⁴ М. Л. Коффе, В. Н. Дени, арт. цит., р. 9.

⁸⁵ Ю. Я. Халаминский, Д. Моор, М., 1961, р. 202.

⁸⁶ Окна роста, арт. цит., р. 32, и 43.

⁸⁷ М. Л. Коффе, М. М. Черемных, (арт. цит.), р. 14.

⁸⁸ Красная нива, 1923, VIII, р. 30.

⁸⁹ А. Г. Будрина, арт. цит., р. 23.

⁹⁰ В. Полонский, арт. цит., р. 88.

⁹¹ Ф. Рочинская, Дени, Красная нива, 1928, № 22, р. 10.

⁹² Ю. Я. Халаминский, Советский плакат, М., 1961, р. 18.

хова који су их често пратили. Више од свих, сатирични плакати, изгледа, уживали су у то вријеме „велику популарност”, а они Денијеви, тога експерта „смијеха који убија”, одиграли су у том погледу знатну улогу пропаганде и политичког васпитања.⁹³ А његови полемични портрети су чак „одмах идентификовани од стране гледалаца”- који су без муке дешифровали и његове „политичке намјере.”⁹⁴

За исмејавање класног непријатеља, Дени је знао наћи, писаће се касније, „ликове до те мјере упадиљиве и сочне да су постајали скоро симболични”.⁹⁵ Тако је он шаљивчине сврставао на страну револуције, како се види по његовим разним интерпретацијама *Капитала*. Једна од њих, на којој видимо „капиталисту”, смијешног и одвратног, шћућуреног у својој пауковој мрежи, добиће чак ренеме сатиричног плаката — једног од „нај-популарнијих и најуспјешнијих из грађанског рата”.⁹⁶ То је важило и за његову Тројку која је освојила „колосалан и у потпуности заслужен успјех,”⁹⁷ речено је без навођења података. Више него сви други, ови сатирични плакати су „прикивали на срамни стуб контрареволуцију и смртно погађали непријатеља”, омогућујући себи „да дуго наставе живот и историји револуционарног плаката”.⁹⁸

Али колико су тачно вриједиле ове тврдње и многе сличне о „трајном успјеху” међу радницима СССР-а и за њихов углед у иностранству које Дени није демантовао? Какви су могли бити одјек и утицај његових радова на савјест — и несвјесно заједничку? Ништа не омогућава да се то прецизно утврди. Дени се органичаво на скромну констатацију. „Наши плакати су изљепљени на зидовима, и народ жури да их види.”⁹⁹ У ствари, како је то истицала једна студија из 1925. године, онај који прави плакате „кувао је у свом соку”, јер у току рада није могао разговарати са народом, „и још се ипак не зна како један оглас одштампан у милионе примјерака дјелује од данас до сјутра и васпитава масе.”¹⁰⁰ То је важило *тим више* за период грађанског рата, када се није бринуло ни да се инвентаришу плакати бацани из дана у дан у револуционарно жарниште, а још мање да им се измјери учинак. Посљедња изложба посвећена плакату била је она из 1916, и требало је чекати 1925. годину да би била организована, у четири сале Палате револуције, изложба о „револуционарном плакату и брошури у грађанском рату” која неће привући

⁹³ Плакат на службе Октября: В. Н. Дени, М., 1934, (предговор-увод).

⁹⁴ М. Л. Коффе, В. Н. Дени, (арт. цит.), р. 12.

⁹⁵ Ибид., р. 13.

⁹⁶ И. А. Свиридова, арт. цит., р. 68.

⁹⁷ Е. Рюмин, Плакат и листовка гражданской войны, Советское искусство, 1927, № 3, р. 58.

⁹⁸ И. А. Свиридова, арт. цит., р. 50.

⁹⁹ Цитирано, ибид., р. 75.

¹⁰⁰ Ю. Я. Халаминский, арт. цит., р. 202.

(треба ли рећи: чудновато?) више од 1.500 посјетилаца.¹⁰¹ Без могућности да се *extrapoler* у период грађанског рата, није остајало ништа више осим да се закључи да ови плакати, намијењени најчешће непосредној садашњости нијесу више имали много успјеха и да и поред толико супротних тврдњи, нијесу заслуживали да преживе у очима већине.

Има, наравно у овоме неколико изузетака, међу којима су плакати Моора, о којима је остао један мали број биљежака, мање уобичајених али прецизираних. Као што се зна, послје жртвовања алегоричном и измишљеном (из бајки) стилу апситовшчине, овај умјетник је допринио више него ико други да се револуционарни плакат развије у смислу реалистичком, конкретном и херојском, какав је на дневни ред ставио Реввоенсовет у току лета 1919. године. Одбацивши монструме легенде, хидре и друге лажне алегорије позајмљене од старог *luboka*, Моор се као у израду — „за употребу у највећој мјери револуционарним армијама”¹⁰² — неколико од својих ремекдјела која ће се, својом смјелашћу и новим изразом наметнути заједничкој успомени свих у земљи совјета.

Најславнији примјер овог сукоба је његов плакат „Јеси ли био добровољац?”, издат јула 1920. године у 50.000 примјерака, што је рекордни тираж за то доба. Инспириран без сумње Аткинсовим огласом, а кичицом поправљен у току једне кратке лјетње ноћи, овај плакат у црној, црвеној и бијелој боји, на коме је Моор себе прикрио цртама свога хероја¹⁰³ симбола револуционарног народа, могао би се узети за прототип позитивног хероја совјетске умјетности. Неодољива и пуна страсти, ова силуета црвеног војника извршила је, казују нам свједочанства, „знатан револуционарни утицај”. Ништа на њој није одвраћало пажњу гледаоца (7), а било је „немогуће да се примијети, чак издалека, као и да се заборави једном кад се опази.”¹⁰⁴ Изљепљен по улицама, вријеме које је захтијевало прилив добровољаца у Црвену армију плакат је примораво свакога да се изјасни у односу на ову заповијест, и да „се упита како је испуњавао своје грађанске дужности.”¹⁰⁵ Више него сваки од његових плаката, он је од грађана тражио одређење, према чему нико није могао остати индиферентан. Он је примораво човјека да се заустави и „изазивао у њему читаву буру осјећања мржње према класном непријатељу.”¹⁰⁶ Једном ријечју, овај плакат је позивао на „мобилизацију свих моралних и физичких снага” земље¹⁰⁷. Али ко ће

¹⁰¹ Е. Рјумин, арт. цит., р. 57.

¹⁰² АА. Сидоров, арт. цит., Творчество, 1919, № 10—11, р. 42.

¹⁰³ Ю. Халаминский, арт. цит., Художник, 1967, IX, р. 34.

¹⁰⁴ В. Полонский, арт. цит., р. 14.

¹⁰⁵ В. Славенсон, арт. цит., Книга и революция, 1920, № 6, р. 15.

¹⁰⁶ Цитирано, Ю. Я. Халаминский, Советский плакат, арт. цит., р. 7.

¹⁰⁷ И. А. Свиридова, арт. цит., р. 61—62.

икад рећи број тако регрутованих добровољаца, у часу када је Црвена армија опсиједала Варшаву, гдје је Тухачевски прокламовао да ће „свјетска Револуција прећи преко љеша Пољске”?

Значај ипак није био у томе него у опомени да треба избрати свој логор. Искључујући сваку неутралност, овај плакат је одмах стицао значајну димензију, која ће ретроспективно постати симбол једног грађанског рата више од половине већ добијеног, и осигуравао себи један изузетан одјек и за будућност: „продирјући у најскровеније дјелове народних маса, овај оглас се органски идентификовао са својим временом” и коначно „постао један од његових симбола, којима се прибјегава у филмовима и у сликама да би се оживио пожар грађанског рата”, као и „жива традиција из које се и даље црпи”.¹⁰⁸ Тако истакнут као симбол револуције, овај проглас је почео, као већ окренута страница грађанског рата, своју другу и стварну каријеру.

Без задржавања на његовим сатиричним огласима врсте *lubok*, — „оштроумном примјеру начина дејства на најшире масе,”¹⁰⁹ ваљало би узгредно поменути и један други његов плакат, скоро савремен. То је „Врангел је још жив”, који је приказан као „јеран од најпопуларнијих из грађанског рата” и који би „изазвао револуционарни елан без такмаца”.¹¹⁰ А било би још умјесније подсетити на његов посљедњи плакат, који се појавио 1921 у оквиру битке против глади, насловљен „У помоћ!” Одштампан у црно-бијело у 16.000 примјерака, портрет скелетног сељака неодређених година, усправљен као огроман знак узвика (!), мало ће допринијети фонду за помоћ гладнима. Али његова стварна вриједност и није у томе. Излијепљен на вратима црква и манастира, он ће послужити у ствари да прогоњеној публици прикаже Руску православну цркву која је тога дана изручила испразнила велики дио својих трезора у корист гладних, са изузетком црквених утвари (истина, знатне вриједности).

У извјесном смислу, овај плакат је дакле, практично установио, како је већ и речено,¹¹¹ плакат против религије, мада су се совјетске власти биле побринуле да се током грађанског рата фронтално не сукобе са вјерским осјећањима народа. Али грађански рат је сада био завршен, и вјерници одговореше мјестимичним цијепањем овог плаката са двије оштрице¹¹² који је настојао да против свештенства искористи страхоте глади, а то је доказ да је погодио у емоције. Наравно, ако се ту не ради о некој полемичкој измишљотини. . .

Ту не бијаше, усталом, једина конкретна карактеристика у стварном сукобу таквог или онаквог плаката. Иако гледаоци нијесу

¹⁰⁸ Ю. Я. Халаминский, арт. цит., р. 8., као и цит., Художник, 1967, № 9. р. 34.

¹⁰⁹ А. М. Козлов, арт. цит., р. 25.

¹¹⁰ Ибид., р. 30.

¹¹¹ Ю. Я. Халаминский, Д. С. Моор, арт. цит., р. 67.

¹¹² Ибид, Советский плакат, арт. цит., р. 18.

никад, (изгледа), консултовани, или су пак остајали ниједи, извјесни одједи су нам пристизали кроз пукотине званичне информације. Тако су управо први огласи Апсита (Скиф), којима ће касније бити осуђени „апстрактни и мало схватљив алегоризам (који) није могао имати никакав ефекат на раднике, и сељаке” одане реалистичким нормама народне умјетности, и само би их „дезорјентисао.”¹¹³ Није увијек био такав случај, и Апситови плакати су, напротив, у 1919. години доживјели „максималну популарност”, наставши се на равној ноzi са извјесним радовима Моора, које је и он у почетку био жртвовао алегоричном жанру. Од свих тих које је један пропагатор имао прилике да покаже „аудиторијумима Црвене армије”, најбоље је прихваћен — управо по својој „монументалној евиденцији”, својој перфектној читљивости и својем колориту „вјештом и умјереном”, *Livez vos armes* (Предајте ваше оружје) од Скифа,¹¹⁴ намијењен да илуструје одговарајући декрет В. Ц. И. К-а, Супротно, накарадна слика Моора *Смрт свјетском империјализму* бијаше тек недавно примљена: „један гледалац је чак примијетио да тај такозвани драгон (змај који стеже фабрике, што им тумачимо као капитализам, могао би одлично да има, код противника совјетске Русије, обратно значење, као на примјер: пријетећа седмоглава аждаја анархије.”¹¹⁵

Једна друга аждаја, напротив, чије су крунисане главе падале под удвострученим ударцима гомиле оружја виталне од стране једног радника — сељака, имала је истог трена много успјеха. У сусрету алегоричног жанра на измаку и борбеног плаката и реалистичког још у настанку, ова Апситова литографија „*Нашој превареној браћи*” бијаше предодређена по свој прилици за један трајан успјех: штампан у јесен 1918. године и пропраћен као и многи други сатиричним текстом D. Venduja, овај је плакат, подијељен у виду брошуре, „често изазвао капитулацију цијелих јединица бијелих гардиста”.¹¹⁶ Дјелујући као „фермент распадања”, плакати и брошуре су обесхрабривали и растакали противничке јединице, па није било „ријетко да оне окрену своје оружје против утњетача”; и „могли би се навести случајеви да је наша пропаганда међу пољским трупама довела те трупе 1920. године у тоталном распадању”.¹¹⁷

Претјеривање или не, војници бијашу заиста главни примаоци тих литографских слика грађанског рата, од којих су најбоље наилазиле на ентузијазам или огорченост, и могаху ефектно

¹¹³ Напримјер, Д. Моор, и Р. Кауфман, арт. цит., р. 209—210.

¹¹⁴ А. А. Сидоров, арт. цит., Творчество, 1919, № 10—11, р. 42.

¹¹⁵ Ибид., р. 39.

¹¹⁶ М. Линковский, арт. цит., *Политработник*, 1922, № 10—11, р. 60. Наћи ће се репродукција тог плаката у Бутник — Ливерскап, ор. cit., стр. 588. и стр. 291 (бр. 1481).

¹¹⁷ *Политработник*, арт. цит., р. 59, и В. Ягодник, арт. цит., *Револуција и војна*, 1932, XXVI, р. 106.

појачати према прилици и отпор војника Црвене армије и дезорганизацију непријатељских радова. И, да се кладимо, елан и хладна одлука који су их испуњавали бијаше оно што је у пролеће 1919. године осигурао успјех двају од најцијенијих плаката.¹¹⁸ *Напријед за одбрану Урала* (Петров) и *Наше груди за одбрану Петрограда* (Апсит). „Такви бијаху плакати” — ови и други што су војници Црвене армије гледали прије борбе и полазећи у напад, сатирични стих а не молитва на уснама¹¹⁹ стих који им је казивао зашто се боре, водећи рачуна о лиризму и о развијању говорништва, није било забрањено истицати да „морал ратника“ прихвата доста ефективно „висине и дубине на пропагандном путу”.¹²⁰

Али не треба се ту преварити: често схваћени као знак ургенције, ови плакати су понекад на брзину прављени, према догађају, што их је лишавало ефикасности барем тренутне. Јер нијесу само витрине РОСТА радиле на брзину, понекад чак у тренутку приспјећа телеграма који треба да се илуструје сликама; и многи плакати су имали траг грозничавости коју је наметала и стриктна штедња средстава и боја. Тако је Аспитов плакат *Наше груди за одбрану Петрограда*, нацртан оловком и „извучен“ за двадесет четири часа, одмах прекрио зидове главнога града и играо вјероватно улогу звоњења на узбуну, што је и била његова намјена. Плакати су већином у црно-бијелој техници разумије се, није било вријеме за естетику; само они који нијесу били тако хитни, рађени су у више боја и пажљивије „завршавани”.¹²¹

И поред те журбе, понекад би неки од плаката, и то не од мањих, изгубио трку против часовника, што је већ само по себи сводило њихов мобилизаторски ефекат на нулу. Наводимо примјер: за вријеме Деникинове офанзиве против Москве (љето 1919) литографија Фидмана „*Непријатељ хоће да се дочепи Москве*”, која је изашла на видјело тек после наглог повлачења бијелих (), којима су партизани Махна пресијекли комуникације. Тако је и Денијев плакат *Последњи час*, узет на брзину, по завршетку руско-пољског сукоба, за који је био и намијењен¹²² морао за моменат уступити мјесто кампањи против Врангела, прије времена прекинуте због слома непријатеља.

Ови примјери, између осталог, наводе да се истакне скоро непоправљиви оптимизам који налазимо у доста накнадних свједочанстава. У то вријеме, извјесна уздржаност бијаше још на

¹¹⁸ Ф. Фёдоров, Рецензия на книгу В. Полонского: Русский революционный плакат, среди коллекционеров, 1922, № 11—12, р. 37.

¹¹⁹ Цитирано од стране Ю. Я. Халаминский, Советский плакат, арт. цит., р. 6.

¹²⁰ В. Ягодник, арт. цит., р. 107.

¹²¹ Cf. на пример В. Полонский, арт. цит., р. 41.

¹²² Cf. Красная нива, 1923, VIII, стр. 30 и, уопштеније В. Полонский, арт. цит., р. 41—42.

снази и неки су се питали (истина, веома ријетко) о ефикасности ове пропаганде са много облика, па су јој признавали само један несигуран и неизвјестан биланс,¹²³ и то само за области прекривене жељезничком мрежом. Тог датума, у ствари, поменути плакати нијесу још били ушли у легенду, и устезали су се да овој пропаганди (чије се ширење није могло упоредити са ширењем лубки) признајући већи утицај и ефикасност.¹²⁴

Најзад, најубједљивије би у овом погледу могло бити признање самог противника: који не крије да је доста неспособан да се супротстави бољшевицима и на сопственом терену: „треба признати заслуге бољшевицима, чије су новине биле од првог до задњег ретка пуне енергије и маште, плакати успјели, пуни слика, упадљиви и духовити, прокламације ватрене, а паролe (. . .) добро погођене и ефикасне.¹²⁵ Добро коришћено од стране Лењина, ово свједочење противника учвршћивало је супериорност бољшевичког табора, и било је довољно да објасни зашто су бијели одмах уништавали залихе плаката које би заплијенили, јер су знали да не могу да се такмиче с њима.

Вођи бијелих и њихов Осваг¹²⁶ бијаху, разумије се такође покушали да употријебе ово психолошко оружје који је удвостручавало грађански рат. Али узалуд: иако су били осигурали случајну сарадњу реномираних умјетника (као Билибин, Лансере, или Ремизов) њихови плакати нијесу могли издржати упоређење са плакатима бољшевика.¹²⁷ Стил, инспирација, мотиви — ништа им није омогућило да постигну побједу. Не бијаху ријеткост, изгледа, заставе и тробојне врпце, генерали с еполетама, позиви на антибољшевички патриотизам, карикатуре руководиоца „Совдепие” Совјетске Русије), разврат хидри и змајева приказиваних као оличење бољшевичке анархије поражени од светог Ђорђа у униформи добровољачке војске.¹²⁸

Чак и најбољи од ових плаката остајали су по свој прилици, у апстрактном идеализму и симболизму почетака. Супротно бољшевицима, чији најбољи плакати говораху класним језиком приступачним маси, бијели умјетници су се држали апстрактних идеала правде, домовине и слободе (често представљене у лику Мадоне (), не успијевајући да нађу један пластични језик нов и „говорљив”. Из изјаве одговорних бијелих, њихови плакати су

¹²³ Види на пример у *Правди* од 31. августа 1920 (бр 191) чланак Герасимовича по том питању.

¹²⁴ В. Славенсон, арт. цит., *Книга и революция*, 1920, VI, р. 14.

¹²⁵ Новина *Росија* (29. новембра 1919), цитирано од стране В. И. Лењина, *Целокупна дела*, XXV (3е изд.), стр. 592.

¹²⁶ Осведомително-агитационный отдел добровольческой армии.

¹²⁷ „Бели” плакати нису до сада били предмет ниједне студије и да се они могу оживети само почев од ретких совјетских писања по том питању, међу којима приказ изложбе из 1926, год. до стране Е. Рјумин, арт. цит., *Советское искусство*, 1926, № 3, р. 57—61.

¹²⁸ В. Охочинский, арт. цит., р. 91.

изгледали јадно, поред величанствених плаката бољшевика¹²⁹ који издаваху *плакате* импозантних димензија, и који су своје лозинке илустровали изванредним цртежима. Осјећало се да ми још нијесмо схватили сав утицај тог моћног средства борбе на народну психологију (...). Противник је знао боље од нас с ким је имао посла, и тукао нас је на том терену на сваком кораку“.¹³⁰ Откуда овај жестоки али неправедни гњев једног Деникина, који Осваг сматра за „гомилу ниткова и пропалица, који се све више чине смијешним у очима пристојних људи“, и чак препоручује да „истјерају сав тај олош“.¹³¹

Неспособни, види се, да се такмиче са бољшевичким плакатима и да инспиришу оним еланом који њих надахњује, плакати бијелих су изгледа, коначно, промашили циљ. Израз више академски и конвенционалан на којем су се они задржавали, омогућавао је да се боље измјери сва новина бољшевичког *плаката*, који је знао да развија и ствара један нови стил, и један нови говор. Ослањао се њихов успјех како је то речено, на „моралну супериорност“ њихове ствари или не, бољшевички плакати су предњачили испред ривала, зависних од успомена и поступака из прошлости. Ослоњен на симболику боја која му је омогућавала да сликовито истиче — насупрот мрачним присталицама „реакције“ — блистави савез црвених радника, гардиста и сељака, *револуционарни плакат* је знао да пронађе нове акценте и да постане, више од сваког другог, ехо народних тежњи. Отуда прерватничка снага која га је испуњавала и која је вибрирајући као зов окупљања, рушио противнички табор сигурније можда него што је покретала сопствене трупе.

Како год било, не би се могло потцијенити ширина тако извршеног задатка. Онда када је све неподношљиво изостајало, бољшевици су знали да створе, у условима доста често критичним, један нови жанр: револуционарни плакат. Никада у прошлости нико не бијаше успио да мобилише „на умјетничком фронту“ и да организује са толико жара такве ствари. Требало је све измислити, и одбацити мало по мало алегоризам и апстрактну симболику или инсистирати од почетка у корист једне конкретне и заузимљиве „умјетности“, крцате класном борбом и „револуционарним узбуђењем“, на вјерној слици „опкољене тврђаве“ с каквом су бољшевици радо упоређивали Совјетску Русију. Док су велике умјетнице отимале или придобијале (уосталом, без великог успјеха) бијеле снаге, одговорни бољшевици знаваху да привуку читаву плејаду талената, који су први средили, у ентузијазму и импровизацији, пропагандно оружје и психолошки рат, без преседана до тада у политичком и друштвеном плакату грађанског рата.

¹²⁹ А. Дрозов, Архив Русской революции, т. 11. р. 53.

¹³⁰ Ибид. т. III, цитирано, В. Болонский, арт. цит., р. 64.

¹³¹ Цитирано од стране: Е. Рюмин, арт. цит., р. 60.

Веома често и лоше израде и неједнаке ефикасности, ови плакати, рађени на брзину, од којих су они најбољи задобијали револуционарни дах Strumund Drang, нијесу могли проћи незапжени: незадовољни да продубе (уведу) политички живот (на равнотј нози са осталим облицима пропаганде) један најмањи дио градског становништва, они су исто тако унијели у умјетност, у својству актера, нове личности: личности радника, црвеног гардисте и грађанске радничке класе, одсутне до тада у свијету умјетности, дајући тој умјетности у повоју нову друштвену садржину. Тако су ови плакати на свој начин најављивали долазак „колективне умјетности” која је морала послужити у иностранству као прототип свим умјетницима жељним да дигну и сами стег револуције. Антиподима мисаоне и декоративне умјетности предратне Русије, умјетници револуционарног плаката дали су пластичан облик новим идејама и појмовима и тиме означили почетак борбене и „стварне“ умјетности, у свијести Несталих и њихових насљедника. Тако је настао, између умјетности и револуције, између огласа и новог совјетског режима „савез” позван да се овјековјечи.

Већ са ореолом дубоког поштовања, скооо легендарног, плакат ће ускоро бити подигнут на степен привилегованог пропагандног инструмента и модела пролетерске умјетности, борбен и „стваран”, у будућности. До те мјере док ријеч *плакатно* буде престала да изражава „највећу међу похвалама”.¹³² Јер плакат бијаше одређен да надживи и да почне, са Н Е П-ом, нову каријеру. Али то више не бијаше исти плакат: у ватри грађанског рата, револуционарни плакат је у ствари дао приоритет борби против непријатеља и бијаше апсорбовао најјасније расположиве енергије; тако да бијаше занемарио „оно што је морало бити основни задатак” — проповиједати социјализам као позитивни идеал и бити му „претеча”.¹³³ Другим ријечима, вид „агитације” у служби побједе бијаше помрачио мисију социјалистичке „пропаганде”, којој је повратак мира вратио сву њену стварност.

Схваћен од сада као средство везе, у првом смислу ријечи, између Партије и „радничких маса”, плакат ће постати средство за васпитање земље у духу социјализма и да илуструје, под туторством увијек ужим од моћи, пропаганду и званичне декрете. И, „далеко од тога да треба изазвати у маси умјетничко посматрање или било какво умјетничко узбуђење” (. . .), плакат ће морати „да прихвати погледе и облике партијске пропаганде”.¹³⁴ Стављен тако под команду и потчињен пажљивој цензури, плакат, а за њим и читава совјетска умјетност, неће оклијевати да

¹³² А. Девисћев, О советском политическом плакате (Обзор за 20 лет), Искусство, 1939, № 6, р. 108.

¹³³ В. Славенсон, арт. гит., Книга и революция, 1921, № 12, р. 22.

¹³⁴ П. Рябинкин, Против чуждых теорий о плакате. За пролетарское искусство, 1932, № 5, р. 3.

под видом „реализма” превагне једна обавезна и поучна умјетност, у свијести господара револуционарног огласа који не бијаху престали да одбијају сваки облик „умјетности ради умјетности” тј. схваћено као крај у себи.

Таква концепција омогућиће да се одбаце „фатуристичка искуства” (И. е. окренута према будућности) умјетника из Петрограда и да се осуди, кроз радове једног Лебедева или једног Козловскога, сваки облик апстракције или кубизма као необавезна и неполитичка умјетност. Сан културног Октобра, слављеног од свих оних који су жељели да заузму на јуриш Volchoi као што је заузет Зимски дворца, неће се остварити; и далеко од тога „да се дигну у ваздух и да се збришу са земљине карте умјетнички облици прошлости”,¹³⁵ револуција неће повући, ниједну револуцију у умјетност.

У једном чланку посвећеном *умјетности и револуцији* један критичар је у априлу 1917. године писао да социјална револуција неће оклијевати да изазове смрт умјетности у Русији.¹³⁶ Иако је најприје изгледало да ће се то демантовати, будућност совјетског плаката је убрзо потврдила ово прорачунство. У рукама функционера за културу, неосјетљивих за суверену слободу умјетника, плакат је у ствари открио да се совјетска умјетност увлачи у ћорсокак: заробљеници концепције борбене умјетности, у служби класне борбе и спољњег политичког идеала њему-самом, господари револуционарног плаката су коначно припремили долазак једне званичне и политизиране умјетности која ће бити наставак „обавезне” умјетности из године грађанског рата. Дени их је, међутим први упозорио: Плакат није, говорио је, Галерија Третјакова.¹³⁷ Развој догађаја ће стално давати томе сјајну потврду.

(Превела Јелена Малишић)

Fr. X. Coquin

L’AFFICHE RÉVOLUTIONNAIRE SOVIÉTIQUE (1918—1921):
MISSION, DIFFUSION, IMPACT.

Resumé

Bénéficiaire depuis quelque temps d’une vogue et d’une attention renouvelées, le *plakat* révolutionnaire soviétique a fait l’objet ces dernières années de diverses publications qui ont popularisé les plus réussies d’entre ces affiches. De caractère avant tout artistique, ces publications ont toutefois en commun de passer sous silence une question essentielle aux yeux de l’historien: est-il possible d’évaluer l’«impact» de ces affiches présentées non seulement comme une des pages «les plus lumineuses» de l’art soviétique, mais aussi comme une arme irremplaçable, à l’égal de la balle et de la mitrailleuse, dans la lutte révo-

¹³⁵ Цитирано, Б. Шишло, арт. цит., р. 12.

¹³⁶ Цитирано, А. А. Сидоров, Революция и искусство, М., 1918, р. 4—5.

¹³⁷ Цитирано, И. А. Свиридова, арт. цит., р. 76.

lutionnaire? Mesurer l'impact de ces affiches, acheminées par priorité avec les troupes et les munitions, tel est l'un des objectifs de cette étude, qui repose notamment sur les témoignages de l'époque et ceux des années 1920.

Après avoir retracé la «préhistoire» de ces affiches révolutionnaires qui répudient progressivement l'héritage décoratif et symbolique du passé au profit d'un art prolétarien et révolutionnaire nouveau, tout à la fois militant et mobilisateur, l'auteur évoque les divers organes d'édition (*V. C. I. K.*, *P. U. R.*, *Okno Rosta*...) et la démultiplication des initiatives: ainsi naît un art de propagande, militant et engagé dont l'histoire ne fait qu'un avec celle de la révolution et de la guerre civile elle-même.

Entourées dès leur naissance d'une véritable «légende dorée» et données pour le prototype d'un art authentiquement populaire et prolétarien, ces affiches paraissent toutefois n'avoir connu (du fait notamment de la pénurie de papier et de moyens techniques) qu'une diffusion et un impact moindres qu'on ne l'a dit. Destinés essentiellement aux détachements de l'Armée Rouge, aux maisons de la Culture et aux *agitpunkty*, ces *plakaty* n'ont, malgré tant d'affirmations contraires, guère morou sur les campagnes, fidèles à l'imagerie du passé et à leurs *lubki* traditionnels. Art de propagande avant tout militaire et urbain, ces affiches révolutionnaires n'en connurent pas moins un écho bien supérieur à celles des forces «blanches», oeuvres pourtant d'artistes de renom (Lanceray, Bilibin, Remi...). Prisonnières d'une inspiration dépassée, ces dernières affiches — qui n'ont fait jusqu'ici l'objet d'aucune étude historique — font mieux ressortir par contraste la force subversive qui habitait les meilleures créations d'un Deni ou d'un Moor, qui ne craignait pas de s'intituler «maître ès arts à tir rapide»...

L'influence de ces affiches était destinée à survivre à la guerre civile; données en exemple à des générations d'artistes comme modèle d'art «réaliste» et «engagé», ces *plakaty* révolutionnaires entament dès lors une nouvelle carrière, et contribuent à enfermer l'art soviétique dans une conception étriquée et bureaucratique d'un art «militant», conforme, peut-être, aux anticipations populistes, mais contraire à la souveraine liberté de l'artiste. Ainsi va prendre naissance un art «socialiste», politique et «réaliste» qui permettra de condamner comme «désengagé» et «décaïent» toute forme d'art pour l'art.

Conclusion paradoxale: après avoir fait tout d'abord figure d'art révolutionnaire, ces affiches permettront d'étouffer toute expérimentation artistique, et de bannir — au nom d'un réalisme fictif, posséiste et anachronique — toute véritable révolution dans l'art.