

ОБ ИЗО-ЖУРНАЛЕ

Искусство Советского Союза, обладая журналами по литературе (их несколько и притом солидных), по музыке (два специальных и отделы в еженедельниках), по кино (Арк, Кинофронт и др.), по театру (множество еженедельников), по архитектуре (один толстый журнал), не имеет однако ни одного журнала по так называемым изобразительным или пространственным искусствам, включая сюда и художественную промышленность.

Объяснение такого положения вещей довольно просто.

Литература—наиболее ходкий и наиболее массовый продукт искусства. Производство литературы и потребление ее—массовы. Интересы искусства в литературе легче всего доступны публике; профлитературные организации—самые широкие.

В музыке почти отсутствуют деления по взгляду более или менее крупного значения. Организации музыкантов поэтому сплоченнее. Да помимо того музыкальная наука еще крайне не совершенна, а это позволяет музыкантам-практикам создавать теоретические ценности без поддержки науки.

Относительно театра говорить нечего. Публика театров вообще, премьер, рекламируемых постановок или направлений—великолепный рынок, а тысячи так называемых «критиков»—контингент для театро-журнального производства. Еще понятнее успех кино-литературы. Здесь заинтересована промышленность (кино-синдикаты, кино-театры, фабрики) наравне с художниками. Наука слаба и, следовательно, открывает простор для изыскания практикам и организаторам производства.

На строительную промышленность опирается и журнал по архитектуре, который не случайно возник в год усиленного строительства, конкурсов и плановых предложений.

В совершенно ином положении находится изобразительное искусство. Практики, т. е. художники, распылены по отдельным группам, а про-

дукция, в отличие от других искусств, не массовая, а единичная.

Ни широкого общественного внимания (речь идет о сегодняшних интересах), ни промышленного—продукция пространственных искусств не вызывает. В то же время наука о пространственных искусствах достигла такого крупного размаха, о котором, за исключением разве теории литературы, не может думать ни одна другая художественно-теоретическая дисциплина. В результате—перевес в сторону академизма, правда, хорошего качества, но не представляющего достаточно популярной базы для издания специального журнала. Между тем, искусствознание, интенсивно реформирующееся в настоящее время под воздействием марксистской мысли, настоятельно нуждается сейчас в организации научно-литературного изо-органа.

Такие проблемы, как социология искусства, искусство и производство, утилитаризм в искусстве, пролетарское художественное движение, обмен исследовательскими достижениями, союз науки с практикой, опубликование научных трудов и ре-производство произведений искусства, не могут быть поставлены и тем более разрешены без серьезного специального журнала.

Много твердят насчет важности искусства, но мало делают, чтобы искусство развивалось не стихийно, а сознательно, т. е. научно. Можно прямо сказать, что искусствознание у нас в загоне, и первое попавшееся сравнение с Западной Европой способно показать, до чего низок еще у нас общественный уровень художественной теории.

Единственное возражение, которое может вызвать идея создания изо-журнала, заключается в указании на имеющиеся уже органы Главнауки. Но, во-первых, они обединяют или все искусства, или даже все науки и все искусства. Художественная же теория выросла из рамок эстетических абстракций и мало говорящих общих рассуждений. Надо приступить к более конкретным и, следовательно, более профессионализированным работам.

Б. АРВАТОВ

Выставка акварелей М. Волошина

В связи с приездом М. А. Волошина в Москву, Академия Художественных Наук устроила выставку его акварелей. То, что остается не выраженным М. Волошином в стихах, приобретает зрительные очертания в его пейзажах. А недосказанное краской и линией договаривается созвучием слов.

Акварели Волошина не отделимы от его поэзии. Но и сами пейзажи не дробимы на обособленные темы. Не имея отдельных названий, они обединены общим именем. Не нося каждый своего индивидуального облика, они облашают общим лицом. Каждый пейзаж представляет собою лишь одно из выражений образа, проявленного в творчестве в целом.

Пейзаж М. Волошина—не реальная интерпретация природы, не портрет местности, не лицо излюбленного Коктебеля, с берегов которого смотрит автор в даль времени, в глубину тысячелетних давностей им не забытой Кимерии. Пейзаж Волошина—это древний лик земли, седой, морщинами израненной, отягощенной памятью былого. Художника не столько влечет к себе внешняя и времененная поросль земли, преходящие личины освещения, улыбки дня и сумрак ночи,—он раскрывает землю, тысячелетнюю, могучую, мудрую, лишнюю всего того, что временно на ней бытует. Не пролетает птица, не проходит человек... Лишь водны

моря да облака небес в бессменном прибоем отбивают вековой ритм.

Как древний египтянин или византиец писали не портрет, не лицо человеческое, а образ—лик, так и Волошин в своих акварелях создал строгий, монументальный, архангельский лик земли... Это—не лирика, а эпос, не сюжет, а длинная поэма, написанная медлительным размером.

Из световых эффектов, которыми пользуется художник, надо отметить его победу над такой «скользкой» темой, как изображение луны, темой, которая погубила «карьеру» многих живописцев. Волошин вышел из затруднения, воспользовавшись простым и убедительным техническим приемом: он почти не окрашивает луну, оставляя на месте диска белый блеск бумаги, весь же световой эффект сосредоточивает на самом пейзаже. Луна перестает быть назойливой и банальной.

Пользуясь в своих работах акварелью, Волошин прекрасно владеет этой трудной и капризной техникой, понимая и выявляя именно специфические свойства водяных красок. Почти забытая в наши дни, эта техника имеет блестящее наследие только в предыдущем столетии. И Волошин технически является прямым преемником традиций акварельного мастерства. А среди современности он стоит в ряду лучших знатоков акварели.

НИКОЛАЙ ТАРАБУИН

Отличная статья

РОССИЙСКИЙ ИСКУССТВА



№

Госкинпром Грузии **БЭЛА** по повести Лермонтова
„Герой нашего времени“

Режиссер В. Г. Барский
Оператор А. Полиакевич

Бэла—ТИНА МАЧАВАРИАНИ —
Печорин—арт. Моск. театра Прозоровский

13

№ 13

1144

ПРОЛЕТАРИИ ВСЕХ СТРАН, СОЕДИНЯЙТЕСЬ!

ЖИЗНЬ ИСКУССТВА

Издание Ленинградского Губполитпросвета

29 МАРТА

Выходит по вторникам.

ЛЕНИНГРАД
РЕДАКЦИЯ и ГЛАВН. КОНТ., ул. Лассалля, 2.
Тел. 5-70-64. Редакция от 3—6, конт. 11—6 ч.

МОСКОВА
Страстной бульвар, д. № 4. Телеф. 2-61-45

ПОДПИСНАЯ ЦЕНА:
на год—12 р., на 6 мео.—6 р. на 1 мео.—1 р.

1927 г. 10-й ГОД ИЗДАНИЯ

Верное средство против паразитов

Об одной из новой форм мобилизации советской общественности говорит сообщение Отдела печати ЦК партии, опубликованное 11 марта (см. московскую «Правду» № 58). Этой живой формой является организация общественных производственных смотров.

В связи с борьбой против бюрократизма, за снижение стоимости производства, за режим экономии и улучшение качества продукции, в связи с проведением различных кампаний перед партией не раз вставал вопрос о мобилизации трудящихся масс и о все большем вовлечении их в строительство социализма. В мирно-организационную эпоху, требующую от партии и рабоче-крестьянских масс участия в повседневной «серенькой» работе (улучшение хозяйственного аппарата, оздоровление производственного быта, охрана труда и пр.), кампании, связанные с нашим хозяйственным строительством, естественно, выдвигаются на первый план. В поисках выявления нового типа общественной самодеятельности газета «Тверская Правда» произвела чрезвычайно удачный, принципиально и практически крайне важный опыт мобилизации масс в форме организации общественных просмотров местных фабрик и заводов.

Вкратце проведенная «Тверской Правдой» кампания, которая должна послужить показательным образцом участия советской печати в строительстве социалистического хозяйства, сводилась к следующим моментам. По соглашению с местными парторганами, намеченное производственное предприятие об'являлось газетою взятым «под стеклянный колпак». Перед обследованием предприятия, специальной статьей в особом, временно расширенном отделе газеты, посвященном проведению всей кампании, разъяснялись значение и задачи общественного смотра. План смотра согласовывался с рабкоровским совещанием предприятия и переносился на общее собрание работников данного производства. Подготовительную кампанию к смотру проводила на предприятии редколлегия местной стенгазеты, руководимая и инструктируемая передвижной редакцией (зам. редактора, 2 сотрудника, художник и машинистка), выделенной редакционным аппаратом обследующего издания. Особыми листовками-воззваниями, распространяемыми в огромном количестве, а также размещенными всюду большими плакатами,

разъяснявшими значение и смысл смотра, все работники предприятия приглашались принять энергичное участие в проведении намеченной кампании. Таким образом делалось все, чтобы привлечь усиленное внимание к производству со стороны его работников.

Самый смотр открывался статьей руководителей предприятия о достижениях и перспективах производства. Рабкорам и работникам предприятия предлагалось высказаться по существу положений, высказанных администрацией. Сотрудники передвижной редакции на месте получали заметки и предложения, проверяли их, обрабатывали и пересыпали ежедневно в главную редакцию. В газете отдел, посвященный смотру, наполнялся материалом, полученным с мест и раскрывавшим все детали хозяйственной, профессиональной и бытовой жизни предприятия. Печатались статьи, заметки, зарисовки, карикатуры, портреты работников и работниц. Администрации предприятия предлагалось отвечать на все предложения, проектировавшие улучшение производства и его быта.

По окончании смотровой кампании для подведения ее итогов устраивалось на местах широкое производственное совещание, на котором редакция газеты делала доклад о результатах произведенной обследовательской работы, а администрация предприятия заявляла, какие улучшения в производстве и его обстановке она находит полезными, нужными и подлежащими проведению в жизнь. Опыт при этом показал, что производственные обследования проходили в атмосфере повышенного внимания со стороны работников предприятия и результаты его закреплялись тем, что по истечении некоторого промежутка времени (месяц—полтора) редакция газеты проверяла, все ли принятые предложения и улучшения действительно проведены в жизнь. Польза проведения таких общественных производственных осмотров подчеркивается тем, что в итоге они имели следствием чистку всех тех элементов, которые или вносили дезорганизацию в предприятие или обнаруживали бесхозяйственность. Так, в одном случае были сняты председатели фабкома и завкома, в другом был устранен от работы директор завода.

Само собой разумеется, что такая кампания общественного смотра должна быть проводима под наблюдением губкома, губернской контрольной комиссии и РКИ. Проведение такой кампании по-