

**СОВЕТСКОЕ АГИТАЦИОННО-МАССОВОЕ
ИСКУССТВО 1920-х ГОДОВ: ПЛАКАТ И ФАРФОР**

Васильева М.Е., Мичкова Д.А., ОмГТУ ИДиТ

В статье изучено развитие русского авангарда в искусстве.

Выделены характерные особенности агитационного искусства в области плаката и фарфора. Выявлены общие и отличительные черты данных направлений.

Главными темами для сюжетов агитационного фарфора являлись: символика советского государства – звезда, серп и молот, красное знамя, изображения В. И. Ленина, а также фигуры революционных рабочих, солдат и матросов. В декоре использовались лаконичные формы, часто встречался красный цвет на белом фоне, изображение стилизовалось. В плакате так же можно заметить эти характерные черты, но белый фон используется реже, а сюжеты более разнообразны. Советские плакаты чаще всего выполнялись художниками, которые были мастерами своего дела, поэтому имели немалую культурную ценность. Монументальность – еще одна важная особенность. Она прослеживается в плакатах независимо от их размеров. Агитационный плакат и фарфор являются художественным документом своего времени. Несмотря на различия в техническом подходе и стереотипах, существующих в обществе о предназначении плаката и фарфора, в годы активной советской политической пропаганды они использовались для одной цели – утверждения власти победившего класса.

Ключевые слова: авангард, агитационное искусство, плакат, фарфор

**SOVIET AGITATION-MASS ART OF THE 1920s:
POSTER AND CHINA**

Vasilieva ME, Mikhkova DA, OmGTU IDiT

The article studies the development of the Russian avant-garde art.

Characteristic of the art propaganda in the field of poster and porcelain are singled out. Identified common and distinctive features of these directions. The main themes for the agitation porcelain were: the symbols of the Soviet state - a star, a sickle and a hammer, a red banner, images of Lenin, as well as figures of revolutionary workers, soldiers and sailors. The decor used laconic forms, often there was a red color on a white background, the image was stylized. In the poster, you can also see these characteristics, but the white background is used less often, and the plots are more diverse.

Soviet posters were most often performed by artists who were masters of their craft, so they had considerable cultural value. Monumentality is another important feature. It can be traced in posters regardless of their size. The agitation poster and porcelain are an artistic document of their time. Despite the differences in technical approach and stereotypes, in correct Soviet political propaganda they were used for the one purpose - declaration of the power of the victorious class.

Keywords: avant-garde, agitation art, poster, porcelain

Русский авангард сложился в 1910-е годы на основе творческих интерпретаций нового западного искусства. Многочисленные эксперименты, использовавшие опыт фигуративного и абстрактного художественного языка, легли в основу теории и практики кубофутуризма, супрематизма, лучизма и других новаторских течений отечественного искусства. Молодые авангардисты живо откликнулись на события, потрясшие Россию в 1917 году. Атмосфера политического переворота, смена идеологии и всего уклада жизни, ожидание непонятого, но несомненно «справедливого и светлого» будущего для народа были причинами

пробуждения небывалого творческого подъема. Этот подъем с большой силой проявился в агитационно-массовом искусстве 1920-х годов, знаковым явлением которого бесспорно был плакат, однако революционный энтузиазм обусловил новый подход даже к такому традиционному производству, как изготовление фарфоровых изделий. Изобразительные и шрифтовые композиции, направленные на пропаганду советской идеологии, были широко внедрены в роспись посуды и породили уникальное явление – агитационный фарфор.

Первым предприятием, реализовавшим новую тематику в масштабах промышленного производства, стал Государственный (бывший Императорский) фарфоровый завод. Именно там были созданы наборы посуды с популярными то время лозунгами: «Борьба родит героев», «Кто не работает, тот не ест» и другими (рис.1). Широко использовалась в декоре изделий символика советского государства – звезда, серп и молот, красное знамя, изображения В. И. Ленина, а также фигуры революционных рабочих, солдат и матросов. Показательным произведением является «Работница, вышивающая знамя» Н. Данько (рис. 2) – небольшая скульптура, выполненная в традициях дореволюционной мелкой пластики, но по смыслу принадлежащая новому времени.



Рисунок 1. М.М. Адамович. Тарелка «Кто не работает, тот не ест». 1921



Рисунок 2. Н. Данько. Работница, вышивающая знамя.

1920

Агитационный фарфор получил признание даже на международной арене. Уже в 1918 году он стал известен за границей и к 1920-м стал одной из статей доходов государства. [1] Высокое качество фарфоровой массы и глазури, оригинальность подхода к оформлению изделий, отражение событий современной истории в предметах быта сделали продукцию Государственного фарфорового завода предметом интереса коллекционеров, охотно приобретающих изделия (на производство даже стали поступать частные заказы).

Ведущим художником данной области стал С. В. Чехонин (1878-1936) – известный график, член объединения «Мир искусства».[2] Художник принял революцию и успешно работал для нее, являясь художественным руководителем фарфорового завода в 1918-1923 и 1925-1928 годах. Он заложил основные стилистические принципы агитационного фарфора.

Фарфоровые изделия, ставшие средством пропаганды государственных идей среди широких масс, были просты по форме и, как правило, имели лаконичный и выразительный декор. При этом активно использовался красный цвет на белом фоне, который не только служил символом революции, но и давал замечательный художественный эффект (рис. 3). Трактовка изобразительных мотивов обычно предполагала значительную стилизацию, объединившую традиционные приемы народной росписи и новации «левых» течений искусства. Колористическое решение строилось на применении двух-трех ярких цветов – при резких динамичных силуэтах этот прием позволяло четко выделить формообразующие плоскости. Несмотря на небольшой размер изделий, декоративной росписи нередко были присущи признаки монументальности (рис. 3, 9) [1].



Рисунок 3. С.В. Чехонин. Тарелка «Красная лента». 1919

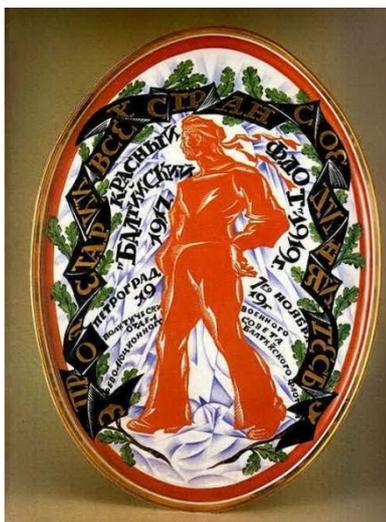


Рисунок 4. С.В. Чехонин. Блюдо «Красный Балтийский флот». 1920

Такой подход имел много общего с агитационным плакатом, наглядно разъяснявшим политические события и идеологические позиции государства. Многие агитационные плакаты были обращены к главным человеческим ценностям, которые обещал народу новый строй: свобода, мир, социальное равенство. Значительную часть сюжетов составляла критика «старого режима», политических противников, негативных бытовых явлений. Характерной чертой плаката было соединение изображения с текстом, нередко простым и грубоватым, но доходчивым и запоминающимся.

Советские плакаты чаще всего выполнялись художниками, которые были мастерами своего дела, поэтому имели немалую культурную ценность. Среди первых революционных плакатов выделялись работы Д.С. Моора, В. Маяковского, М.М. Черемныха, В.Н. Дени [2] – они пользовались большой популярностью у массового зрителя (рис. 5). Они покорили своей цельностью, оригинальностью и простотой раскрытия содержания.



Рисунок 5. В.Н. Дени. «Контрреволюционер вредитель»
1931 г.

Так же, как и в агитационном фарфоре, в плакате можно проследить активное использование красного цвета (рис. 6), привлекающего внимание зрителя к основным акцентам сюжета и усиливающего их выразительность. Композиция плаката строится на обобщении, стилизации и силуэтности – это законы художественного языка плаката, обеспечивающие его цельность и максимальную доходчивость: изображение стремится к знаку, что позволяет легко считывать информационно-эмоциональный посыл плаката. Монументальность – еще одна важная особенность. Она прослеживается в плакатах независимо от их размеров (рис. 6, 7). [2]



Рисунок 6. Э. Лисицкий. Плакат «Клином красным бей белых!». 1920



Рисунок 7. Д.С. Моор. «Ты записался добровольцем?». 1920

Однако между агитационным фарфором и плакатом существовала и значительная разница, обусловленная свойствами материала и технологиями создания изображения. Графическое

произведение – плакат – обладает большей свободой выбора сюжета и построения композиции. Выполнение росписи по фарфору диктует свои правила, поэтому сюжеты и цветовые решения зачастую более лаконичны. Круглая форма тарелки обуславливает создание центрической композиции: основной фрагмент чаще всего размещается в центре тарелки, декоративные дополнения располагаются по краю (рис. 8). При этом белый цвет фарфора является естественным фоном, в то время как в плакатах белый фон используется редко (рис. 8, 9).



Рисунок 8. Р. Вильде. Тарелка «Не то важно, что есть, а то с кем есть». 1920-е



Рисунок 9. С.В. Чехонин. Тарелка «Кубистическая с молотом». 1919

Агитационный плакат и фарфор являются художественным документом своего времени. Несмотря на различия в техническом подходе и стереотипах, существующих в обществе о предназначении плаката и фарфора, в годы активной советской политической пропаганды они использовались для одной цели – утверждения власти победившего класса. Плакат сопровождал человека на улице и в общественных помещениях, фарфор должен был обеспечивать идеологическое воздействие в домашней обстановке. Таким образом, окружающая среда неустанно внушала людям то, что должно было войти в их сознание

в качестве основных нравственных принципов и сформировать мировоззрение человека новой формации, «рядового советского труженика».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Электронный журнал Синергия Наук. Советский агитационный фарфор как новое слово в искусстве. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://synergy-journal.ru/archive/article1007> (дата обращения: 22.11.17).

2. Википедия свободная энциклопедия. Чехонин, Сергей Васильевич. [Электронный ресурс]. Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Чехонин,_Сергей_Васильевич (дата обращения: 22.12.17).

3. ПЛАКАТЫ СССР. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://sovietposters.ru/history.htm> (дата обращения: 22.11.17).

4. Википедия свободная энциклопедия. Советские плакаты. [Электронный ресурс]. Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82%D1%8B (дата обращения: 22.11.17).

5. Понятия и категории. Вспомогательный проект портала ХРОНОС. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://ponjatija.ru/node/12244> (дата обращения: 22.12.17).