

ЭЛЕМЕНТЫ АРТ-ДИЗАЙНА В ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ГОРОДА В РОССИИ 1920-х – НАЧАЛА 1930-х ГОДОВ

УДК 74:7.036(470)"192/193"

ББК 30.18:85.103(2)

Н.Г. Панова

Московский архитектурный институт (государственная академия), Москва, Россия

Аннотация

Статья посвящена анализу особенностей формирования предметно-пространственной среды города в России 1920-1930-х годах на основе декларируемых художниками и архитекторами того времени таких принципов как функциональность, удобство, красота. Рассматривается агитационное искусство сквозь призму проблем формообразования, выделяется стилистический, художественно-конструктивный и функциональный аспекты. Акцент сделан на изучении проектно-художественной деятельности, рассматривается такое понятие как арт-дизайн, его элементы и роль в агитационном искусстве. Предпринята попытка нового осмысления достаточно известного материала, характеризующего деятельность ряда художественных объединений и организаций того времени, в которых проходило становление дизайна как части культуры.

Статья подготовлена в рамках научно-исследовательского проекта, выполняемого по гранту РГНФ (проект № 14-04-00202 «Архитектурная колористика как средство повышения качества городской среды»).

Ключевые слова: городская среда, проектирование, дизайн, арт-дизайн, агитационное искусство, синтез проектного и художественного

ELEMENTS OF THE ART-DESIGN IN SHAPING THE SPATIAL ENVIRONMENT OF THE CITY IN RUSSIA OF THE 1920s – EARLY 1930s

N. Panova

Moscow Institute of Architecture (State Academy), Moscow, Russia

Abstract

The article is devoted to analysis of peculiarities of forming the subject-spatial environment of the city in Russia of the 1920s-1930s propaganda art. Seen through the prism of the problems of morphogenesis. Stands stylistic, artistic, constructive and functional aspects. Emphasis is placed on the study of design and artistic activities. Discusses the concept of the art design, its elements and role in the promotional art. Attempted a new interpretation of well-known material characterizing the activity of a number of art associations and organizations of that time, in which the formation of the design as part of the culture.

This article was prepared within the framework of a research project carried out under the grant RGNF: Project № 14-04-00202 «Architectural colourism as method of improving of the urban environment quality».

Keywords: urban environment, urban design, art-design, propaganda art, the synthesis of design and art

В настоящее время словосочетания «городской дизайн», «дизайн архитектурной среды» прочно вошли в профессиональный лексикон, однако, как самостоятельная область проектной деятельности дизайн архитектурной среды сформировался достаточно недавно. Дизайн архитектурной среды – вид деятельности, который находится на стыке нескольких направлений – архитектуры, дизайна и градостроительства, однако это не механическое их сложение, а некий синтез.

Как новое явление культуры дизайн в нашей стране начал зарождаться в начале 20-го века и изначально обозначался словосочетанием «художественное конструирование». Наиболее распространенное толкование термина «дизайн» связано с «проектом». В 1960-е годы теоретики архитектуры ввели это толкование почти во все определения термина «дизайн», который также отождествлялся с «проектной культурой». Однако термин «проект» не отражает сущности дизайна, это бесспорно неотъемлемая, но недостаточная для понимания дизайна составляющая. Как правило, с проектом или проектной деятельностью связаны этапы создания какого-либо материального или духовного объекта, т.е. процесс создания чего-либо. Понятие «дизайн» включает еще и такие качества как оригинальность, художественность, удобство, гармонию и т.д. Основная функция дизайна состоит в единстве пользы и красоты применительно к предметно-пространственной среде.

Дизайн вышел из соединения художественного творчества и промышленного производства и как явление стал неотъемлемой частью современной жизни. В настоящее время это понятие стало обыденным, оно широко используется в быту, производстве товаров, оформлении и благоустройстве архитектурной среды, в средствах массовой информации, рекламе, графической продукции. Дизайн обычно воспринимается как синтез (соединение) технического и утилитарного, технического и художественного. Один из наиболее известных видов дизайна – industrial design (промышленное проектирование, промышленный дизайн), когда искусство прилагается к техническому объекту, который выполняет основную свою функцию (поезда – транспортную, станки – промышленную и др.). В конце 20-го века произошла дифференциация и выкристаллизовались разные виды дизайнерского творчества. Промышленный дизайн как вид человеческой деятельности активно использует свои собственные технические возможности расширения сферы влияния и активно влияет на смежные виды проектно-художественной деятельности, в результате чего в настоящее время активно используются такие термины как «дизайн архитектурной среды», «дизайн интерьера», «ландшафтный дизайн», «графический дизайн», «компьютерный дизайн», «арт-дизайн» и т.п. В настоящей публикации остановимся на элементах арт-дизайна, с помощью которых происходило формирование предметно-пространственной среды города в 1920-1930-е годы. Арт-дизайн объединяет технику и искусство, но на первое место, в отличие от industrial design, ставится искусство.

Выделенный временной промежуток интересен еще и с точки зрения создания городской среды за счет новых формообразующих элементов. Выявление единых признаков художественного стиля предметно-пространственной среды 1920-1930-х годов не столь однозначно, как может показаться на первый взгляд. Единый стиль формировался в достаточно сложных политических условиях. В 1920-1930-е годы в советском государстве также происходит активный процесс переосмысления действительности, появляются новые имена в искусстве и архитектуре, новые художественные направления и течения, повлиявшие на дальнейшее развитие искусства и архитектуры как в нашей стране, так и за рубежом.

В двадцатые годы 20-го века среда формировалась преимущественно объектами дизайна в виде малых архитектурных форм, участвующих в оформлении праздников, различного рода массовых действиях, агитационно-массовых мероприятиях. Проектировались различного типа установки, в том числе трибуны и киоски, которые соединяли в себе различные функции и являлись, в первую очередь, высокохудожественными объектами. Формообразующие открытия того времени в

области проектирования предметно-пространственной среды опережали открытия в архитектуре, т.к. являлись более мобильными и выполняли в основном агитационную функцию, которая была актуальна. В 1920-е годы объекты городского дизайна в условиях активного процесса урбанизации стали одним из самых распространенных средств организации архитектурных комплексов и крупных территориальных образований. В дальнейшем дизайн затронет уже целый комплекс предметного наполнения городской среды.

Для отечественного дизайна этого периода характерно расхождение между проектным дизайном и техническими возможностями того времени, в котором создавались объекты дизайна. К 1920-м годам 20-го века отечественный дизайн сформировал свою упорядоченную по структуре художественно-композиционную систему, в становление которой внесли свой вклад авангардные направления супрематизм и конструктивизм. В эти годы дизайн проходил через этап, «когда задачи формирования нового тесно переплетались с задачами разрушения традиционных образных стереотипов, как в профессиональном творчестве, так и во вкусах широкой публики. Без такой «разрушительной» работы, призванной расчистить поле деятельности новаторским течениям, практически было невозможно создавать новое искусство. Особую остроту этот «разрушительный» этап приобрел в нашей стране, где рождение нового стиля протекало в специфических по сравнению с другими европейскими странами условиях. Он не выросал преемственно из радикальных формально-конструктивных поисков модерна, а... был эстетически отрезан от него этапом неоклассики» [9, с.10]. Следует отметить, что процесс становления и формирования дизайна был в большей степени связан не с промышленностью, а с искусством, поэтому выделим организации, в которых проходило становление дизайна как части культуры. Среди них: Живскульптарх¹, ОБМОХУ², ИНХУК³, УНОВИС⁴, ранний ВХУТЕМАС⁵, ГВЫТМ⁶.

Особенно важным этапом в становлении отечественного дизайна стало создание ВХУТЕМАСа, с деятельностью которого были связаны теория и практика производственного искусства. К первым дизайнерам этого периода следует отнести В. Татлина, А. Родченко, А. Веснина, Л. Попову, А. Лавинского, Л. Лисицкого, А. Экстер,

¹ Живскульптарх (первоначально – Синскульптарх) – комиссия живописно-скульптурно-архитектурного синтеза, работавшая в 1919-1920 годах при отделе изобразительных искусств Народного комиссариата просвещения РСФСР. Живскульптарх стал первым новаторским творческим объединением архитекторов, которое начало вести активный поиск авангардистского стилистического языка советской архитектуры [7, с.130].

² ОБМОХУ (Общество молодых художников) – объединение молодых российских художников, существовавшее с 1919 по 1923 гг. и явившееся ранней ступенью конструктивизма. Основные участники: Карл Иогансон, Казимир Медунецкий, Владимир и Георгий Стенберги, Александр Замошкин, Николай Денисовский. Наряду со станковыми работами художники занимались проектно-оформительскими работами агитационной направленности (изготовление плакатов, значков, участвовали в оформлении улиц и площадей, театральных постановок).

³ ИНХУК (Институт художественной культуры) (1920-1924). Деятельность института способствовала развитию советской архитектуры, велась работа по теоретической разработке проблем конструктивизма и производственного искусства, экспериментальная работа в области художественного конструирования. В Инхук сложилась художественная концепция Н.А. Ладовского и А.А. Веснина, возглавивших в дальнейшем два наиболее значительных направления в советской архитектуре 20-х гг.

⁴ УНОВИС (Утвердители нового искусства) (1920-1922) – авангардное художественное объединение, организованное Казимиром Малевичем в Витебске. В основу идеологии объединения была положена идея коллективного творчества.

⁵ ВХУТЕМАС (Высшие художественно-технические мастерские) (1920-1926). Созданы в 1920 году в г. Москве путём объединения первых и вторых Государственных свободных художественных мастерских (образованных ранее на основе Строгановского художественно-промышленного училища и Московского училища живописи, ваяния и зодчества). Был преобразован во ВХУТЕИН. Большое значение внес в развитие методов дизайна и производственного искусства.

⁶ ГВЫТМ (Государственные высшие театральные мастерские). Существовали в Москве в 1922 году, готовили актеров и режиссеров.

В. и Г. Стенбергов, Г. Клуциса, А. Гана, К. Медунецкого, К. Малевича и др. Они стремились сделать конструкцию и структуру основой формообразования, что в итоге и объединило в общем движении художников некогда различных направлений.

Одна из наиболее сильных сторон отечественного дизайна – эстетика, «что объясняется двумя принципиальными моментами: особенностями появления дизайна в России и спецификой развития государства в начале 20-го века. В отличие от зарубежного дизайна, который возник из потребности промышленности каким-либо образом стимулировать сбыт товаров, русский дизайн вышел из беспредметного искусства в основном через творчество производственников и конструктивистов. Художники и теоретики этих направлений дали толчок к его возникновению. Идя по стопам Сезанна и кубистов, они осознали необходимость определения базовых составляющих произведения искусства, с помощью которых можно передавать зрителю любую чувственно-эмоциональную информацию. Они искали универсальные элементы художественной формы, выступая против традиционного реалистического изображения объектов действительности. Таким образом, художники пришли к противопоставлению конструкции как воплощения истинной сущности предметов и композиции как привнесенной извне формы, искусственно надетой на уже существующее» [9, с.38].

В нашей стране дизайн, развиваясь относительно автономно от мирового, тем не менее имел собственные, специфические достижения, не уступающие западным образцам, а в чем-то и превосходящие их. В начале 20-го века формирование дизайна в Западной Европе отличалось стремлением промышленности повысить спрос на свои изделия на мировых рынках, поэтому и работа дизайнеров была связана с разработкой конкретных продуктов промышленного производства. В России до революции и в первые послереволюционные годы промышленность находилась в упадке, и задачи дизайна были не востребованы. Возникшее вслед за этим производственное искусство носило ярко выраженный социально-художественный характер, что отразилось на первом этапе развития советского дизайна. «Производственники (художники и теоретики) как бы от имени и по поручению нового общества формулировали социальный заказ промышленности. Причем этот социальный заказ носил во многом агитационно-идеологический характер, вернее, он начинал формироваться в агитационно-идеологической сфере, постепенно захватывая и другие области предметно-художественного творчества» [9, с.12].

Художники, наряду с решением художественно-оформительских задач, уделяли внимание задачам художественно-конструкторским, используя для этого все возможности формообразования. Это нашло отражение в создании трибун, в агитационных установках, киосках, оформлении театральных зрелищ, средств транспорта, праздничных мероприятий и др.

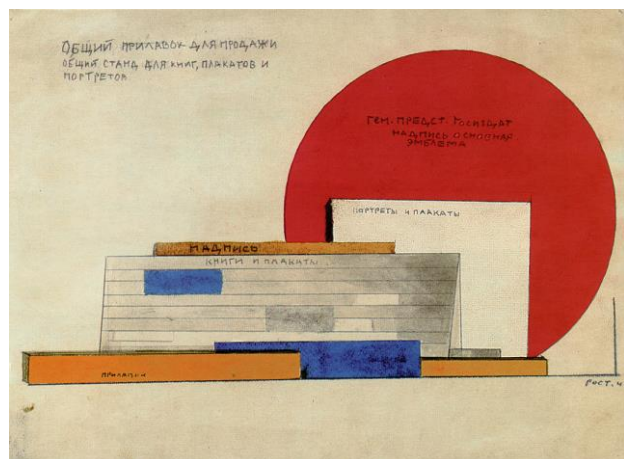
Проблемы формообразования условно можно разделить на несколько групп. Это, во-первых, поиски новой стилистики, прежде всего, в области простой геометрической формы и цветовых сочетаний; во-вторых, откровенное выявление во внешнем облике изделия особенностей используемого материала, как в форме, так и в технологии обработки поверхности; в-третьих, это поиски символики формы, цвета и общей композиции, включая подчеркнутый динамизм внешнего облика; ну и, наконец, упор на конструкцию и структуру, стремление именно их сделать основой формообразования и стилеобразования.

Социальный заказ советского искусства был направлен на переустройство как повседневного, так и праздничного окружения человека в городе. Целью такого переустройства была агитация и революционная пропаганда. Рассмотрим более подробно основные средства политической агитации. К ним относятся:

1) агитация словом (сооружались сложные конструктивные установки, такие как трибуна, в соединении с экраном, полками для литературы, выдвижными стенками и т. д., установки с вращающимися элементами и др.) (Рис. 1(а-в));

2) агитация средствами печати (строились специальные киоски для продажи агитационной литературы – агиткиоски) (Рис. 2);

3) наглядная агитация (средства транспорта, передвижные уличные выставки, сооружались стенды для плакатов, окон РОСТА и др.) (Рис. 3(а,б)).



а)



б)



в)

Рис. 1(а-в). Многофункциональные объекты политической агитации: а) Проект прилавка, стенда для книг, плакатов и портретов, автор И. Чашник, 1925-1926 гг.; б) Экран. Трибуна. Киоск, автор Г. Клуцис, 1922 г.; в) Проект сложной праздничной установки, включающей трибуну, экран, полки для литературы, выдвижные стенды, автор Г. Клуцис, 1922 г.

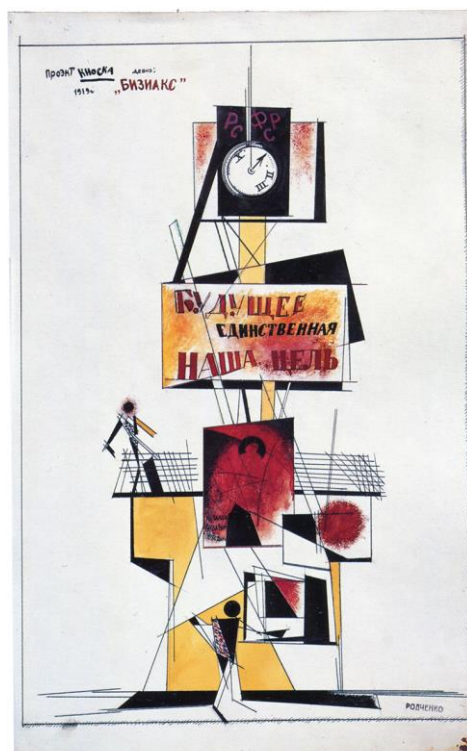
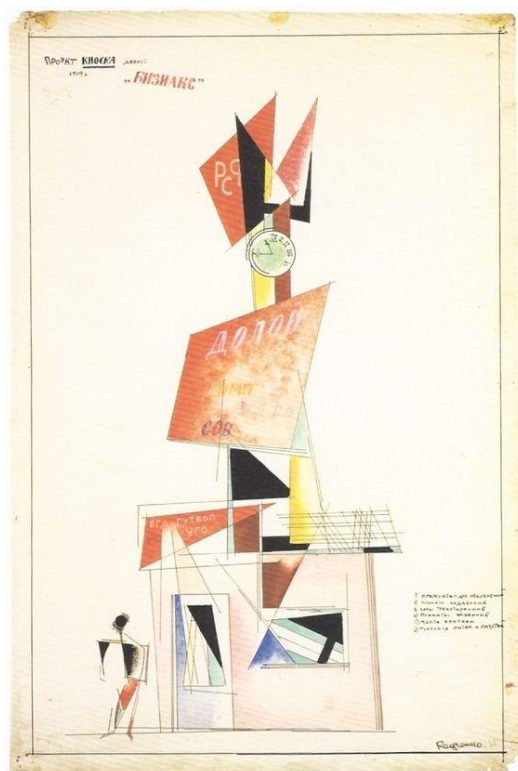
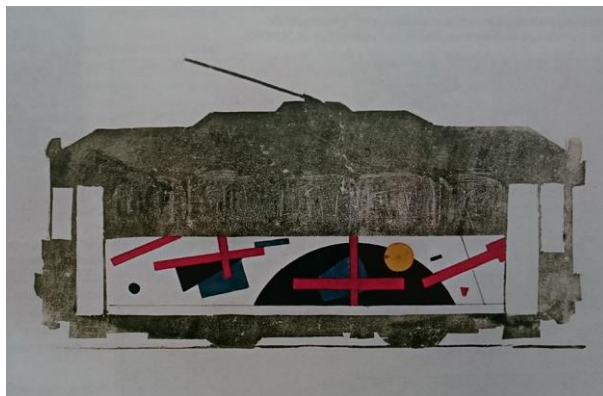


Рис. 2. Агиткиоски: А. Родченко. Конкурсный проект киоска для продажи газет и агитационной литературы, 1919 г.



а)



б)

Рис. 3(а,б). Наглядная агитация на средствах транспорта: а) Роспись трамвая к 1 мая, автор Н. Коган. 1920 г., Витебск; б) Витебский агитационный трамвай (авторами росписей Витебских трамваев, которые ходили по городу в течение шести лет с 1920 по 1926-е гг. были Н. Коган и А. Цетлин)

Главной задачей установок, объединяющих в себе различные элементы (киоск-трибуна, трибуна-агитационная установка), было создание художественно-эстетического образа, имеющего ярко выраженное агитационное содержание.

Попробуем теперь взглянуть на агитационное искусство 1920-х годов с позиции арт-дизайна. Что можно понимать под этим явлением? Арт-дизайн – это «своего рода синтез живописи или монументального искусства с проектированием. Недаром он особенно распространен в средовом дизайне. Смысл его – не просто украсить мозаикой или фреской готовую архитектурную поверхность, а спроектировать новый фрагмент среды – или в виде отдельно стоящего синтетического объекта, или же, как новую пространственно-эстетическую (и смысловую) связь между архитектурой и монументальным произведением. Причем признак дизайна в этих случаях заключается в необычности, неординарности этой новой связи, которая сродни художественному открытию» [5, с.153].

В 1920-1930-е годы арт-дизайн выступал в совсем ином облики. Особенно велика была в то время его социальная роль. В 1920-е годы с искусством начали, во-первых, соединять агитационные задачи, во-вторых, агитационное искусство стали соединять с техническими объектами (поезда, автомобили) и с бытовыми вещами (мебель, посуда). Такие соединения мы рассматриваем как проявление арт-дизайна того времени. В них на первом месте стояли задачи художественно-агитационные, а на втором – функциональные. И, видимо, именно это привело к его недолгому существованию. Наиболее яркие примеры проявления арт-дизайна 1920-х годах можно увидеть в оформлении городской среды, агиттранспорте, агитплакате, агитфарфоре, скульптурных памятниках, текстильной промышленности.

Характерные принципы и средства формирования предметно-пространственной среды города прослеживаются в деятельности авангардного художественного объединения Уновис – «Утвердители нового искусства» (организовано Казимиром Малевичем в Витебске в 1920 г.). Объединение развернуло свою деятельность одновременно в нескольких направлениях, взяв на себя инициативу как в рамках учебного заведения, так и в активном участии в художественной и общественной жизни Витебска. В основу идеологии направления была положена идея коллективного творчества. Объединение участвовало в социально-культурной деятельности города разрабатывая художественное оформление городских общественных пространств, устраивая выставки, на которых обсуждались работы преподавателей и учеников школы, проводили различные

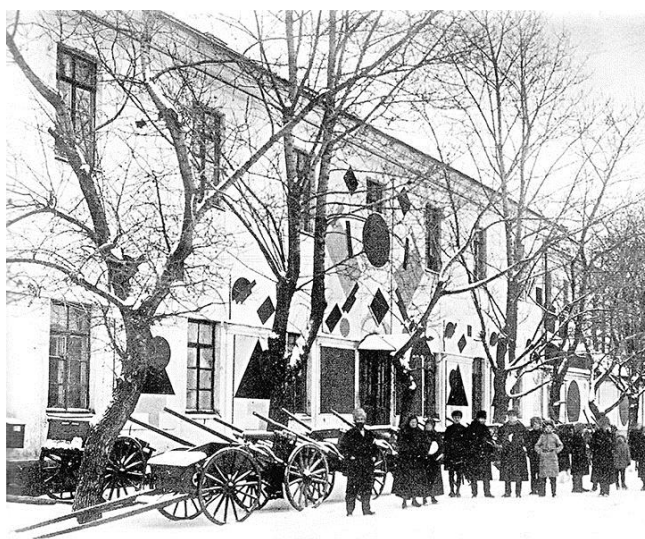
дискуссии. Деятельность Уновиса была направлена на изготовление лозунгов, плакатов, вывесок, знамен, в оформлении использовался супрематический декор, который наносился на ткань, мебель, обложки книг, брошюр и т.д. Идеи супрематизма, разработанные Малевичем, полнее всего отразились в комплексном оформлении праздников – супрематическими композициями расписывались фасады зданий, фабрик, заводов, интерьеры столовых, читален, красных уголков, расписывались трибуны и изготавливались агитационные установки (Рис. 4(а-г)). С. Эзенштейн так описывает свои впечатления этих лет: «Странный провинциальный город...Здесь главные улицы покрыты белой краской по красным кирпичам. А по белому фону разбежались зеленые круги. Оранжевые квадраты. Синие прямоугольники. Это Витебск 1920 года. По кирпичным его стенам прошла кисть Казимира Малевича» [2, с.345-346]. Наиболее масштабным оформлением отличались майские праздники (1 и 10 мая 1920 года). Праздничное супрематическое оформление некоторых объектов сохранялось на протяжении ряда лет. Например, росписи трамваев (1920 г.) сохранялись до 1925-1926 годов (Рис. 3(а,б)).

Остановимся подробнее на таких объектах арт-дизайна, как передвижные агитационные средства, к которым относятся агитпоезда, агитпароходы, агитавтомобили, агитповозки. Здесь наряду с художественным оформлением требовалось и функционально-конструкторское решение. 1920-е годы – сложное в политическом и экономическом отношении время, когда власть пыталась приобщить широкие массы населения к новой идеологии и одновременно к достижениям культуры. Целью было донести культуру в самые отдаленные уголки нашей страны, а для этого использовались разнообразные транспортные средства.

Наиболее известным передвижным агитационным средством был поезд, во внутреннем и внешнем устройстве которого можно было увидеть художественно-конструкторские тенденции проектирования, хотя новых типов вагонов не создавали. Могли только переоборудовать их для выполнения нового социального назначения. Агитпоезда становились передвижным клубом, читальней, книжным магазином и были разделены на различные функциональные зоны. Главная задача была изменить внешний облик вагонов, для этого они расписывались различными лозунгами, сюжетными и орнаментальными композициями. В качестве средств художественного выражения использовалась абстрактно-геометрическая символика, лишенная сюжетной конкретности, эмблематика, цвет (в основном красный и черный), динамика, устойчивость и др.



а)



б)



в)



г)

Рис. 4(а-г). Праздничное оформление супрематическими композициями в Витебске: а) Супрематическая композиция, автор К. Малевич, 1916 г.; б) Декорирование «Белых казарм» к празднованию двухлетней годовщины Комитета по борьбе с безработицей 4 декабря (17 по ст. ст.) 1919 г. Витебск, авторы К. Малевич, Л. Лисицкий; в) Макет праздничного украшения улиц, 1921 г. Печати «Утверждено» и «Комитет по праздничному оформлению улиц и площадей г. Витебск», автор Л. Лисицкий; г) Деталь макета праздничного украшения улиц, Витебск, автор Л. Лисицкий, 1921 г.

Наиболее яркими примерами агитпоездов являются: «Октябрьская революция» (1919-1920-е гг.); «Красный казак» (1920 г.); «Красный Восток» (1920 г.). Например, на агитационном поезде «Октябрьская революция» была изображена революционная эмблематика, агитационные лозунги, сюжетная агитационная композиция, причем художники минимальными средствами достигали максимального выражения. Поезда могли содержать витрины, выставочные щиты, прилавки, книжные полки и др. Близкую по назначению функцию выполняли и агитпароходы. Более мобильным видом транспорта являлся агитавтомобиль. На его основе создавались различные в функциональном плане установки (сборно-разборные, трансформируемые). Агитавтомобили использовались в качестве библиотеки-читальни, киноустановки, театральной сцены. Наиболее яркими примерами являются проекты А. Родченко (киноавтомобиль), А. Бабичева (проект агиттеатра). Также широко использовался для передвижных агитустановок гужевой транспорт. Агитповозки имели различное назначение и могли доезжать до самых отдаленных деревень и сел. Чаще всего это были передвижные библиотеки и книжные киоски, реже – театральные повозки (Рис. 5(а-г)).



а)



б)



в)

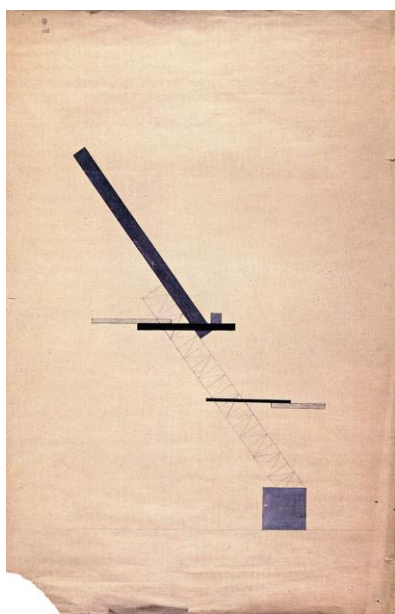


г)

Рис. 5(а-г). Передвижные агитационные средства: а) Вагон агитпоезда «Красный казак», 1920 г.; б) Вагон литературно-инструкторского поезда «Октябрьская революция», 1919-1920 гг.; в, г) Агитпоезд «Октябрьская революция» 1919-1920 гг. Роспись вагонов

Агитпоезда просуществовали относительно короткое время (1918-1921 гг.). За этот период они проделали большую агитационную работу, но возникает вопрос: выполняли ли они свое прямое назначение – транспортное? Скорее всего, главной их задачей в 1920-е гг. стала пропаганда. Художественно-эстетическое значение стояло на втором месте. Свои же прямые функции транспорт почти не выполнял, в основном он был подчинен решению агитационных задач, также как и искусство, которое в то время целиком было подчинено агитации (хотя она не является его основной задачей). По всей видимости, именно потому, что искусство находилось на «службе» у агитационной пропаганды, агитационный транспорт просуществовал такое короткое время.

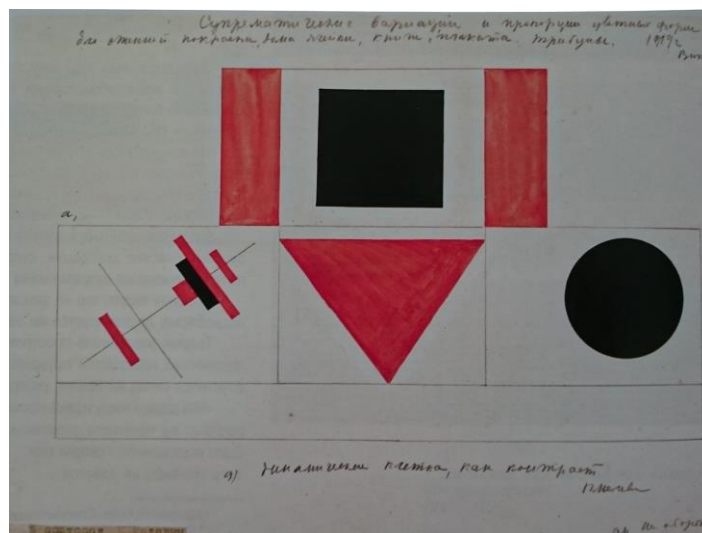
В 1920-е гг. также активно развивалась сфера дизайна, которая была связана с оформлением городской среды (праздники, демонстрации, различного рода массовые действия). Главной функцией используемых там установок также была агитация (Рис. 6(а-в)). В этой области выделялись работы И. Чашника, Г. Клуциса, Б. Королева, И. Голосова, В. Ермолаевой, К. Малевича, Л. Лисицкого, Н. Суэтина.



а)



б)



в)

Рис. 6(а-в). Трибуна для агитации: а) Проект трибуны для Красной площади в Смоленске (эскиз N2), автор И. Чашник, 1920 г.; б) Трибуна Ленина (при разработке использован проект И. Чашника), автор Л. Лисицкий, 1920 г.; в) Проект трибуны ораторов, авторы К. Малевич и В. Ермолаева. 1919-1920 гг.

Отдельного внимания заслуживает скульптура как объект организации предметно-пространственной среды города. В дореволюционный период основной целью памятников было возвеличивание героя, память которого предполагалось увековечить. В советском же искусстве задачи памятника меняются. Он воспринимается как центр активного агитационного действия, вокруг которого устраиваются митинги, проходят демонстрации и другие политические мероприятия. В связи с этим, начиная с революционной эпохи, у памятника ставится трибуна (сначала рядом, как, например, у памятника «Марксу и Энгельсу» скульптора С.А. Мезенцева). Затем трибуну соединяют непосредственно с самим памятником, например – памятник «1-й Советской Конституции» скульптора Н.А. Андреева, памятник К. Марксу с трибуной, выполненный группой скульпторов, возглавляемых С.С. Алешиним. Его архитектурную часть выполняли братья А. и В. Веснины. В окончательном виде проект представлял пятнадцатиметровое сооружение. Гранитный пьедестал в плане представлял пятиугольник, на котором были поставлены три постепенно уменьшающихся плиты, общей высотой 5,5 метров. На последнем, более высоком, стояла фигура Маркса. Здесь же была установлена трибуна для ораторов. Чуть ниже Маркса располагались еще пять фигур – революционера-коммуниста, рабочего, женщины-пролетарки, комсомольца и пионерки.

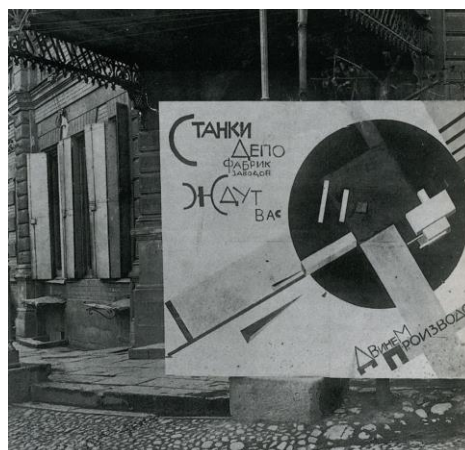
Памятник становится средством политической пропаганды и центром активной агитационной деятельности. Здесь мы видим проявление дизайна, который подразумевает объединение нескольких функций, в данном случае политической (агитационной) и художественной. Это, в свою очередь, меняет композицию памятника и его сюжетную направленность. Очень часто встречается совмещение тех или иных формообразующих элементов в трибуне. Происходит, как уже говорилось, соединение архитектурных элементов с трибуной. В качестве примера назовем серию эскизов праздничных установок с трибунами И.Голосова. «Во всех его эскизах трибуна представляет собой смысловой центр композиции в виде красного куба, вокруг которого из отвлеченных архитектурных элементов создаются сложные символические построения (наклонные решетчатые башни; треугольная ферма, «опрокидывающая» глухую круглую башню; две фланкирующие трибуну глухие пирамиды, соединенные поверху ажурным переходом)» [9, с.130].

Проектируя трибуны, часто пользовались революционной эмблемматикой (серп, молот, пятиконечная звезда). Здесь можно отметить трибуну Н. Серова «Серп и молот», где рукоятка «молота» – главный устой сооружения, сам молот – трибуна, «серп» – это изобразительная форма. Но, как уже было сказано выше, эти установки были подчинены решениям в основном агитационных задач, художественно-эстетические задачи стояли на втором месте, в связи с чем можно говорить о столь непродолжительной жизни подобных установок.

К средствам агитации относилось и оформление среды города в целом (Рис. 7(а-д)). Это транспаранты, знамена, лозунги, живописные панно, политический плакат, малые архитектурные формы, связанные с трибунами, радио- и киноустановками, праздничные установки. В период 1920-х годов возрастает роль политического плаката, он формировался в труднейших экономических и политических условиях Гражданской войны и являлся одним из основных средств пропаганды.



а)



б)



в)



г)



д)



Рис. 7(а-д). Агитационное оформление города: а) Павильоны иностранного отдела Всероссийской сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставки в Москве, кафе-ресторан, автор В. Щуко (роспись А. Экстер), 1923 г.; б) Агитационный плакат-панно Комитета по борьбе с безработицей, Витебск, автор Л. Лисицкий, 1919 г.; в) Эскиз росписи стены, автор Н. Суэтин, 1920 г.; г) Проекты вывесок для магазинов общества ЕПО, Витебск, автор Н. Суэтин, 1920-1921 гг.; д) Реклама Моссельпрома, автор А. Родченко, 1924 г.

Наиболее интенсивно в это время развивается графический дизайн, что проявляется в принципиально новом подходе к созданию плаката, рекламы, книжной продукции.

Политический и рекламный плакат, в отличие от агиттранспорта, соответствовал своему назначению. В данном случае идеология помогала решению художественных задач, поэтому этот вид искусства просуществовал дольше, оставаясь актуальным. В тот период эмоциональная и конструктивная составляющие плаката выходят на первый план. Художники используют выразительные формы и приемы (локальный цвет, яркие пятна, динамические композиции, крупную гарнитуру шрифта) для привлечения малограмотного в то время населения (Рис. 8(а,б)). Политический и рекламный плакаты должны были быть мобильными, быстро откликаться на события дня. Художники, работающие в этом жанре и в этот период: Моор, Дени, Маяковский, Лебедев, Малютин, Дейнека, Когоут, Родченко, Лисицкий, стремились найти новые формы выражения и новый язык прочтения.



Рис. 8(а,б). Политический и рекламный плакаты: а) Плакат «Клином красным бей белых», автор Л. Лисицкий. 1920 г.; б) Плакат «Лучших сосок не было и нет», авторы А. Родченко и В. Маяковский, 1923 г.

Подводя итог вышесказанному следует отметить, что агитационный дизайн 1920-1930-х годов 20-го века был в основном подчинен политическим целям. Это придавало ему временный, преходящий характер. Наряду с этим, его техническая основа не совершенствовалась, оставаясь на низком уровне, не соответствующем ни новым нормам, ни новой идеологии искусства. Это порождало внутренние противоречия дизайна и несогласованность его основных составляющих элементов – техники и эстетики. Тем самым была predetermined короткая жизнь агитационного дизайна 1920-х годов, и уже к середине следующего десятилетия он изжил себя, оставив, тем не менее, яркий след в отечественном и мировом искусстве. Его достижения могут иметь значение для формирования предметно-пространственной среды города в наши дни. Объекты городского дизайна как в 1920-е годы, так и в наше время в условиях интенсивного процесса урбанизации являются одними из самых распространенных средств организации городских пространств, потеснив традиционные малые архитектурные формы. Несмотря на недолговечность, эти объекты были созвучны своему времени, эргономичны, мобильны и легкозаменяемы, являлись функциональным и художественно-композиционным средством формирования архитектурного пространства.

Литература

1. Адаскина, Н.Л. 30-е годы: контрасты и парадоксы советской художественной культуры // Советское искусствознание 25. – М., 1989. – С. 5-38.
2. Вахар, И. Малевич о себе. Современники о Малевиче. Письма. Документы. Воспоминания. Критика. В 2 тт., Т II / И. Вахар, Т. Михиенко. – М.: Издательство РА. – С. 345-346.
3. Воронов, Н. В. Очерки истории отечественного дизайна. – М.: МГХПУ им. С. Г. Строганова, 1997. – 100 с.
4. Воронов, Н.В. Российский дизайн. Том I. – М.: Издательство «Союз дизайнеров России», 2001. – 424 с.
5. Дизайн. Сборник научных трудов. Выпуск V / Ред.-сост. Н. В. Воронов. М.: НИИ теории и истории изобразительных искусств Российской академии художеств, 1997. – 167 с.
6. Панова, Н.Г. Опыт использования принципов супрематического формообразования в учебном проектировании. Архитектурно-художественное образовательное пространство будущего: сб. материалов международной научно-методической конференции / науч. ред. Л.В. Карташева; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2015. – С. 221-224.
7. Хан-Магомедов, С. О. Живскульптарх, 1919-1920: первая творческая организация советского архитектурного авангарда. – М.: Архитектура, 1993. – 321 с.
8. Хан-Магомедов, С. О. Архитектура советского авангарда. Проблемы формообразования. Мастера и течения. Книга 1. – М.: Стройиздат, 1996. – 709 с.
9. Хан-Магомедов, С. О. Пионеры советского дизайна. – М.: Галарт, 1995. – 424 с.
10. Хан-Магомедов, С. О. Супрематизм. – М.: Архитектура-С, 2007. – 520 с.
11. Хазанова, В. Э. Советская архитектура первой пятилетки. Проблемы города будущего. – М., 1980. – С. 129.

References

1. Adaskina N.L. *30-e gody: kontrasty i paradoksy sovetskoj hudozhestvennoj kul'tury* [30 years: the contrasts and paradoxes of Soviet artistic culture. Magazine "Soviet art studies"]. 1989, pp. 5-38.
2. Vahar I., Mihienko T. *Malevich o sebe. Sovremenniki o Maleviche* [Malevich about yourself. Contemporaries about Malevich]. Moscow, Vol. 2, pp. 345-346.
3. Voronov N.V. *Ocherki istorii otechestvennogo dizajna* [Essays on the history of domestic design]. Moscow, 1997, 100 p.
4. Voronov N.V. *Rossijskij dizajn* [Russian design]. Vol. I. Moscow, 2001, 424 p.
5. *Dizajn. Sbornik nauchnyh trudov. Vypusk V* [Design. Collection of scientific papers. Issue V]. Moscow, 1997, 167 p.

6. Panova N.G. *Opyt ispol'zovaniya principov suprematicheskogo formoobrazovaniya v uchebnoy proektirovani* [Experience in the use of Suprematist principles shaping educational design. Collection of materials of the international scientific-methodical conference]. Rostov-na-Donu, 2015, pp. 221-224.
7. Han-Magomedov S.O. *Zhivskul'ptarh, 1919-1920: pervaya tvorcheskaja organizacija sovetskogo arhitekturnogo avangarda* [Zhivskulptarh, 1919-1920: the first creative organization of the Soviet architectural avantgarde]. Moscow, 1993, 321 p.
8. Han-Magomedov S.O. *Arhitektura sovetskogo avangarda: Kniga 1: Problemy formoobrazovaniya. Mastera i techeniya* [The architecture of the Soviet avant-garde. Problems of morphogenesis. Masters and currents]. Moscow, 1996, 709 p.
9. Han-Magomedov S.O. *Pionery sovetskogo dizajna* [Pioneers of Soviet design]. Moscow, 1995, 424 p.
10. Han-Magomedov S.O. *Suprematizm* [Suprematism]. Moscow, 2007, 520 p.
11. Hazanova V.Je. *Sovetskaja arhitektura pervoj pjatiletki. Problemy goroda budushhego* [Soviet architecture of the first five-year plan. The problems of the city of the future]. Moscow, 1980, P. 129.

Источники иллюстраций

Рис. 1(а,б) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn--e1akkdfpb6a.xn--p1ai/8-bari/klucis.php>; (в) [10].

Рис. 2(а,б) [9].

Рис. 3(а) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evitebsk.com/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:Unovis_tramvay.jpg
 (б) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evitebsk.com/wiki/Файл:Unovis_tramvay.jpg

Рис. 4(а) [10]; (б) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://designblog.rietveldacademie.nl/?p=7638>; (в) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://designblog.rietveldacademie.nl/?p=7638>; (г) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.evitebsk.com/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:Bel_kaz.jpg

Рис. 5(а) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.maslovka.org/modules.php?act=read&aid=126&name=Media>;
 (б) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maloarhangelsk.ru/rech-kalinina-na-uezdom-sezde-uchiteley-1920/>; (в, г) [9].

Рис. 6(а,в) [10]; (б) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evitebsk.com/wiki/Файл:El_Lissitzky_Lenin.jpg

Рис. 7(а,б,в,д) [10]; (г) [9].

Рис. 8(а) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://annabelle.spb.ru>; (б) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://paxel.ru/post/aleksandr-rodchenko-pioner-sovetskoj-fotografii-i-graficheskogo-dizajna>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Панова Наталья Геннадьевна

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Дизайн архитектурной среды»,
Московский архитектурный институт (государственная академия), Москва, Россия.
Член Союза художников РФ, член Международной ассоциации «Союз художников»
e-mail: pana00@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Panova Natalya

PhD in Art History, Ass. Prof., Chair “Design of Architectural Environment”, Moscow Institute of
Architecture (State Academy), Moscow, Russia.
A Member of the Union of the Architects of Russia, Member of the Union of the Designers
of Russia
e-mail: pana00@mail.ru