

**Советская
живопись 20-х гг.:
ОСТ. Обновленный
реализм.**

ОСТ, ОХСТ, Общество художников-станковистов —

художественная группировка, основанная в 1925 году в Москве группой выпускников ВХУТЕМАСа во главе с **Давидом Штеренбергом**.

Характерной чертой творчества ОСТа является воспевание советской действительности (индустриализации, спорта, проч.) с использованием приемов современного европейского экспрессионизма. Существовало до 1931 года.

Само же объединение в первоначальном составе просуществовало недолго. Уже в 1928 г. внутри него четко определились две группы художников, отличающиеся своими творческими позициями:

- Одна из групп (в неё входили Вильямс, Дейнека, Лучишкин, Пименов и др.) тяготела к изображению городской жизни, новой техники, индустриального пейзажа, спорта, молодых, физически развитых людей. Их работы отличала динамичность, четкость композиции, графичность в передаче форм.
- Другая группа, объединявшаяся вокруг Штеренберга (Купреянов, Гончаров, Лабас, Тышлер, Шифрин и др.), работала в более свободной манере предпочтя лиричность и живописность рациональной организации произведений.

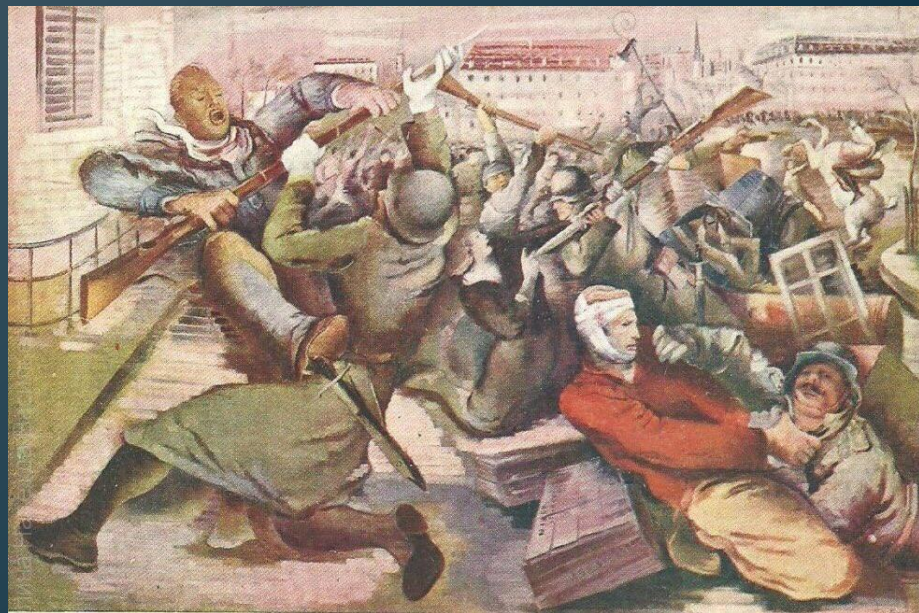
Основные идеи остовцев:

- предпочитали мирные, светлые темы, « приметы XX столетия » - жизнь города и городского человека XX века ; индустриализацию России, стремление показать динамику взаимоотношений современного производства и человека; массовый спорт (футбол, теннис, спортивные соревнования и кроссы, гимнастика), который также стал характерной особенностью жизни советского общества.
- В воспитательном плане определялась « ориентация на художественную молодежь ». Они стремились отразить в отдельных фактах новые качества современной им эпохи
- Укрупняются и выдвигаются на первый план силуэты людей. Изображая их контрастно и цветом, и размером по отношению ко всему остальному, художники подчеркивают их динамическую мощь.

Пётр Владимирович Вильямс (1902—1947)

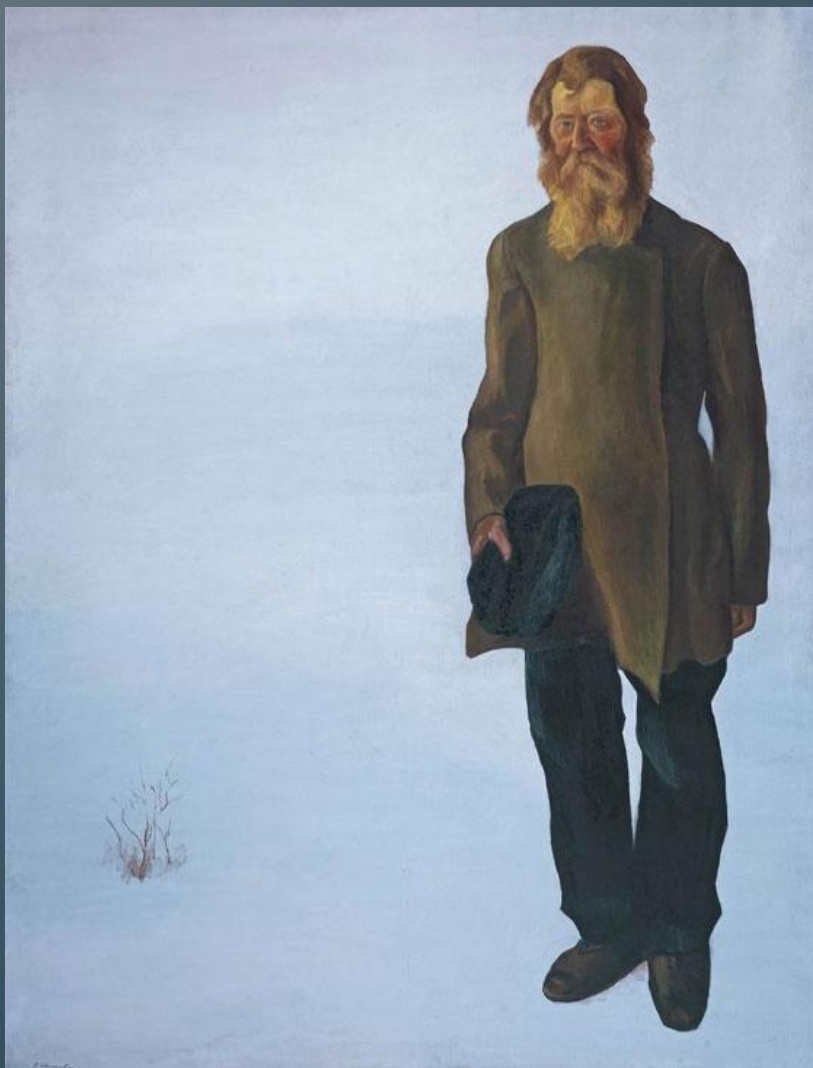


«Автопробег» 1930 г.

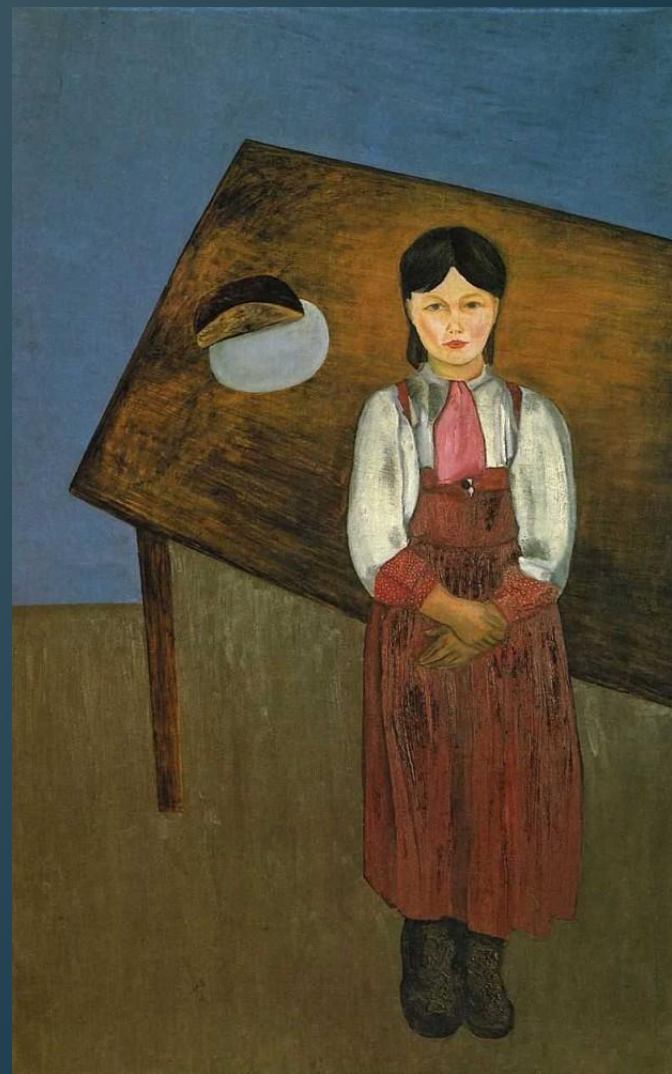


«Гамбургское восстание» 1933
г.

Давид Петрович Штеренберг (1881 – 1948 гг.)

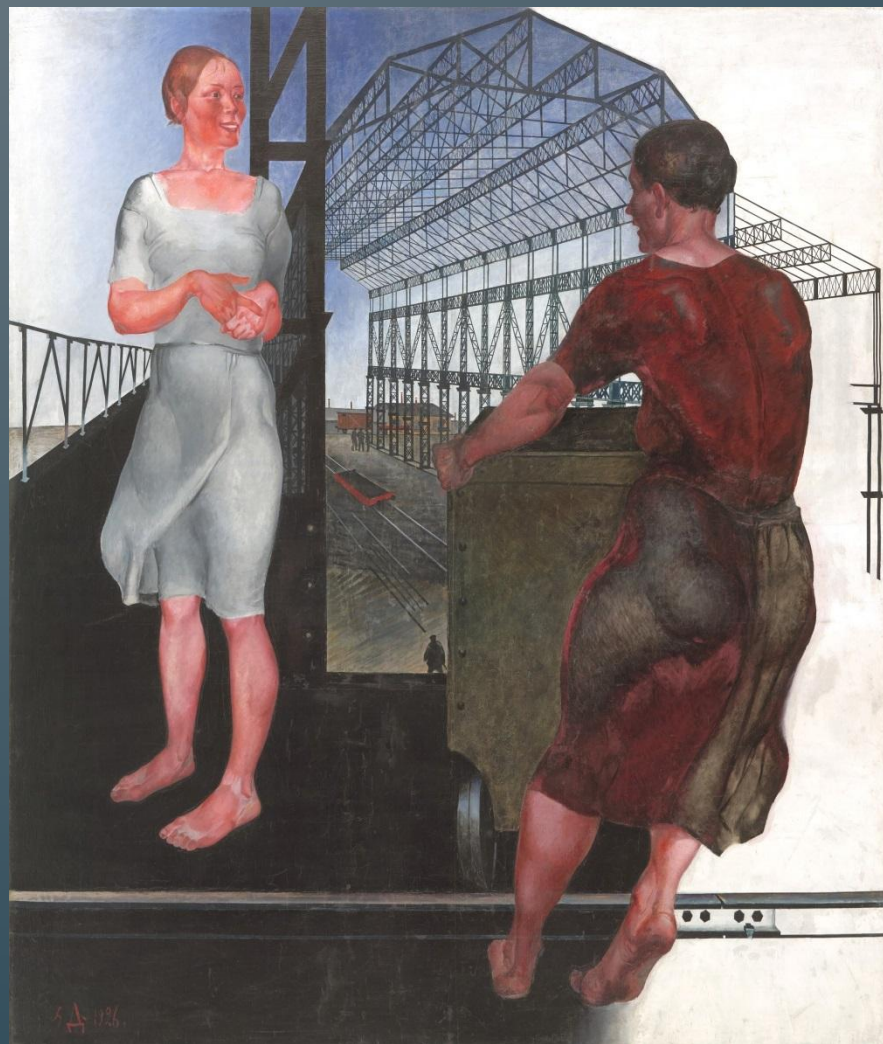


«Старик (Старое)» (1925)

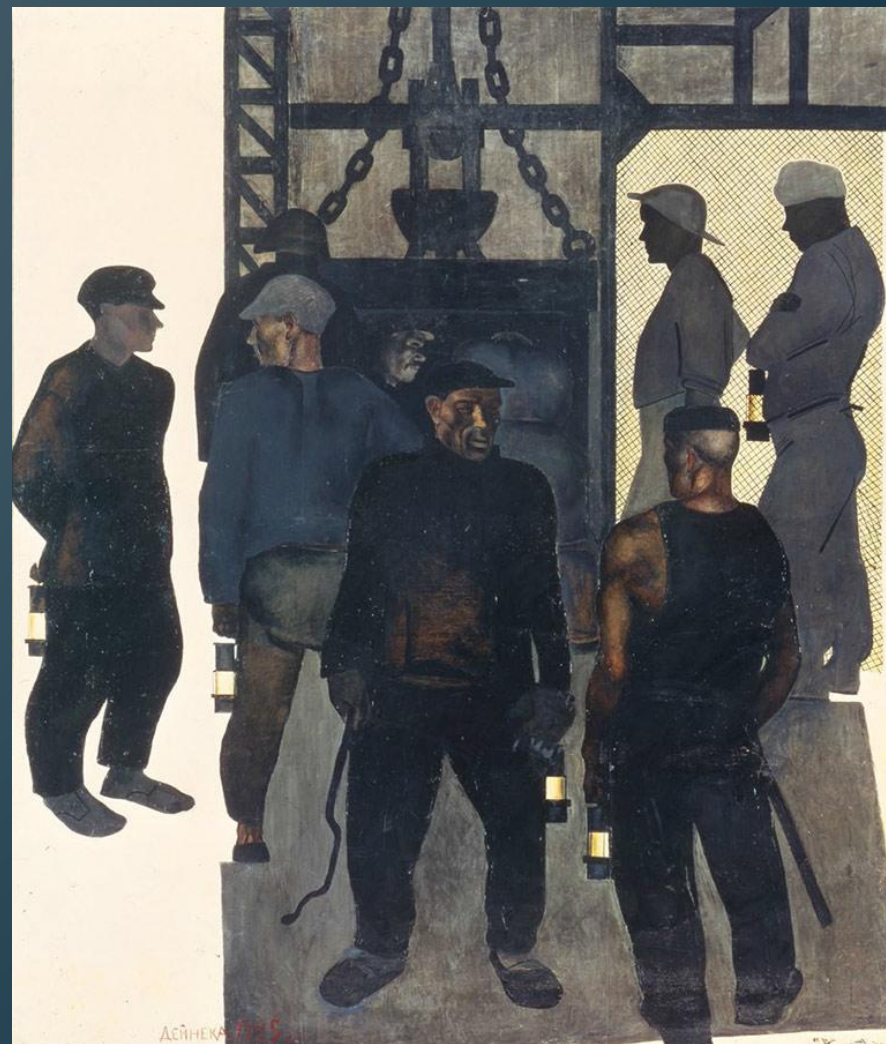


«Аниська» (1926)

Александр Александрович Дейнека (1899 – 1969 гг.)



«На стройке новых цехов» (1926)



«Перед спуском в шахту» (1924)



«Оборона Петрограда» (1928).

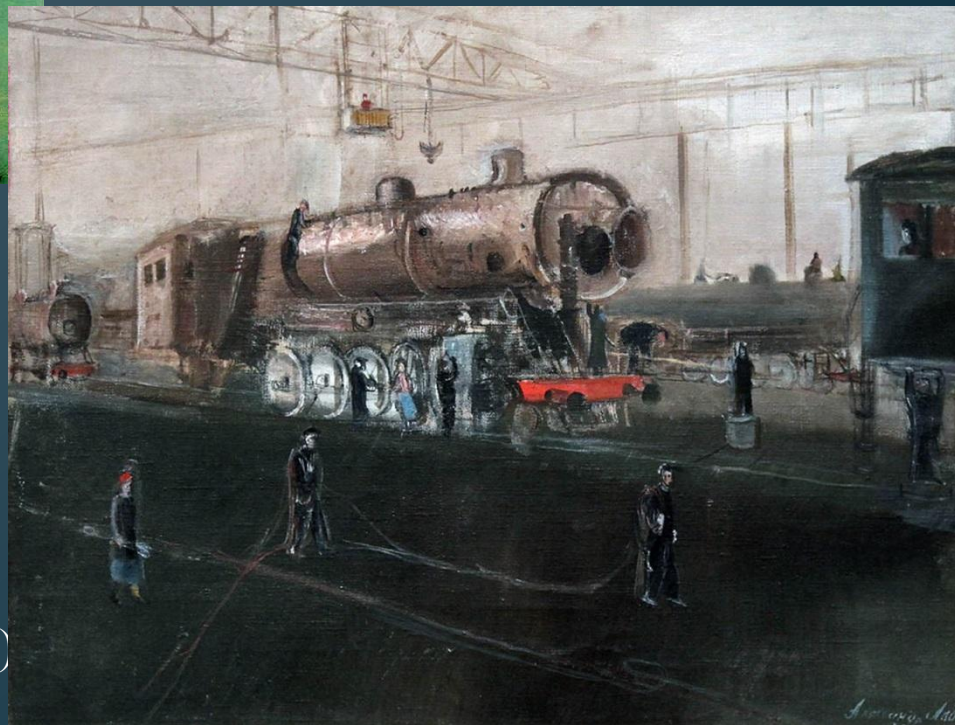


«Оборона Севастополя» 1944 г.

Александр Аркадьевич Лабас (1900 – 1983 гг)

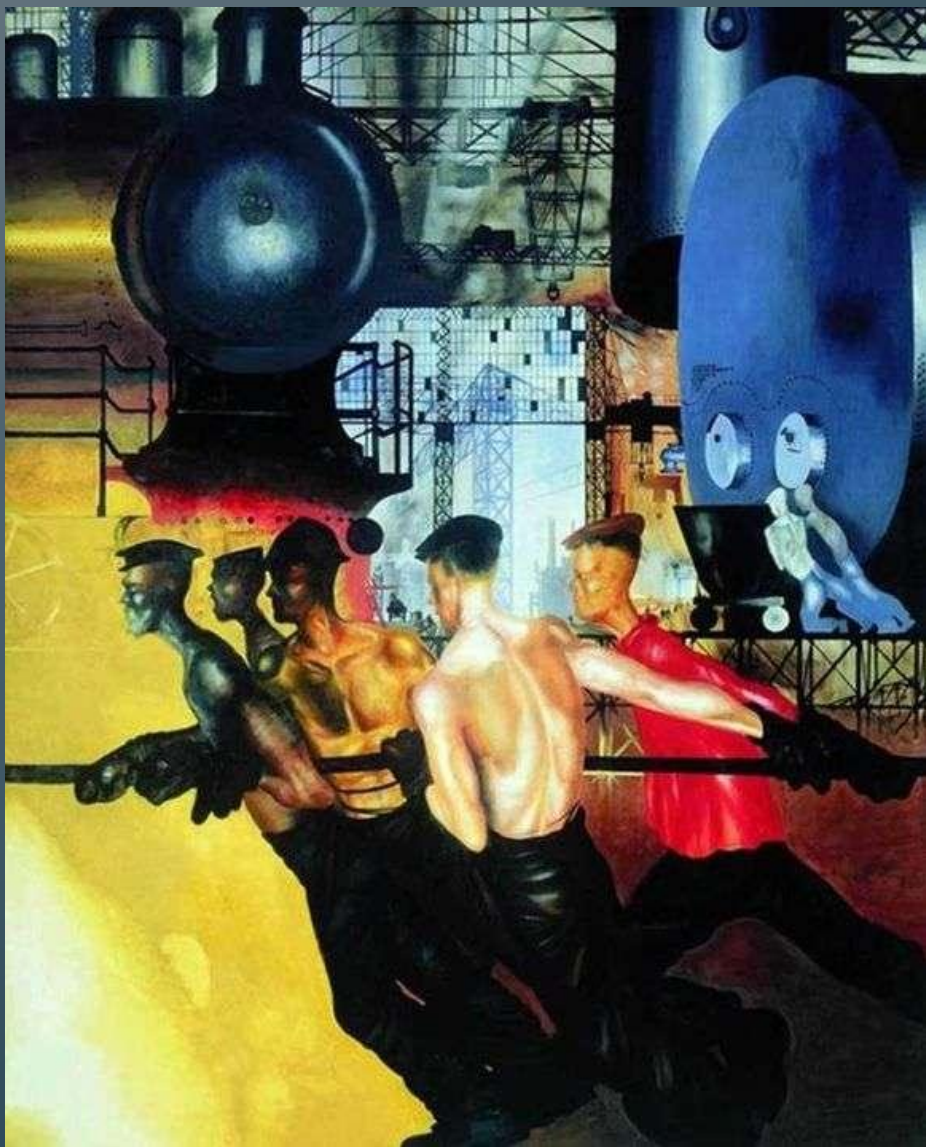


«Первый советский дирижабль» (1931)



«Первый паровоз на Турксибе» (1931)

Юрий(Георгий) Иванович Пименов (1903 – 1977 гг.)



«Даёшь тяжёлую индустрию!»
(1927 г.)

Картины после роспуска объединения:



«Новая Москва» (1937)



«Свадьба на завтрашней улице» (1962).

**Плакатная графика
20-х гг.
Конструктивизм в
рекламе и дизайне.**

Одним из оригинальных явлений советского искусства 20-х - 30-х гг. был конструктивизм, выдвинувший задачу переустройства, «переконструирования» окружающей среды посредством создания ясных, лаконичных, функционально оправданных форм, а через изменение среды - и человека.

Наиболее яркой картиной обновленного социального пространства представлялся современный город, который конструктивисты стремились преобразить средствами массовой агитации и монументальной пропаганды - как политической, так и экономической, то есть рекламы.

Распространению новых политических и эстетических идей способствовало не только соответствующее оформление улиц и праздников, но и такие привычные реалии, как книги, конфетные обертки, упаковка товаров повседневного спроса и, конечно, плакаты и рекламные тексты.

Одним из основателей конструктивизма и инициатором реализации его принципов в рекламной графике был А.М. Родченко.



В. В. Маяковский, А. М. Родченко,
«Читайте журнал «Молодая
гвардия»»
(1924).

Отечественный плакат в начале 1920 -х годов стремительно обрел оригинальный облик, выделивший его среди плакатного искусства западноевропейских стран. Композиционные эксперименты с блоками текста, шрифтами, цветом, геометрическими фигурами и фотографическими изображениями подвели художников к созданию плаката новой «конструкции» .

В графических видах творчества конструктивизм характеризовался применением фотомонтажа вместо рисованной иллюстрации, предельной геометризацией, подчинением композиции прямоугольным ритмам. Стабильной была и цветовая гамма: чёрный, красный, белый, серый с добавлением синего и жёлтого.

ГОСКИНО ПРОИЗВОДСТВО **ГОСКИНО**

КИНО ГЛАЗ

6
СЕРИЙ
РАБОТА
ДЗИГИ ВЕРТОВА
ОПЕРАТОР
КАУФМАН

РОДЧЕНКО

А. М. Родченко, «Кино-глаз» (1924)

EXPORT of USSR **EXPORT der USSR**

IMPORT of USSR **IMPORT der USSR**

STATE IMPORT-EXPORT TRADING OFFICE
GOSTORG RSFSR

BANK FOR FOREIGN TRADE USSR
CAPITAL: 40,000,000 GOLD ROUBLES

EXPORT SERVICES:
EXPORTS OF: WOLFRAM, ZINC, COBALT, VANADIN, URAN, MANGANESE, NICEL, BISMUTH, MOLYBDEN, GIBBERIT, TIN, WOLFRAM, ZINC, COBALT, VANADIN, URAN, MANGANESE, NICEL, BISMUTH, MOLYBDEN, GIBBERIT, TIN.

IMPORT SERVICES:
IMPORTS OF: WOLFRAM, ZINC, COBALT, VANADIN, URAN, MANGANESE, NICEL, BISMUTH, MOLYBDEN, GIBBERIT, TIN.

INDUSTRIAL PRODUCTS:
AUTOMOTORS, ELECTRICITY, CHEMICALS, METALS, TEXTILES, FOODS, FIBRES, OILS, LUBRICANTS, MACHINERY, TOOLS, INSTRUMENTS, BOOKS, PAPER, GLASS, CERAMICS, WOOD, RUBBER, LEATHER, FURS, HONEY, BEESWAX, LAC, RESIN, GLASS, CERAMICS, WOOD, RUBBER, LEATHER, FURS, HONEY, BEESWAX, LAC, RESIN.

AGENTS:
AGENTS IN ALL PORTS OF THE USSR AND ABROAD.

А. М. Лавинский, «Экспорт-импорт СССР» (1926).

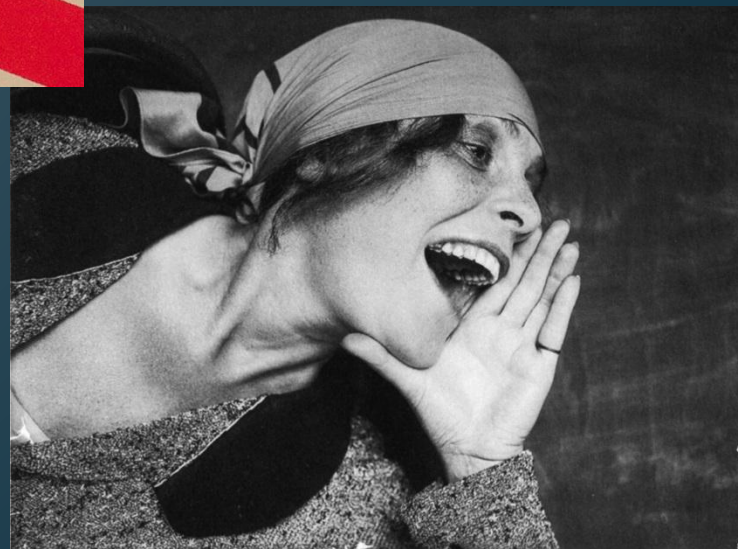
Язык плаката был сродни языку архитектурных и книжных экспериментов, литературных и театральных новаций, кинематографического монтажа тех лет. Первый опыт динамического образного воплощения идеи революционной борьбы продемонстрировал плакат Л. Лисицкого «Клином красным бей белых!», отпечатанный в Витебске в 1920 году.



В 20-е - 30-е гг. реклама была вовлечена в единый поток развития всего искусства, представляя вместе с ним единый стиль - стиль агитискусства, искусства, для которого его пропагандистские функции и формы агитации приобретали приоритетное значение.



Вершиной лаконичного воплощения рекламной идеи стал «Ленгиз»
А. Родченко с фотопортретом Лили Брик (1925).



**Советский
агитационный и
супрематический
фарфор 20-х гг.**

В первые месяцы после революции на Государственный фарфоровый завод в Петрограде (в спешном порядке переименованный из Императорского; в 2005 году это название было ему возвращено) пришла новая команда художников во главе с **Сергеем Чехониным**.

В 1918 году «чехонинцы» получили от большевистского правительства свой первый заказ — изготовить «бюсты деятелей революции и утилитарно-декоративные предметы с революционными лозунгами». Согласно ленинскому плану пропаганды символы новой власти следовало размещать повсюду.



Даже спичечные коробки и тарелки должны были рассказывать победившему пролетариату о свершениях революции. Что и в каком стиле рисовать, власти не уточняли.

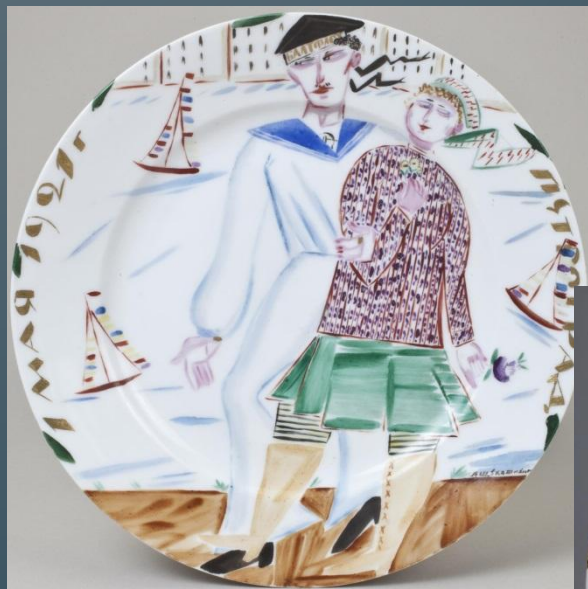
Агитфарфор никогда не был доступен тем, к кому непосредственно обращался. Для простого рабочего или крестьянина он был слишком дорог и из мастерских завода отправлялся на европейские выставки и аукционы, в частные коллекции. С 1921 года вся продукция ЛФЗ шла исключительно на экспорт.



Разработкой эскизов для росписей агитационного фарфора занимались известные живописцы — П. В. Кузнецов, К. С. Петров-Водкин, М. В. Добужинский, Н. И. Альтман. Их произведения отличаются высочайшим графическим мастерством. Уже в первых работах, появилась символика юной Русской Республики: серп и молот.



Сюжетами росписей художницы Александры Васильевны Щекатихиной-Потоцкой (1892-1967) стали сценки обычного народного быта и персонажи русских сказок. В 1921 г. колоритными красками, широкой энергичной кистью художница писала героев уже мирной жизни — матроса и его подружку на праздничке Первомая, комиссара, сменившего винтовку на папку с документами, парня, поющего “Интернационал”.



Главной задачей ГФЗ “помочь преобразить обстановку жизни людей”. Пересоздавать окружающие вещи должна была художественная индустрия, потому её организации и уделяли такое огромное внимание. Перед агитационным фарфором ставили задачи и возлагали надежды :

1) преобразить жилье рабочего, 2) сделать из жилья – очередной монумент системе и, 3) может даже приучить рабочего есть с таких тарелок.



Влияние агитационного фарфора сказалось в том, что и левые художники-беспредметники, которые обратились к фарфору, главное внимание уделяли росписи. Это видно в эскизах Кандинского, Поповой и Родченко. Так восприняли свои художественные задачи и ученики Малевича – Суетин и Чашник, с увлечением переносившие цветные супрематические композиции на белый фарфор.

Фарфор привлекал Малевича и его учеников, с одной стороны, как пластический материал, в котором можно создавать объемные супрематические композиции, а с другой, как изделия, дающие идеальное белое поле с иллюзией глубины для цветных супрематических композиций.

Белизна фарфора и его сверкающая совершенная чистота отвечали стремлению супрематистов к абсолютному.



Художник Казимир
Малевич



Художник
Николай
Суетин



Большинство супрематических росписей Малевича, Суетина и Чашника сохраняют строгую прямоугольность или, наоборот, свободу композиции. Супрематизм в фарфоре вышел за пределы собственно посуды – создавались чернильницы, вазы для цветов, пепельницы и т.д.



Чернильницы Николая Суетина

В конце 1932 г. художественным руководителем Ленинградского завода был назначен Н. Суетин. А консультантом по росписи – Н. Лапшин. Пришло новое понимание искусства бытовой вещи и роли ее в быту.

