

15. Жигунова, С. Виленский музей древностей [Электронный ресурс] / С. Жигунова // Museum.logoysk.info – Режим доступа: <http://museum.logoysk.info/ru/tyszkiewicz/62-archeology/1072-vilnya-museum-of-antiquities.html>. – Дата доступа: 19.12.2018.

16. Былые и современные богатства Несвижа [Электронный ресурс] // Tourismnews.by – Режим доступа: http://tourismnews.by/post-old_and_modern_wealth_nesvizha/. – Дата доступа: 19.12.2018.

17. Мария Магдалена Радзивилл в молодости [Электронный ресурс] // Ru.wikipedia.org – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Радзивилл,_Мария_Магдалена#/media/File:MagdalenaZavisha.jpg. – Дата доступа: 19.12.2018.

18. Троицкий костёл в деревне Герваты [Электронный ресурс] // Holiday.by – Режим доступа: <https://www.holiday.by/by/skarb/376-troickij-kostel-v-derevne-gervjaty>. – Дата доступа: 19.12.2018.

19. Костёл Святых Симеона и Елены – Красный костёл [Электронный ресурс] // Posmotrim.by – Режим доступа: <http://posmotrim.by/article/kostel-svyatyh-simeona-i-eleny.html>. – Дата доступа: 19.12.2018.

20. Szymon i Helena. Są zdjęcia dzieci fundatora «Czerwonego kościoła» w Mińsku // Kresy24.pl – Wschodnia Gazeta Codzienna

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kresy24.pl/szymon-i-helena-sa-zdjecia-dzieci-fundatora-czerwonego-kościoła-w-minsku/>. – Дата доступа: 19.12.2018.

21. Усадьба Пусловских «Альбертин» в Слониме [Электронный ресурс] // Holiday.by – Режим доступа: <https://www.holiday.by/by/skarb/311-usadba-puslovskih-albertin-v-slonime>. – Дата доступа: 19.12.2018.

22. Как устроен бизнес на искусстве – рассказ арт-директора «Галереи «У»» [Электронный ресурс] // Про бизнес – Режим доступа: <https://probusiness.io/experience/1468-kak-ustroen-biznes-na-iskusstve-rasskaz-art-direktora-galerei-u.html>. – Дата доступа: 19.12.2018.

23. Галерея современного искусства «У» [Электронный ресурс] // Kultprosvet.by – Режим доступа: <http://kultprosvet.by/places/galereya-sovremennogo-iskusstva-u/>. – Дата доступа: 19.12.2018.

24. Ау.бу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://au.by>. – Дата доступа: 19.12.2018.

25. Гостиница Минск [Электронный ресурс] // Sauko.by – Режим доступа: http://sauko.by/wp-content/uploads/2017/06/hotel-minsk/common/625-419_1.jpg. – Дата доступа: 19.12.2018.

Поступила в редакцию 05.02.2019 г.

УДК [769.91:004.932]:7.035.93

Визуально-пластический язык плаката: генезис и формирование

Гладун О. Д.

Коммунальное учреждение «Областной художественный музей»
Черкасского областного совета, Черкассы

Актуальность исследования обусловлена тем, что именно плакат является доминантным визуальным сообщением, транслирующим принципы создания изображения на все объекты графического дизайна. Освоение коммуникативного опыта плаката позволит использовать его в разработке точного визуально-смыслового языка виртуальной среды, что является одной из первостепенных задач современного графического дизайна.

В статье представлен анализ возникновения плаката, охарактеризованы закономерности, обусловившие формирование его визуально-пластического языка, который является средством презентации визуальной информации. Его пластическая составляющая образуется во взаимодействии формы, текстуры, цвета, плоскости как элементов, создающих изображение. Сосредоточено внимание на предпосылках, способствующих развитию плаката: массовое производство, необходимость в рекламе и коммуникации, изобретение новых печатных технологий (цветная литография) и наличие качественной художественной среды.

Особое место отводится стилю модерн, повлиявшему на формирование пластического языка плаката Франции, позже Польши и всей Европы. Рассматривается влияние культуры Востока, в частности японского искусства, на выработку специфических особенностей нового стиля (его отношение к композиции, форме, пространству, цвету, линии и пр.).

Автор приходит к выводу, что первые плакаты, развиваясь внутри стиля модерн, впитывали универсальные принципы формообразования стиля. Первый визуально-пластический язык плаката – язык стиля модерн, который сформировался в результате освоения художниками пластики японской гравюры.

Ключевые слова: плакат, графический дизайн, визуальный язык, модерн.

(Искусство и культура. – 2019. – № 1(33). – С. 48–52)

Адрес для корреспонденции: e-mail: gladunol@ukr.net – О. Д. Гладун

Visual and Plastic Language of the Poster: Genesis and Formation

Gladun O. D.

Communal Institution "Regional Art Museum" of Cherkasy Regional Council, Cherkasy

The urgency of the research is due to the fact that the poster is the main visual message which transfers the principles of creating an image onto all objects of graphic design. Creating the communicative experience of the poster will allow it to be used in creating the exact visual-semantic language of the virtual environment. This is one of the primary tasks of contemporary graphic design.

In the article, the stages of the emergence of the poster are analyzed, as well as those patterns that contributed to the formation of the visual-plastic language of the poster are characterized. The visual plastic language is a means of presenting visual information. Its plastic component is formed by the interaction of shape, texture, and color as the elements that create the image. Attention is concentrated on the premises that contributed to the development of the poster, namely: mass production, the need for advertising and communication, the invention of new printing technologies (color lithography) and the availability of high quality artistic environment.

A special place is given to the Modern style that influenced the formation of the plastic language of the poster, first in France, then in Poland and Europe as a whole. The article also discusses the influence of the culture of the East particularly, the influence of Japanese art on the formation of specific features of the new style in the poster (its relation to composition, form, space, color, line, etc.).

The author concludes that the first posters developed inside the style of Modern and absorbed the universal principles of the form of this style. The first visual-plastic language of the poster is the language of Art Nouveau style, which was formed after the artists began to use the plastic language of Japanese engraving.

Key words: poster, graphic design, visual language, modern.

(Art and Cultur. – 2019. – № 1(33). – P. 48–52)

Исследованию визуального языка графического дизайна посвящены работы М. Маклюэна, Е. Черневич, П. Родькина. Данная статья автора есть продолжением в изучении визуально-пластического языка плаката, начатого ранее. Непосредственной методологической опорой нашей работе послужила диссертация Е. Калашниковой «Изобразительный аспект графического дизайна (на материале плаката)».

Информация, закрепленная в графической (знаковой) форме, имеет способность передаваться и сохраняться во времени. И если социальная необходимость в фиксации информации обусловила развитие письменности, то необходимость в сохранении и трансляции огромных объемов эмоционально насыщенных текстов вызвала к жизни феномен визуальности.

С увеличением потока визуальной информации в современном мире (материальном и виртуальном) представляется актуальным исследование возможностей визуально-пластического языка графического дизайна, основные принципы которого уже разработаны в мировом плакате. Поскольку именно плакат является доминантным визуальным сообщением, транслирующим принципы создания изображения на все объекты графического дизайна. Освоение коммуникативного опыта плаката и использование его в разработке

точного визуально-смыслового языка виртуальной среды является одной из первоочередных экологических задач современного общества.

Цель исследования – охарактеризовать генезис и закономерности, обусловившие формирование визуально-пластического языка плаката.

Предпосылки возникновения плаката. Визуально-пластический язык плаката – это средство презентации визуальной информации, пластическая составляющая которой обрывается во взаимодействии основных участников создания изображения, таких как плоскость, форма, текстура, цвет.

Предпосылкой для возникновения плаката стали европейские промышленные революции XVII–XVIII веков, обусловившие возникновение машинного производства, что, в свою очередь, привело к массовому производству вещей, сбыт которых требовал рекламы. Уже в середине XIX века, с появлением тиражного производства и массовым оказанием услуг, в рекламе возникает острая необходимость. Именно реклама обуславливает возникновение плаката, его предтечей можно считать рекламные гравюры, народный лубок, существовавшие в Европе повсеместно, но их количество и патриархальное качество не удовлетворяет запросы растущего рынка.

Качественным скачком в развитии изобразительных средств плаката становится

изобретение цветной литографии (хромолитографии), получившей широкое распространение в Европе в последней трети XIX века. В 1866 году француз Ж. Шере открывает в Париже первую литографскую мастерскую, а в 1869 году печатает первую цветную афишу, соединяя цветную литографию и выпуклую типографскую печать (слово *афиша* происходит от фр. *affiche* – плакат). Возможность тиражирования и цвет сделали хромолитографию самой популярной техникой, ею выполнялись все афиши до начала XX века. Таким образом, благодаря изобретению цветной литографии, в конце XIX века во Франции создаются технические предпосылки для развития плаката. Следует указать, что листовые рекламно-коммуникативные формы существовали и в других странах мира с развитыми традициями шрифтовой культуры, но именно во Франции возникает и впоследствии оформляется в самостоятельный вид графики плакат.

«Рождение» плаката происходит благодаря факторам, возникшим последовательно и почти одновременно: массовое производство, обусловившее необходимость в рекламе и коммуникации, изобретение новых печатных технологий и, что очень важно, наличие во Франции качественной художественной среды, ее готовности реагировать на новизну. В научной литературе художественная жизнь Франции XIX века освещена достаточно широко. Мы же сосредоточим свое внимание на стиле модерн, повлиявшем на формирование пластического языка плаката, именно «плакат модерна называют золотым веком плакатной графики» [1].

В 1890–1900 годы французский плакат переживает необычайный расцвет. В это время в плакате работают выдающиеся европейские художники: О. Бердслей, П. Боннар, В. де Вельде, Э. Дега, Г. Доре, А.-М. Кассандр, Ф. Леже, А. Матисс, А. Муха, П. Пикассо, А. Тулуз-Лотрек. Рассматривая творчество А. Тулуз-Лотрека, Д. Сарабьянов пишет, что «последовательного выражения стиль Тулуз-Лотрека, пожалуй, наиболее находит в плакате. ...Тулуз-Лотрек, несмотря на то, что он сделал на своем веку меньше плакатов, оказался в своих плакатах самым совершенным и артистичным» [2].

«В 1890-е годы французский плакат проникает в другие страны и оказывает влияние на другие художественные школы. (...) В 1894 году первый свой плакат создает в Париже Альфонс Муха...» [2]. На Международной плакатной выставке в Кракове в 1898 году экспонируется больше 250 плакатов из Франции, Англии, Бельгии, Германии, Америки. Здесь представляют

работы А. Тулуз-Лотрек, А. Муха, Т. Хейне, Ж. Шере. Это событие становится сильнее толчком для развития плаката в Польше.

Исторические предпосылки формирования пластического языка плаката. Во второй половине XIX века Европа открывает для себя японскую культуру: в Лондоне и Париже появляются специализированные магазины предметов восточного искусства. Искусство Востока становится модным, вызывает восхищение, пробуждает интерес к творчеству. Изучая взаимовлияния культур Востока и Запада, Н. Николаева в своей работе «Япония–Европа. Диалог в искусстве. Середина XVI – начало XX века» указывает, что «первые произведения традиционной японской живописи и графики, которые могли бы дать представление о духовных идеалах японского народа, появились в Европе лишь в XIX веке, когда и начался подлинный диалог культур, обоюдное движение навстречу друг другу» [3]. А первое реальное воздействие на европейскую культуру со стороны Японии проявилось в живописи – у мастеров второй половины XIX века. «Европа впервые открыла для себя японское искусство как явление не только равновеликое достижениям мастеров прошлого, но и как источник художественных идей, важных для современного творчества. Это новое знакомство с Востоком стимулировало ускоренное решение проблем, к которым европейское искусство подошло в силу собственного развития. И хотя интерес к внеевропейским культурам и освоение их художественного опыта, свойственный Европе рубежа веков, включал разные страны и народы, влияние японского искусства в силу присутствия ему качеств оказалось наиважнейшим и самым продуктивным» [3].

«Японское искусство стало катализатором развития новых художественных стилей и живописных систем. Оказав существенное влияние на импрессионизм, пластически обосновав синтетизм и клуазонизм, оно предопределило и дальнейшее развитие европейского искусства, существенно повлияв на эстетику символизма и модерна» [4].

Если импрессионисты «заимствовали у японской гравюры стилистические приемы и пластические решения: локальность и чистоту цвета, плоскостность, подчеркивание контуром, спонтанность ракурсов, изогнутость линий, асимметрию» [4], то в модерне эти стилистические приемы и пластические решения не просто находят свое дальнейшее развитие, а канонизируются в знаковые формы.

«Для модерна особенно важным оказался диалог с Востоком, – указывает Д. Сарабьянов. – Этот диалог был начат романтиками, в живо-

писи он был продолжен импрессионистами, но особенно развернулся в период господства стиля модерн. Художники модерна, как бы включив в свой «состав» восточные элементы, использовали орнаментальные мотивы средневекового Ирана, традиции условной живописи Китая и Японии и многие другие традиции Востока. Среди всех явлений широкой истории и географии культуры, оказавшихся в пределах внимания стиля модерн, искусству Востока принадлежит едва ли не главное место. Таким образом, художественные направления, предшествовавшие и сопутствующие модерну и положившие начало открытию культуры Востока, явились своеобразной исторической предпосылкой нового стиля» [2].

Современный исследователь модерна Г. Фар-Беккер в работе «Искусство модерна» указывает, что «тезис о влиянии японского искусства на стиль модерн в целом не требует доказательства и находит свое подтверждение в бесчисленных фактах. Все возможные приемы, заставляющие вспомнить об истоках искусства рубежа веков, обнаруживают себя в разнообразных преломлениях: в ассиметричных композициях, новых, взятых из окружающей природы мотивах, в почитании Пустоты, заменившей страх перед ней, и, наконец, в красоте линии» [5]. Для нас очень важны размышления Г. Фар-Беккера о том, что «причины воздействия на модерн японского искусства лежали не в причудах или любви к экзотике, а в непосредственности и прямолинейности, которые в Европе были интеллектуально «перекрыты»» [5]. Именно креолизованному тексту плаката, в большей степени, чем другим видам графики, присуща непосредственность и прямолинейность речевых конструкций (изобразительная и вербальная составляющая), здесь наилучшим образом прослеживается глубина пустоты локальной плоскости с ее энергетическим смыслом.

Изучая изобразительный аспект визуального языка графического дизайна Е. Калашникова пишет, что именно «знакомство Европы в 60-х годах XIX века с цветной ксилографией Японии заставило художников коренным образом изменить свое отношение к трактовке формы, пространству и цвету» [6]. Проводя сравнительный анализ двух различных графических систем, Е. Калашникова приходит к выводу, что «принципиальное отличие европейской графики заключалось в отношении к трактовке формы и пространства – до последнего десятилетия XIX века она была объемно-пространственной. Европейская графика имела самое непосредственное отношение

к живописи, отсюда проистекала тональная живописность при создании изображения. В отличие от нее, в японской гравюре композиция имела силуэтное решение. Трактовка формы осуществлялась за счет локального пятна, закрытого по силуэту рисующей линией, она же показывала направление движения условной формы внутри пятна. В цветовом решении имело место сочетание условного цвета с реальным цветом вещей. Пространство решалось условно или плоскостно» [6].

Анализируя европейское искусство XIX века, Е. Калашникова замечает: «Из живописи и графики постепенно исчезли тонко нюансированные свет и тень при создании формы и пространства, сформировался новый подход – сочетание в одной работе условного пространства с объемной и плоскостной трактовкой формы. Возросшая мера условности при создании объема проявилась в отказе от развития тепло-холодности, рисующая линия фиксирует место перелома формы не только на плоскости, но и объеме; в цветовом решении работ имеет место соединение условного и реального цвета вещей» [6]. Так, благодаря влиянию японской гравюры, в плакате вырабатывается специфическое отношение к цвету – это хорошо сгармонизированные цветовые пятна с рисующей по контуру линией: с помощью подчеркивания увеличивается цветность пятна. В отличие от японской гравюры, где в силуэтной пластике элементов композиции наблюдается условность и обобщенность, в плакате силуэт сохраняет пластику природы. В плакате модерна объемная трактовка формы и плоскостное решение формы и пространства органичны и дополняют друг друга.

О месте плаката в модерне Д. Боровский пишет: «Плакат и модерн одновременно переживали период становления и самосознания. Плакат во многом стал рупором модерна, «визитной карточкой» его стилевых поисков. Плакат и модерн удивительно подходили друг другу. ...Подлинный плакат – это плакат не только рекламирующий, а и просвещающий, эстетически воспитывающий» [1]. И сегодня основной функцией плаката остается рекламная функция, которая, в свою очередь, разделяется на атрактивную (необходимость привлечь внимание), информативную, имиджевую, мотивирующую, воспитывающую, эстетическую и пр.

Остановившись на задачах модерна, Ю. Стернин пишет, «пытаясь преобразовать окружающую действительность по законам красоты, он (модерн) тщился соединить несоединимое, апеллируя своим творчеством к будничному» [7]. Именно плакату, с органично

присущей ему коммуникативностью, в наибольшей степени свойственна апелляция к будничному, массовому. Д. Боровский указывает, что проблема массовости в искусстве в модерне ставилась особенно остро. Также им отмечено, что плакат искал свое жизненное пространство как в реальной среде – улица, так и в содружестве с другими искусствами – театр, кино. Поиск синтеза, свойственный модерну, происходит и в плакате, исходя из понимания большого синтеза искусства, Д. Сарабьянов называет его «малым синтезом» [2].

Решающее значение, по мнению Д. Боровского, в формировании языка плаката эпохи модерна имели «коллективные творческие интересы эпохи». Если рассматривать эти «коллективные интересы» в более широком контексте, то они связаны, прежде всего, с пониманием значимости эстетического осмысления среды [1]. А эстетическое осмысление и освоение среды в конце XIX века происходило посредством стиля модерн. Он стал и инструментарием, и результатом получения нового эстетического опыта. Первые плакаты, развиваясь внутри стиля модерн, впитывают универсальные принципы формообразования стиля. Например, быстро и прочно входит в графическую систему плаката знаменитая «линия Орта», или «удар бича», подобна змее, изгибающейся в движении, которую Д. Сарабьянов называет «исходной, формирующей стиль линией». Столь же чутко воспринял плакат устойчивую всесторонне разработанную иконографию модерна. Через заложенное в его природе стремление к идеографическому обозначению понятий. Близкими оказались многие сущностные установки, которые можно истолковать как предпосылки стиля и в то же время как предпосылки развития и распространения плакатной графики» [2].

Размышляя о японской культуре, Н. Николаева указывает: «Наконец, уже в XX столетии понастоящему был осознан сформировавшийся в лоне японской культуры своеобразный тип мышления, связанный с эстетически окрашенным отношением к действительности и преобладанием интуиции над абстрактно-логическими поисками истины. Благодаря этому, как отмечают специалисты, японцы овладели

иным, чем другие народы, более “экономным” методом извлечения информации из окружающей среды. Как известно, в японском искусстве, будь то поэзия или живопись, преобладало не прямое, иносказательное воспроизведение реальности. Можно сказать, что троп – метафора, сравнение, метонимия – был не просто элементом поэтики, но способом мировоззрения, важнейшим качеством менталитета нации» [3].

Заключение. Плакат как художественное явление возник и оформился во Франции в конце XIX века. Его появление обусловлено экономическими и техническими предпосылками: необходимостью в рекламе и изобретением цветной литографии. Расцвет французского плаката (1890–1900) совпадает с расцветом стиля модерн. Первый визуально-пластический язык плаката – язык стиля модерн, который сформировался в результате освоения французскими художниками пластики японской гравюры. Именно поэтому для плаката стиля модерн характерны сочетание условного пространства с объемной и плоскостной трактовкой формы, наличие силуэтной линии, заимствованные из японской гравюры. Но в отличие от японской гравюры, где в пластике формы существует большая мера условности, в данном виде графики фигуративный силуэт сохраняет пластику эстетизированной природы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боровский, Д. А. Плакат модерна / Д. А. Боровский // Музей 10. Искусство русского модерна. Художественные собрания СССР: сб. ст. / сост. А. С. Логинова. – М.: Совет. художник, 1989. – С. 116–126.
2. Сарабьянов, Д. В. Стиль модерн. Истоки. История. Проблемы / Д. В. Сарабьянов. – М.: Искусство, 1989. – 294 с.
3. Николаева, Н. С. Япония–Европа. Диалог в искусстве. Середина XVI – начало XX века / Н. С. Николаева. – М.: Изобразительное искусство, 1996. – 400 с.
4. Импрессионизм: Иллюстрированная энциклопедия / сост. И. Г. Мосин. – СПб.: ООО «СЗКЭО “Кристалл”», 2004. – 320 с., ил.
5. Фар-Беккер, Г. Искусство модерна / Г. Фар-Беккер. – Köln: Konemann Verl. mbH, 2004. – 426 с.
6. Калашникова, О. А. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плаката) [Текст]: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. мистецтвознав.: 17.00.07 / Калашникова О. А.; Харк. держ. акад. дизайну і мистецтв. – Харків, 2011. – 24 с.
7. Стернин, Ю. Г. Вступительная статья / Ю. Г. Стернин // Музей 10. Искусство русского модерна. Художественные собрания СССР: сб. ст. / сост. А. С. Логинова. – М.: Совет. художник, 1989. – С. 7.

Поступила в редакцию 23.10.2018 г.