

Современная иллюстрация предполагает использование цифровых технологий. Это включает в себя работу с графическими редакторами. Иллюстрации, созданные в этой технике, часто создаются в программе Adobe Photoshop, которая позволяет пользователю создавать необходимые текстурные кисти, работать со слоями и легко их корректировать. Некоторые дизайнеры совмещают две техники: ручную и цифровую. Например, сначала что-то рисуется от руки, затем изображение сканируется и дорабатывается с помощью профессионального программного обеспечения.

Закключение. В современном мире книги перестали быть просто связующим звеном между людьми. Развитие книжной иллюстрации тесно связано с тенденциями в графическом дизайне. Эти две дисциплины имеют общие черты, ведь их цель – передать необходимую информацию и в то же время вызвать определенные эмоции, ощущения и ассоциации.

Свобода и креативность современных дизайнеров видна через разнообразные тенденции в книжном дизайне. Способствуя формированию современного изобразительного искусства, графический дизайн вносит инновационный вклад в развитие социально-экономической и культурной сферы жизни.

1. Бабич, Е. А. Тенденции книжного дизайна // Молодой ученый. 2021. № 26 (368). С. 413–415 [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/368/82719/> (дата обращения: 01.09.2023).

2. Деспамес, Л. П. Роль графического оформления книги в восприятии произведений художественной литературы // Карельский научный журнал. 2019. Т. 8, № 4. С. 91–93 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-graficheskogo-oformleniya-knigi-v-vospriyatii-> (дата обращения: 01.09.2023).

3. Макарова, И. О. Компьютерная графика в книжной иллюстрации // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2011. № 4. С. 182–185 [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17340823> (дата обращения: 09.08.2023) (дата обращения: 01.09.2023).

4. Лаврентьева, Е. А. Текст и контекст в графическом дизайне: актуальные проблемы и тенденции визуализации текста. М.: Московский государственный художественно-промышленный университет имени С. Г. Строганова, 2008. 230 с.

БЕЛОРУССКИЙ ПЛАКАТ КАК СРЕДСТВО ГРАФИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Мельникова Н.О.,

*магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Цыбульский М.Л., канд. искусствоведения, доцент*

Ключевые слова. Белорусский плакат, графический дизайн, реклама, искусство, графика.

Keywords. Belarusian poster, graphic design, advertising, art, graphics.

Плакат – это один из самых доступных и широко используемых видов искусства графического дизайна. Он является неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, окружая нас повсюду: на улицах городов, в общественных местах, в транспорте, в магазинах и т.д. Плакаты используются для рекламы, информирования, пропаганды и других целей.

По мнению А.Г. Голубович, «белорусское плакатное искусство – явление уникальное» [1, с. 7]. Плакат долгое время был доминирующей формой рекламной коммуникации на территории современной Беларуси, чем и обусловлена актуальность подхода, представленного в данной статье.

Цель – анализ художественных и технологических факторов эволюции плаката как средства графического дизайна.

Материал и методы. Материалом для этого исследования послужили творческие работы белорусских дизайнеров, выполненные в области плаката XX начала XXI веков. Для реализации цели исследования в работе использовались материалы научных публикаций в области графического дизайна, творческие работы отечественных авторов. Методами исследования являются: исторический и метод сравнительного анализа.

Результаты и их обсуждение. Дизайн плакатов – это сложный творческий процесс, который включает в себя выбор цветовой гаммы, шрифтов, композиции, изображений и текста. Человечеству плакат известен очень давно. Первые плакаты, как правило, носили

информационный характер, освещая о событиях, объявлениях и правилах, украшая городские площади и здания.

В годы Первой мировой войны (1914–1918) на территории Беларуси преобладал агитационный плакат, использовавшийся для призыва в армию, помощи раненым. Рекламная коммуникация посредством плаката замещала газету, поскольку плакат был более доступен широким массам, содержал лаконичные лозунги и всем понятные изображения: «плакат боролся, он был оружием, и его, как оружие, берегли» [1, с. 8]. В послереволюционный период рекламная коммуникация была ориентирована прежде всего на пропаганду «новых» ценностей и «нового мира».

В 1940-е – 1960-е гг. основным издательством, которое специализировалось на издание плаката, было издательство «Беларусь». Вместе с тем плакаты на профильную тематику издавали при министерствах БССР. Кроме плакатов политически-пропагандистской тематики, создавались рекламные, просветительские плакаты, театральные, цирковые и киноафиши. Среди художников того времени следует отметить Н. Гуциева, Л. Замаха, И. Маслана, П. Калинина, С. Романова, Е. Тараса.

С конца 1950-х гг. белорусские плакаты в своем художественном решении, под влиянием польской и литовской школы, мировых тенденций, меняющихся от героического реализма к более стилизованной технике, условной подачи образов, характерной для искусства времен «оттепели». Среди пионеров подобной техники следует отметить Т. Игнатенко.

Этапный период формирования белорусской школы плаката приходится на 1960–1970-е гг. Этот процесс связан с созданием полиграфической и издательской базы для системного развития плакатной графики, мероприятиями по совершенствованию системы подготовки художественных кадров, взаимодействием художественных школ, успешным выходом плаката на международную арену. Одним из первых среди белорусских авторов в международных биеннале начал участвовать плакатист Владимир Круковский. Так, в 1978 г. большой интерес вызвал его плакатный лист «Назаўсёды ў памяці народа» [2].

В последней трети 20 века – период зрелости и становления национальной школы плаката. В это время работают К. Ракицкий, В. Сытченко, В. Цеслер, А. Шелютто, С. Войченко.

С появлением интернета на рубеже XX–XXI вв. печатные плакаты постепенно уступают место цифровым аналогам, но остаются популярными в культуре и искусстве как уникальный формат коммуникации и самовыражения [3].

Современные плакаты часто используют векторную графику, а также 3D-технологии для создания более динамичного и объемного изображения. Также важную роль играют анимация и интерактивные элементы, которые делают плакаты более привлекательными и запоминающимися.

Новая форма плаката – рекламный. Оформление рекламных материалов заметно упростилось. Чем меньше лишнего «визуального шума» на вашем рекламном плакате, тем лучше. Современные дизайнеры используют рубленые или же с засечками шрифты. Редко в плакатах можно увидеть более двух разных видов, иногда для выделения заголовка или названия используется декоративный, созданный отдельно под конкретный бренд шрифт. Палитра имеет от 1 до 4-5 цветов, стараясь сделать картинку не перегруженной, лаконичной и легко читаемой.

Заключение. Графический дизайн плакатов – это не просто техническое умение, это искусство создавать уникальные и выразительные образы, способные привлечь и удержать внимание зрителя. Плакаты – это не только реклама, но и графическое произведение искусства, способное вдохновить и задуматься.

1. Голубович А. Г. Белорусский советский плакат. Минск: Беларусь, 2014. 302 с.

2. Атрахович, Е. И. Белорусский плакат: особенности становления национальной художественной школы / Е. И. Атрахович // Культура. Наука. Творчество : сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств [и др.]. – Минск, 2013. – Вып. 7. – С. 89–93.

3. Атраховіч, А. І. Беларускі плакат : тэндэнцыі і перспектывы развіцця /А. І. Атраховіч // Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі / Ін-т мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору імя К. Крапівы НАН Беларусі ;наук. рэд. А. І. Лакотка. – Мінск : Беларус. навука, 2006 – Вып. 1 – С. 8.