

## ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТУ

**Чікало Б. П.**, викладач кафедри дизайну, здобувач

**Романенко Н. Г.**, д.т.н., професор, завідувач кафедри дизайну

Черкаський державний технологічний університет

**Анотація.** В публікації здійснено аналіз різних видів плакату, досліджено художньо-інструментальні засоби його створення.

**Ключові слова:** соціальний плакат, виразність плаката

**Аннотация.** Чикало Б. П. Романенко Н. Г. Художественно-образные особенности социального плаката. В публикации осуществлен анализ разных видов плаката, исследованы художественно-инструментальные средства его создания.

**Ключевые слова:** социальный плакат, выразительность плаката

**Annotation.** Chikalo B. P., Romanenko N. G. The art-shaped features of the social poster. There is the analysis of different kinds of the poster and the investigation of art-tool means of its creation in this publication.

**Key words:** the social poster, expressiveness of the poster.

**Постановка проблеми.** Становлення соціального плакату, як жанру соціального мистецтва, не можна розглядати окремо від соціальних і політичних перетворень в країні, в світі. Лише враховуючи ці перетворення, можна створити цілісне уявлення про шлях становлення соціального плакатного мистецтва.

Плакат, як вид зображувального мистецтва, отримав індульгенцію на існування не так давно. Відомо [1], що мистецтво – одна із форм суспільної свідомості, що відображає дійсність за допомогою художніх образів. Кожен вид мистецтва (поезія, живопис, графіка, скульптура тощо) має свої специфічні засоби художнього вираження, свої закони опрацювання естетичного матеріалу. Зображувальне мистецтво [2] – це комплекс пластичних мистецтв, пов'язаних із створенням статичних зображень та матеріальних форм. Здатність мистецького твору відображати об'єктивно існуючу дійсність в наочних образах за якісними реаліями світу: кольором, простором, матеріальними формами предметів обумовлюється психічними властивостями і здатностями митця – особистості, а продуктом психічного сприйняття цієї дійсності є художній образ. Саме за такий спосіб пізнання світу зображувальне мистецтво вносить свій вклад у формування суспільної свідомості, одним із видів якого є соціальний плакат.

Викликає зацікавленість дослідити художньо-інструментальні засоби створення соціального плакату, що здатні посилювати враження та емоціональний вплив цього виду зображувального мистецтва на глядача.

**Мета роботи** полягає в проведенні аналізі різних видів плакату, в дослідженні художньо-інструментальних засобів створення соціального плакату.

**Робота виконана** у відповідності до плану НДР кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету.

### **Викладання основного матеріалу досліджень**

Плакат – одиночний витвір мистецтва, коріння якого сягає далекого минулого. Своєму лінгвістичному походженню цей термін зобов'язаний французькому *placard*, а потім німецькому *Plakat*, що раніше трактувалося, як оголошення, афіша. Сьогодні ми розуміємо, що це лаконічне і помітне зображення з коротким текстом, представлене, за звичай на форматі А1, далеко перевершило за своїм тлумаченням зміст терміну «афіша» або «оголошення». Могутня енергетика, суттєва графічна виразність на фоні ідеології дозволяє вважати плакат цілим пластом світової культури. І, мабуть, не випадково на знамениті афішні тумби Варшави вивішуються роботи переможців польських бієнале плаката [3]. Слід зазначити, що саме у Польщі, в передмісті Варшави Віланові, 4 червня 1968 року відкрився перший у світі Музей Плакату, що отримав статус філіалу національного музею. Ця знаменита подія здійснилася зусиллями професора Станіслава Лоренця, торішнього директора Національного Музею Варшави. І до тепер Музей Плакату збирає, описує і зберігає витвори плакатного мистецтва. В аналізі 19-ї Міжнародної бієнале плакату (Варшава, 6 червня, 2004) наведено коментарі невідомого очевидця: «Мені задається, що з афішних тумб Варшави взагалі не зривають старих плакатів. З кожним роком тумби обмотують новими культурними шарами і вони стають ще товстішими і товстішими. Оце буде забава для небожителів старизни і дослідників минулого».

Таким чином, плакат є одним із жанрів мистецтва і обумовлює цілий пласт світової культури.

Плакат, як вид мистецтва, може «працювати» тільки в суспільстві, тому що мета створення будь якого плакату і задачі для її досягання – це привернути увагу *Homo sapiens*. Тому, за великим рахунком, будь-який плакат є соціальним. Але, серед сучасних плакатистів, мається на увазі останні п'ятдесят років, склалася своя точка зору щодо визначення соціального плакату. Соціальний плакат повинен бути проблемним і за своїм лаконічним змістом привертати увагу глядача, громадянина до існуючої проблеми; за можливістю надихати людину (соціум – суспільство) на її вирішення. Всі останні види плакату – агітаційний, рекламний, політичний, театральний, інформаційний, учбовий тощо відповідають назві свого спрямування.

В якості прикладу можна навести плакат „ПОМОГИ” Д. С. Моора (рис. 1). Плакат створений у 1922 році і волає про необхідність допомоги голодному селянину. Чи можна його віднести до соціального плакату? В країні лихо, післяреволюційний голод і розруха. Звичайно це – соціальний плакат. Побудувавши його на контрасті: білі елементи на чорній площині, чорне слово «Помоги» на білому тлі, майстер плакату знаходить такі гротескні метафори, що здатні не тільки привернути увагу людини, а й закликати до співчуття, до бажання допомогти, а саме: складна за силуетом людська постать, зламана лінія колоска і літери, зібрані в блок. Підсумуємо контрастні відношення: біле і чорне, велика фігура і маленький колосок, пляма фігури і лінії складної за

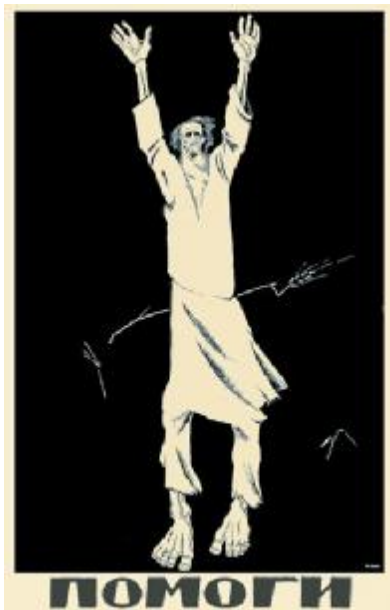


Рис. 1. Плакат Д. Моора  
«Допоможи»



Рис. 2. Плакат Б. Чікало  
«М'ясорубка»

силуетом плями, а також проста в сприйнятті чорна площина, на якій організована композиція. Активне повторення білого кольору утримує композицію. Вона настільки виразна, що зрозуміла будь-якому глядачу, навіть тому, хто не зміг прочитати слово. Плакат містить пристрасть (сильне, стійке і глибоке почуття, що повністю охоплює людину і підпорядковує собі направленість її думок і дій). Те почуття, про яке любив повторювати видатний майстер плакату, відомий художник – графік, заслужений діяч мистецтв СРСР Дмитро Стахієвич Орлов (псевдонім МООР): «Страсть – вот, что нужно в плакате, только тогда он будет себя оправдывать» [3].

Таким чином, одним із основних засобів забезпечення враження на глядача є контраст. Твір, що вимагає моментального, активного візуального впливу на глядача, вимагає саме такого засобу гармонізації композиції, як контраст темного і світлого, чорно-білої графіки. Для створення плакатів може бути використаний контраст форм, кольору, фактури, виражені графічно. Саме контраст дає можливість швидкого читання теми, інформації, сюжету.

Вітчизняна плакатна творчість стала широко використовуватися для висвітлення проблем екології, профілактики на початку восьмидесятих років попереднього сторіччя, коли почалася розбудова українського суспільства. Зміни в економіці сприяли піднесенню ролі художньо-проектної діяльності у виробництві, естетичному формуванні предметно-просторового середовища міст, у формуванні естетичного відчуття громадянина нашої держави.

Однією із проблем сьогодення на Україні є наркоманія. Це лихо затягує молодь і вимагає пильної уваги усіх небайдужих. Автори публікації пропонують своє бачення профілактичного плакату соціального спрямування, зміст якого націлений на боротьбу із наркоманією (рис. 2).

Мета профілактичного плаката – збереження здоров'я людини, профілактика захворювань, дотримання правил безпеки життєдіяльності. Ці плакати попереджають, пояснюють, виховують. Вони оточують нас всюди: в транспорті, в медичних установах, зонах відпочинку, на робочих місцях тощо. Специфіка даного виду плаката вимагає використання ефективних образотворчих прийомів, які б не тільки привертали увагу глядача і запа'ятовувалися, а й впливали б на його підсвідомість. Не вимагаючи складних композиційних рішень і багатослівності, запропонований профілактичний плакат, створений шляхом використання контрасту темного і світлого – чорного і білого кольорів, чорного і жовтого, як самого світлого хроматичного кольору, здатен привертати увагу глядача динамікою руху. На плакаті бачимо “механізм дійсності м'ясорубки”, потрапляючи в який не кожному вдається вибратися з цього процесу. Мета даного плаката – вплинути на підсвідомість людини, показати безвихідність вибраного життєвого шляху. Поступившись один раз, людина потрапляє в залежність, результат якої очевидний. Спочатку ейфорія захоплює, але потрапивши в залежність від “дози задоволення”, зачинаєш собі шлях назад. На жаль, за звичай, кінець – летальний.

**Висновки.** Здійснивши аналіз різних видів плакату, дослідивши художньо-інструментальні засоби створення соціального плакату можна зробити наступні висновки:

1. Плакат, будучи одним із жанрів мистецтва, обумовлює цілий пласт світової культури;
2. Одним із основних засобів забезпечення враження на глядача є контраст;
3. Запропонований профілактичний плакат, створений шляхом використання контрасту темного і світлого, здатен привертати увагу глядача динамікою руху.

#### Література:

1. Энциклопедический словарь. Гл. редактор В. А. Введенский, т. 1, 1963. – 656 с.;
2. Украинская советская энциклопедия, том 4. – К., 1982. – 560 с.;
3. 19-я Международная Биеннале плаката // Просто дизайн. – Журнал по графическому дизайну. – С.-Пб. – 2004, №4. – С. 34-41;
4. Северина О. Н. Развитие темы «Атомной опасности» в искусстве плаката // Вісник Харківської державної академії дидактики і мистецтва: Зб. наук. пр. / За ред. Даниленка В. Я. – Харків: ХДАДМ, 2006. – №2. – С. 20-32;

*Надійшла до редакції 31.03.2009*