

ОСОБЛИВОСТІ ЗОБРАЖУВАЛЬНОЇ МОВИ ПЛАКАТА

Романенко Н.Г., д.т.н., професор,
Афонін В.А., заслужений Художник України, доцент,
Чікало Б.П., викладач кафедри дизайну,
Жупаненко І.В., магістр спеціальності «Дизайн»
Черкаський державний технологічний університет

Анотація. В публікації здійснено аналіз різних видів плаката, досліджено художньо-інструментальні засоби його створення та окреслені особливості його зображувальної мови.

Ключові слова: плакат, виразність плакату, особливості зображувальної мови плакату

Аннотация. Романенко Н.Г., Афонин В.А., Чикало Б.П., Жупаненко И.В. **Особенности изобразительного языка плаката.** В публикации осуществлен анализ разных видов плаката, исследованы художественно-инструментальные средства его создания и очерчены особенности его изобразительного языка.

Ключевые слова: плакат, выразительность плаката, особенности изобразительного языка плаката.

Annotation. Romanenko N.G., Afonin V.A., Chikalo B.P., Zhupanenko I.V. **Features of graphic language of placard.** The analysis of different types of placard is carried out in a publication, artistically-instrumental facilities of his creation are investigational and the features of his graphic language are outlined.

Keywords: placard, expressiveness of placard, features about graphic language of placard.

Постановка проблеми. Тлумачення терміну «плакат» походить від французького placard, а потім німецького Plakat, що в перекладі означає «оголошення», «афіша», але сьогодні із впевненістю можна стверджувати, що це лаконічне і емке зображення з коротким текстом далеко перевершило за своїм змістом термін «афіша» або «оголошення».

Мета роботи полягає в дослідженні художньо-інструментальних засобів створення соціального плаката та особливостей його зображувальної мови,

застосованої на прикладі поліптиху магістерської роботи Жупаненко І.В. при розгляданні проблем зі СНІД (ом) та поширенні ВІЛ-інфекції.

Зв'язок роботи з важливими науковими і практичними завданнями.

Дослідження проведено в рамках комплексного плану науково-дослідних робіт кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету за темою 94-09: „Дизайн центральної України в контексті художньо-проектної культури СІС-XX століття” за кошти навчального закладу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день Україна займає одне із перших місць в Європі за темпами розповсюдження ВІЛ-інфекції. Цьому сприяли такі соціальні, економічні та політичні процеси: зниження рівня матеріального забезпечення, зростання бідності, зростання безробіття, зниження якості медичних послуг, занепад державної системи охорони здоров'я, нерозвиненість системи дозвілля для молоді, зміна системи цінностей в суспільстві, поширення проституції, вживання наркотиків та багато інших. Відповідно до чого, Україна характеризується як середовище ризику, де соціально-економічна ситуація та демографічна криза підвищують розповсюдження інфекції серед основного населення, зменшують можливості суспільства протидіяти епідемії. Прогнози на 2010 рік не втішні ... [1].

Одним із істотних засобів боротьби з вищезазначеною проблемою є візуалізація цих проблем; саме образами, що створюються у плакаті, повинні передавати уявлення і дії щодо її вирішення. Функції плакатних видань, присвячених проблемам ВІЛ/СНІДу, як відомо [2-4], формуються відповідно основній меті соціального повідомлення, а саме: готовності членів суспільства захищати себе під час статевих стосунків і ін'єкцій, думати про безпеку як рідних, так і чужих людей, сприяти соціальним програмам тощо. Відображення поставлених завдань вимагає відповідної площі. В наслідок чого художник звертається до нового, але досить цікавого виду плакатного мистецтва – поліптиху (диптихи, триптихи тощо) [5].

Викладання основного матеріалу досліджень.

Як було підкреслено в публікації [6], зображувальна мова плаката визначається його дивовижною графічною виразністю, його потужною енергетикою, яка за гостротою змісту плаката вимагає від дизайнера-графіка, як суб'єкта суспільної свідомості, об'єктивної активізації свідомості і волі глядача. Одним із засобів суспільної активізації свідомості є соціальний плакат. Виконуючи визначену утилітарну функцію, він спрямований на вирішення конкретних соціальних задач, на формування етичних принципів і стереотипів із подальшим спонуканням глядача до дій [8]. Відповідно до чого, головною метою художника при створенні соціального плакату є прагнення привернути увагу суспільства до соціальних проблем, таких як паління, вживання алкоголю, наркоманія, СНІД, епідемії тощо, викликати співчуття і бажання допомогти. Саме цим і обумовлена актуальність дослідження, тому що СНІД «не спить».

Проаналізувавши плакати, присвячені проблемам СНІДу, і визначивши їх художньо-образні особливості, було створено поліптих, що складається з дев'яти графічних аркушів, пов'язаних зображенням червоної стрічки. Кожен плакат поліптиху містить частину стрічки, яка при окремому розгляданні є похідним елементом створення сюжетних ліній плакатів, а разом, при певному розміщенні, елементи об'єднуються в загальну картину, утворюючи зображення червоної стрічки (рис. 1).

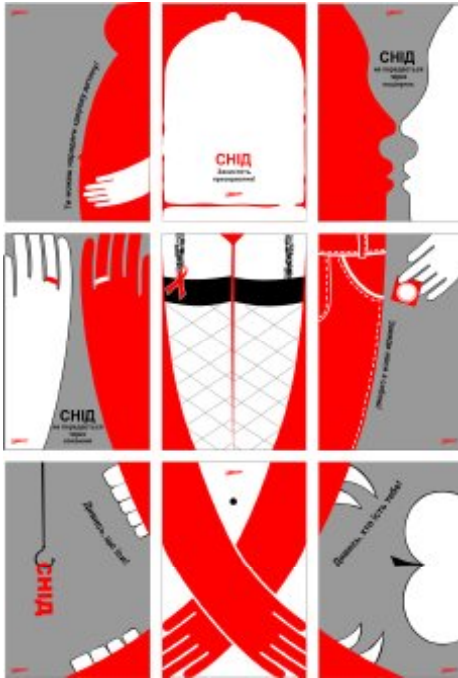
Використання в якості об'єднувального елементу зображення червоної стрічки обумовлене прагненням надати аркушам однозначності. Відповідно до чого, поліптих одразу ж ідентифікується глядачем, як об'єкт художньої творчості, присвячений проблемам ВІЛ/СНІД(у).

Кольорове вирішення поліптиху обумовлене використанням червоного, як основного кольору плакатів, присвячених проблемам ВІЛ/СНІДу, та ахроматичного ряду (білий і чорний). При створенні поліптиху застосовано знаковий засіб відображення сюжетів, що є також найбільш поширеним у проаналізованих плакатних виданнях. Розкладаючись на складові, червона стрічка починає існувати як графічний образ кожного окремого плакату. Таким чином, в роботі були використані найбільш дійові прийоми створення образу в плакатах, присвячених боротьбі з ВІЛ/СНІД (ом).

Сюжетом першого плаката є зображення вагітної ВІЛ-інфікованої жінки. Мета цього плаката - донести до всіх жінок, які мають таку проблему, думку, що вони можуть народити здорову дитину, адже багато майбутніх матерів, знаючи свій діагноз, в розпачі погоджуються на переривання вагітності. Композиція плаката має асиметрично-статичний характер, жінка обережно обіймає свій живіт, неначе намагається захистити майбутнє маля. Шрифтова частина розташована так, що підкреслює округлість форм.

Другий плакат поліптиху представляє стилізоване зображення презервативу. Мета заходу – показати його роль, як головного чинника запобігання інфікування на страшну хворобу при статевих відносинах. Плакат має статичну симетричну композицію, підкреслюючи важливість розглянутої проблеми. Пропагування безпечних інтимних стосунків на даний час є важливим аспектом серед інших проблем епідемії, адже убезпечивши населення, можна значно зменшити інфікування хворобою.

Третій плакат несе ідею толерантного ставлення до ВІЛ-інфікованих і висвітлює положення відносно того, що СНІД не передається через поцілунки і дотики. Композиція також є симетричною і відображає силуети обличчя двох людей за мить до поцілунку. Один з цієї пари є хворим на СНІД, що виражено за допомогою червоного кольору. Однозначності плакату додає напис «СНІД не передається через поцілунки». Ідея плакату обумовлена прагненням змінити ставлення здорових людей до інфікованих, не відмовлятися від підтримки та спілкування з хворими на СНІД, не робити з них приречених на самотню смерть, адже допомагаючи цим людям можна продовжити їм життя. До хворих на СНІД не слід ставитись, як до прокажених, адже



*Рис. 1. Поліптих «АнтиСНІД»
Магістерська робота
Ірини Жупаненко, 2009*

можливість інфікування СНІД(ом). Композиція плаката має симетричний характер, замість шрифтової частини лише знак червоної стрічки на одній із підв'язок жіночих панчів. Чорні резинки є кольоровим акцентом, визначаючи композиційний центр поліптиху. Зорово, першим сприймається саме цей плакат, виражаючи інтимні стосунки як один із основних засобів передачі ВІЛ-інфекції. Створений образ на плакаті, з яким асоціюються ці ноги, є проституція. Таким чином, плакат привертає увагу до проблеми передачі вірусу через незбірливі статеві стосунки.

Сюжет шостого плакату закликає завжди застосовувати захисні засоби, щоб запобігти захворюванню. Плакат виконує пропагандистську функцію стосовно використання презервативів, як засобу власного захисту і, на відміну від другого плакату, є, начебто, ілюстрованою інструкцією до дій. Він відображає людину, яка кладе презерватив собі в кишеню, а напис закликає: «Завжди носи з собою».

Сьомий плакат направлений на формування обережного ставлення до людей, з якими вступаєш в інтимні відносини. В плакаті застосовано метафоричне відображення проблеми, коли людина порівнюється з рибою, яка може потрапити на гачок з приманкою СНІД. Плакат пропагує обачне

інфікуватися може будь-хто.

Сюжет четвертого плакату також спрямований на формування толерантного ставлення до інфікованих між близькими людьми. Відомо багато випадків, коли сім'я відмовлялася від спілкування з хворим на СНІД. Ствердження, що СНІД не передається через кохання, закликає допомагати та підтримувати близьких людей, яких торкнулася страшна епідемія. Плакат є відображенням історії кохання двох людей один з яких є інфікованим. Це не стало на заваді їх одруженню. Користуючись засобом застереження від зараження, ця пара зможе прожити щасливе життя і навіть народити здорових дітей. Наука не стоїть на місці.

П'ятий плакат висвітлює незбірливі інтимні стосунки, як

ставлення до статевих партнерів. Композиція плаката асиметрична і динамічна – рот ніби от-от закриється, вхопивши гачок. Такий художній засіб композиції привертає увагу, адже людина подумки домальовує сюжет, внаслідок чого підсвідомо формується враження болю.

Восьмий плакат несе ідею самозахисту, зображуючи людину яка, схрестивши руки, прагне захистити себе. Функція сюжету полягає у формуванні відчуття самозахисту при інтимних відносинах. Композиція плакату має симетричний характер, сірий колір відсутній, залишаючи білому, притаманне йому за символізмом і семантикою, позитивне значення: радість, чистоту, здоров'я, примноження потомства, мир, злагоду.

Останній плакат є дзеркальним до змісту сьомого плакату, і несе ту ж ідею обережності при інтимних відношеннях. Метафора даного плакату полягає в тому, що замість людського рота зображено щелепу СНІД(у), а яблуко є символічним зображенням спокуси людини. Дев'ятий плакат також відзначається динамічною будовою, викликаючи у глядача відчуття відкушеного яблука, що вже не буде таким досконалим. Естетична функція плаката негативна, як і проблема, що підлягає візуалізації, загалом.

Висновки. Аналіз художньо-інструментальних засобів щодо створення соціального плаката та особливостей його зображувальної мови, застосованої на прикладі поліптиху магістерської роботи Жупаненко І.В. при розгляданні проблем зі СНІД (ом) та поширенні ВІЛ-інфекції, надає можливість стверджувати наступне:

1. Наочність і образність поліптиху перетворилася на дохідливу мову спілкування;
2. Композиційне рішення кожного плакату є оригінальним і неповторним;
3. Плакати об'єднані загальним графічним принципом візуальних образів та стильовими ознаками, а саме: однакове стильове та колірне рішення, використання логотипу Червоної стрічки, як константи, присутньої на кожному плакаті, аналогічність передачі текстового повідомлення, що обумовлене такими принципами графічної виразності, як єдність та гармонійність;
4. Однозначному сприйняттю плакатів, поряд із художнім рішенням, додає відповідне текстове супроводження;
5. Дев'ять плакатів, що складаються в поліптих, забезпечують відповідне враження за допомогою лаконічного графічного та колірнього рішення; зміст кожного плаката спрямований на окрему проблему, а загальне зображення поліптиху передбачає головну мету – привернути увагу.

Література:

1. Ілляш М.М., Тележенко Т.М. Соціально-економічні наслідки епідемії ВІЛ/СНІДу в Україні: Нові прогнози. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2003. – 146с.
2. Каталог Первого Международного конкурса плаката «Анти СПИД Украина». – Харьков, 2006. – 57 с.

3. Каталог Второго Международного конкурса плаката «Анти СПИД Украина». – Харьков, 2007. – 59 с.
4. Каталог Третьего Международного конкурса плаката «Анти СПИД Украина». – Харьков, 2009. – 68 с.
5. Дебнер, Д. Школа графического дизайна / Девид Дебнер; пер. с англ. В.Е. Бельченко. – М.: РИПОЛ классик, 2007. – 192 с.
6. Chikalo V.P., Romanenko N.G. Special feature of poster image perception Materials of the Third International Conference ECODESIGN-2009 “Monitoring global ecological problems: multimedia and information technologies”. – St. Petersburg, Russia, 14-16 May, 2009.
7. Кудин П.А., Ломов Б.Ф., Митькин А.А. Психология восприятия и искусство плаката. – М.: Плакат, 1987. – 208 с.

Надійшла до редакції 02.04.2010