

Брижинська М.С.

студ. магістратури, 6 курс «Графічний дизайн»,

Лесняк В.І.

професор

Харківська державна академія
дизайну і мистецтв

АМЕРИКАНСЬКИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН 50-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

Анотація. У статті проводиться аналіз стилевих особливостей американського графічного дизайну 50-х рр. ХХ століття як виду художньо-проектної діяльності.

Ключові слова: графічний дизайн, комунікативна функція, ілюстрація.

Аннотация. Брижинская М.С., Лесняк В.И. Американский графический дизайн 50-х годов ХХ столетия. В статье проводится анализ стилевых особенностей американского графического дизайна 50-х гг ХХ века как вида художественно-проектной деятельности.

Ключевые слова: графический дизайн, функция, иллюстрация.

Abstract. Bryzhinskaja M.S., Lesnyak V.I. American graphic design of 50th years of XX century. The article analyzes the stylistic features of American graphic design 50-ies of XX century as a form of art and design activities.

Keywords: graphic design, communicative function, Illustration.

Надійшла до редакції 17.10.2011

Постановка проблеми. У зв'язку з технологічним та економічним прогресом США у другій половині ХХ ст. графічний дизайн Америки зробив великий ривок і динамічно розвивався у цей час. Сформувався нові стилістичні напрями. Америка є однією з найбільш розвинених країн у сфері графічного дизайну, що дає можливість систематизації, аналізу й переосмислення матеріалу, а також визначення його впливу на сучасний графічний дизайн світу.

Мета роботи полягає у дослідженні історичного розвитку та аналізу стилевих особливостей американського графічного дизайну 50-х рр. ХХ ст. як виду художньо-практичної діяльності. Визначається ступінь впливу стилевих особливостей американського графічного дизайну 50-х рр. ХХ століття на сучасний графічний дизайн.

Результати досліджень. Вплив історичної спадщини американського графічного дизайну на сучасний розвиток графічного дизайну завжди була однією з актуальних проблем його теорії та історії. Розгляд історії графічного дизайну в Америці в зв'язку з вивченням сучасної практики виявляє ряд закономірностей. Перша з них, яку видно практично відразу після того, як починаєш вивчати проблему, властива не тільки дизайну, але й мистецтву взагалі. Це циклічність зміни підходів до проектування і графічних мов у розвитку стилів.

Основною потребою людей у 50-х роках ХХ століття було налагодження нормального мирного життя. Дизайн повинен був бути якісним, «спокійним», економічним, приємним оку [4, с.18]. Тому, суть стилістики графічного дизайну Америки 50-х років зводиться до наступного: простота, чистота, охайність, краса, ідеологія відродження достойного життя й пропаганда сімейних цінностей, оптимізм, економічність (що відповідало задачі відновлення економіки після війни). США в ці роки є світовим лідером і диктує свої естетичні ідеали і життєві установки всьому світу. Американський графічний дизайн і реклама переживають в 50-і роки ХХ століття «золоте десятиліття» і є орієнтиром для всього світу.

Стилістика американського графічного дизайну 50-х років складається з наступного:

- Висока технічність. В американському графічному дизайні 50-х часто використовуються живописні та графічні рішення. Дизайнери реклами відмінно володіють технікою реалістичного живопису і графіки, при цьому їх графічні рішення відрізняються яскравістю кольору і динамічністю форми.

- Реалістичність. Майстри американської реклами прагнуть максимальної життєвості зображуваних образів, точно передають різні відтінки емоцій. Стилізовані рішення зустрічаються у плакатному мистецтві, в ідентифікаційному дизайні.

- Оптимістичність, динамічність, контрастність, кольоровість.

- «Зрозумілість», простота образів, прийомів.

50-і роки ХХ століття – час, коли вперше виникає культ молодості і культ рок-н-ролу. Відповідно, графічний дизайн починає орієнтуватися на молодіжну аудиторію, експлуатувати рок-н-рольні тематику.



Рис. 1. Реклама крекера, 1954



Рис. 2. Реклама, Пам Холл, 1951

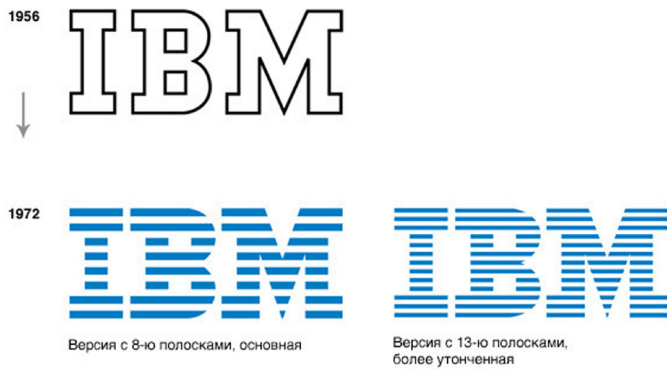


Рис. 3. Поль Ренд, логотип IBM, 1956, 1972



Рис. 5. Альвін Ластіг, обкладинка, 1947

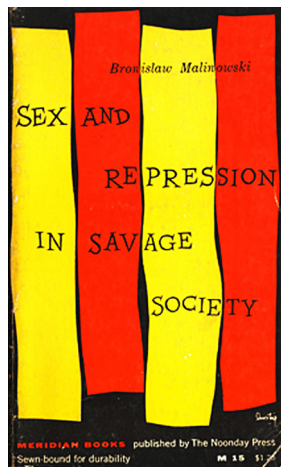


Рис. 6. Альвін Ластіг, обкладинка, 1941

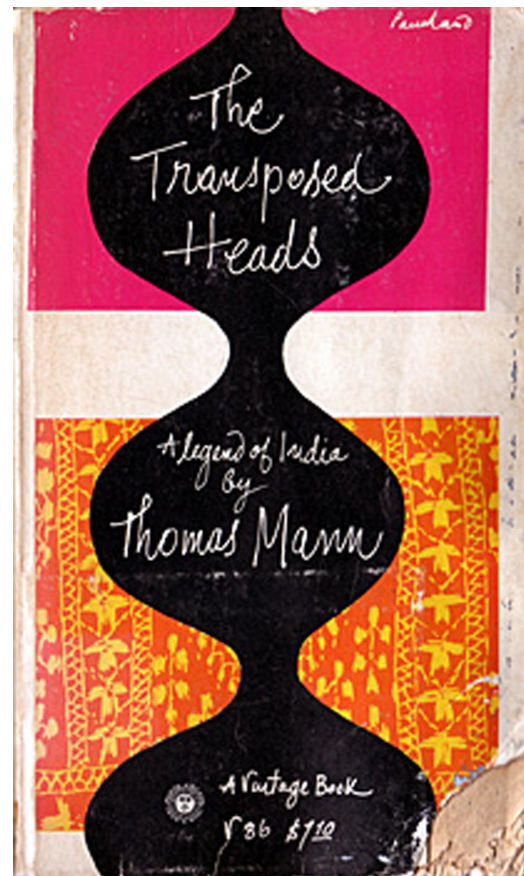


Рис. 4. Поль Ренд, обкладинка книги, 1941

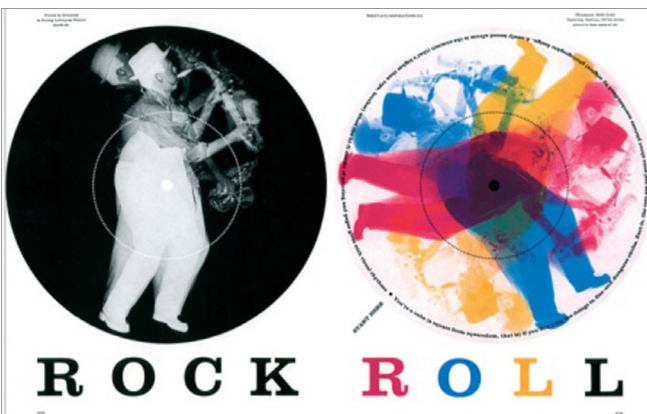
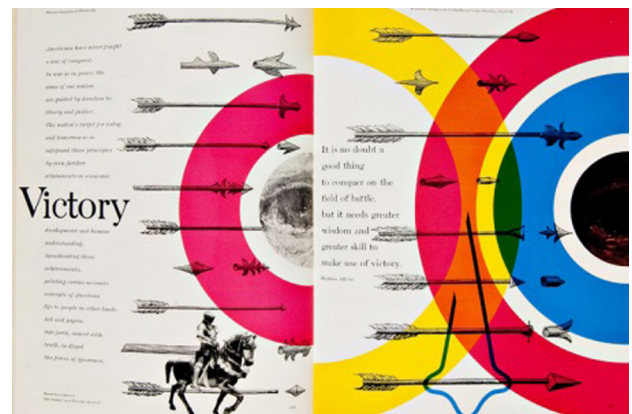


Рис.8. Бредбері Томпсон. Розвороти з журналу "Westwaco Inspirations for Printers", 1952, 1949.



Багато в чому, саме в цьому причина особливої мальовничості та динамічності рекламних рішень 50-х. Ці часи в Америці вважаються часом «буму» дизайну [2, с.95]. У цей час дизайнери стають штатними співпрацівниками фірм, з простих художників-оформлювачів перетворюються на «творців візуального продукту». У компаніях та фірмах почали осмислено використовувати термін «графічний дизайн». Дизайн став усвідомлюватися як один з провідних чинників у бізнесі. З 1951 по 1969 число членів Товариство індустріальних дизайнерів Америки зросло з 99 до 600. Дизайнери починають відкривати власний бізнес: агентства, бюро, студії, компанії, що спеціалізуються тільки в області графічного дизайну [4, с.67]. Професія дизайнера стала включати такі аспекти, як розуміння технології виробництва, знання маркетингу, бюджету, здатність вести переговори з представниками бізнесу. Все більшу роль у стратегії рекламних компаній починають грати маркетингові дослідження та PR-технології. Вважалося, що графічна реклама повинна бути чітко прорахована, вивірена і заснована на дослідженнях споживчої аудиторії. Рекламна графіка стає все більш творчою, у рекламі починає цінуватися наявність ідеї і креативності [6]. Висока технічність в професіоналізм, реалістичні живописні та графічні рішення присутні американській рекламі 50-их років. Емоційність, контрастна та яскрава кольорова гамма та динамічні композиційні рішення підкреслюють позитивний характер американської реклами (рис. 1, 2).

Під час війни кращі живописці світу перебралися в США. Там були Матісс, Пікассо, Шагал, Далі, Мондріан, Кандінський ... Зі створенням колекцій Музею Сучасного Мистецтва, центр сучасного живопису перемістився із Парижа в Нью-Йорк. Успіх європейських художників допоміг і їх європейським емігрантам – дизайнерам влаштуватися в цій досить консервативній країні. Вони були прийняті як частина художнього авангарду. Герберт Байер зайнявся архітектурою і графікою в Колорадо, Мохоли-Надь організував «Новий Баухауз», художній інститут у Чикаго, Вальтер Гропіус викладав архітектуру в Гарвардському університеті, а Йозеф Альберс заснував факультет графічного дизайну при Єльському університеті, на багато років – найвпливовіший в країні. Цей факультет пізніше прихистив найкращих з американців – послідовників модернізму: Поля Ренда, Альвіна Ластіга, Бредбері Томпсона. Європейські ветерани дизайну зійшлися тоді на новій землі з молодим поколінням, що виростало на сучасному мистецтві та ідеях авангарду. 1950-і роки були розквітом цієї співдружності [1, с.147].

Дизайнер Поль Ренд прирівнював дизайн до сучасного мистецтва і наполягав на творчому відношенні дизайнера до свого завдання. Так, дизайн повинен бути функціональним, але його завдання не повинні бути вирішені передбачене. Інформацію потрібно передавати захоплююче, несподівано, не повторюючись [4, с.84]. Ренд працював у багатьох жанрах, починаючи з журналів, книг, упаковок і закінчуючи дизайном фірмових стилів для найбільших концернів. Використовував засоби графічного дизайну, які вже зустрічалися у конструктивістів: колаж, малюнок, силует

і гра шрифтом, прямі і непрямі асоціації, символіка, зоровий каламбур, метафора, цитати з інших зорових джерел. Так формальні експерименти отримали нове життя. У цьому стилі була збережена безпосередність художника, а серйозне намагання вирішити літературну задачу надавала напрям у графіці. Поль прославився завдяки таким роботам, як логотипи кампаній IBM, ABC та UPS (рис. 3, 4).

Альвін Ластіг був одним із розкутих модерністів. Його роботи відтворюють лаконічні, яскраві та метафоричні образи. Альвін використовував зображувальні стилізовані форми, графічне та живе накреслення та мінімальну контрастну кольорову гамму, які підкреслювали його індивідуальну манеру. Він чудово володів пером, шрифтом, кольором і фотографією, але незалежно від техніки, кожна його робота має свій індивідуальний характер та змістове наповнення (рис. 5, 6).

Герб Любалін зробив величезний вплив на американську типографіку, вніс гру, декоративність і «раціональний» гротеск. Він не тільки значною мірою вплинув на розвиток графічного дизайну і шрифтового бізнесу другої половини минулого століття на Заході, але й став символом нового періоду в розвитку вітчизняного шрифтового проектування [5]. У 1950-і Любалін відображає в своїх роботах візуальні образи типографічного орієнтованого дизайну, експресивної та інноваційної типографіки. Віртуозне володіння шрифтовою графікою і маніпуляції з текстом, дають змогу втілювати в собі візуальні концептуальні шедеври, наділені змістом і внутрішнім розумінням. Любалін підняв типографіку від рівня ремесла до високого мистецтва і потужного середовища комунікації.



Рис. 7. Герб Любалін, Рекламна об'ява компанії Sudler, Hennessy & Lubalin Inc, 1959

Бредбері Томпсон відрізняється тонким знанням класичної типографіки і вмінню до нього вдатися, він готовий зрівнятися з кращими традиційними дизайнерами книги, а за його знання технологій друку та польоту фантазії, він не поступиться будь [4, с.158]. Висока майстерність, поєднане з гострим почуттям сучасності, а також такт і уважність в усьому зробили з Томпсона прекрасного вчителя. Він виховав ціле покоління сьогоденних американських дизайнерів в Єльському університеті (рис. 8).

Сол Басс став відомим як один із найкращих графічних дизайнерів, який зробив великий внесок у роль американського графічного дизайну. Він був одним з

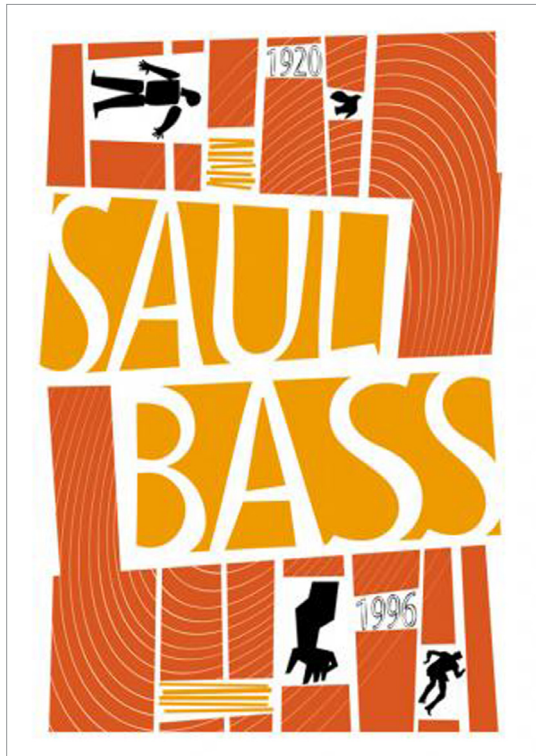


Рис. 9. Сол Басс



Рис. 10. Сол Басс Логотипи

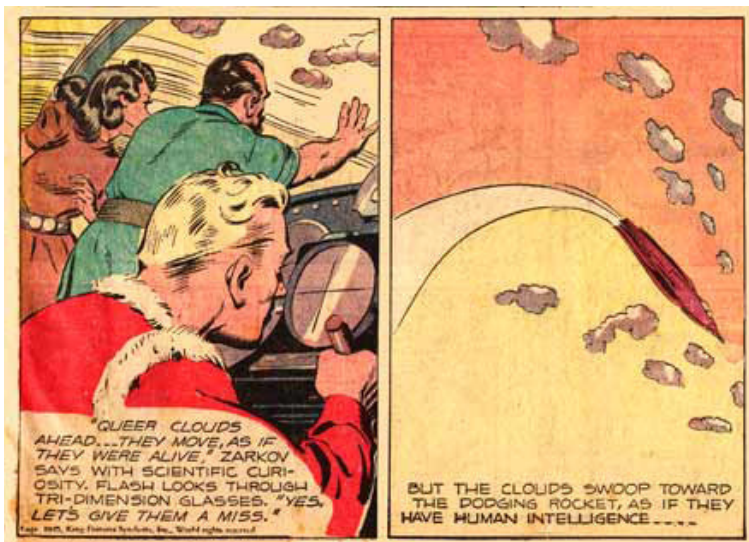


Рис. 13. Ілюстрації Остіна Бріггса



Рис. 11. Мілтон Глейзер, 1975



Рис. 12. Мілтон Глейзер, плакат



Рис. 14. Ілюстрації Барбари Бредлі

перших реалізаторів творчих ідей в назвах фільмів і фінальних титрах. [6] Більшість людей знає його з робіт у кіноіндустрії, оскільки створив титри і написав назви більш ніж до 60 фільмів. Інші відомі роботи Сола Басса – це логотипи для компаній, які зараз є великими світовими брендами. Логотипи виконані в мінімалістичній стриманій техніці, використані шрифтова графіка, статичні і динамічні лінійні елементи. Плакатне мистецтво Сола Басса відрізняється своєю авторською графічною мовою. Використання простих графічних засобів – плями і ліній, виконаних у вільній техніці, в поєднанні з мальованими шрифтами створюють динамічні і неповторні стилістичні образи (рис. 9, 10).

Творчість Мілтона Глейзера знайома кожному. Він автор найтиражованого в світі логотипу «I love ...», який можна зустріти на всьому існуючому багатому асортименті сувенірної продукції [5]. За оманливою простотою криється неймовірно досконалий у своєму втіленні симбіоз форми і змісту, дизайну та повідомлення. І кожний логотип, створений Глейзером має лаконічну форму та багатоманітний зміст. Плакатне мистецтво втілює собою реалістичні стилізовані форми, що відображають дійсність сьогоденності (рис. 11, 12).

Журнальний дизайн 50-х розкутий, цікавий і різноманітний. Ілюстратори Джен Белет і Джон Ейвері (реклама «7 Up») працюють в стилізованій «мультишній манері». Рекламні ідеї Д. Ейвері іронічні і креативні. Брюс Бомблергер створює спокійну реалістичну рекламу. Журнали оформляють також наступні ілюстратори: Джордж Альбертус, Бернард д'Андреа, Роберт Багг, Білл Бейкер, Хантлі Браун, Уерд Бреккет, Лінн Бекхем, Уолтер Вайлз Річард Гейтс, Пітер Гібсон, Майкл Джонсон, Мак Коннер, Ернест Чіріака, Френклін Ебакл [2, с. 67]. В цілому, всіх ілюстраторів об'єднує майстерне володіння технікою реалістичного малювання, яскраві або ніжні, але обов'язково приємні поєднання кольорів, свобода мазка, прекрасне володіння композицією, в якій використовуються досить сміливі рішення. Розглянемо докладніше кілька найбільш репрезентативних ілюстраторів 50-х років.

- Остін Бріггс (Austin Briggs). Роботи найчастіше графічні, художник грає на красі лінійного малюнка, в якій вибірково включаються колірні заливання [6]. Ефектні композиційні рішення часто будуються на використанні незвичайного ракурсу. Характерний прийом – чорно-білі графічні фігури на тлі, залитому локальним яскравим кольором.

- Барбара Бредлі (Barbara Bradley) [6]. Основна риса – використання образів трохи комічних, трохи кокетливих жінок і дівчаток. Манера реалістична, зі схильністю до шаржування персонажів. Яскраві кольори, динамічна композиція (рис. 13, 14).

Висновок. 50-ті роки в Америці вважаються часом «буму» дизайну. У цей час дизайнери стають штатними співпрацівниками фірм. З простих художників-оформлювачів дизайнери перетворилися на «творців візуального продукту». У компаніях та фірмах почали осмислено використовувати термін «графічний дизайн». Графічний дизайн став усвідомлюватися як один з провідних чинників у бізнесі. Сильові особливості графічного дизайну 50-х рр. XX століття мають наступні особливості, це – висока технічність, реалістичність, оптимістичність, динамічність, контрастність, кольоровість, простота образів та прийомів. Американський дизайн багатоманітний, експресивний та об'єктивний. Вагомий внесок в розвиток американського графічного дизайну зробили графічні дизайнери-емігранти з Європи. Взагалі американський графічний дизайн був різноплановим. Сучасний проектно-художній розвиток американського графічного дизайну багато в чому спирається на досвід формування професійних засад у середині 20 століття. Відбувалися в цей період процеси складання моделі професії, концептуальних передумов діяльності, перші теоретичні обґрунтування ролі графічного дизайну, процеси стильового формоутворення, формування методики і складання естетичних і художніх критеріїв якості багато в чому визначають сучасний стан графічного дизайну. В цілому, для графічного американського дизайну 50-х років характерний сміливий реалізм і висока технічність.

Література:

1. Михайлов С.М. История дизайна. Том 1 — М.: Союз дизайнеров России, 2002. — 270 с.
2. Михайлов С.М. История дизайна. Том 2 — М.: Союз дизайнеров России, 2003. — 393 с.
3. Э. Туэмлоу Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи — М.: АСТ, 2007. — 256 с.
4. 50-th All-American Ads By edition Jim Heimann. — Taschen, 2001. — 327 p.
5. <http://www.logodesigners.com/> — сайт, присвячений відомим графічним дизайнерам світу.
6. <http://www.plan59.com/> — колекція робіт американської реклами та ілюстрацій 1950-их років.