

Міністерство
освіти і науки України

Харківська
державна академія
дизайну і мистецтв

В. Я. Шевченко

КОМПОЗИЦІЯ ПЛАКАТА

Навчальний посібник

Рекомендовано

Міністерством освіти і науки України

2-ге видання, доповнене

Харків
«Колорит»
2007

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
(Лист № 14/182-64 від 31.01.2001)

Рецензенти:

О. А. Векленко, *професор ХДАДМ, заслужений діяч мистецтв
України*

В. Й. Кравець, *доктор архітектури, професор,
член-кореспондент Академії архітектури
України, заслужений архітектор України*

Шевченко В. Я.

Ш 37 Композиція плаката: Навч. посіб. — 2-ге вид.,
доп. — Х.: Колорит, 2007. — 133 с.: іл.
ISBN 966-8536-03-7.
ISBN 978-966-8536-42-7.

У посібнику розглянуто питання з історії становлення і розвитку плаката в системі візуальної комунікації. Проведено аналіз образотворчих засобів композиції плаката та найважливіших чинників, що впливають на виразність і дієвість художнього (рекламного) образу.

Друге видання доповнене матеріалом із реформування системи підготовки фахівців у навчально-творчій майстерні плаката ХДАДМ згідно з принципами Болонського процесу.

Призначається для студентів вищих художніх і дизайнерських навчальних закладів, а також графіків, дизайнерів, рекламістів.

ББК 85.15

ПЕРЕДМОВА

Плакат завжди віддзеркалює час і створюється ним. Він — супутник і точний барометр суспільства. Буремні двадцяті роки, соціалістичне будівництво у тридцятих, героїчні сорокові, післявоєнне відродження, розвинутий соціалізм, перебудова, незалежність країни — усі ці віхи історії ХХ — поч. ХХІ ст. яскраво відображені у творах українських художників-плакатистів. Отже, відмітна риса плаката — його тісний зв'язок з ідеологією та історією.

Справжній плакат — це мистецтво, до якого художники звертаються «за велінням серця», і тоді з'являються «авторські плакати», що надалі залишаються основними носіями художнього самоутвердження їх авторів.

Активно розвивається, все більше пристосовуючись до вимог життя й мислення людей, рекламний плакат. Він завжди виконував свою функцію, і попит на нього з часом не тільки не спадає, а навіть зростає.

Світ плаката відображує загальні закони й норми соціального життя, тому він потребує простих і яскравих образів, коротких виразних фраз, що мають добре запам'ятовуватися. Як ефективний засіб візуальної комунікації, він постійно привертає увагу дослідників, мистецтвознавців, графіків, дизайнерів, рекламистів, освітян.

Разом із тим, в Україні існує вакуум навчально-методичної літератури з питань теорії та практики проектування плаката. Матеріали, викладені у пропонованому навчальному посібнику, допоможуть студентам упевненіше орієнтуватись у теоретичних аспектах історії становлення та розвитку плакатного мистецтва, у розмаїтті різновидів сучасного плаката, проблемах композиційної побудови твору та образотворчих засобах створення художнього образу.

При підготовці посібника автор спирався на методичні надбання попередніх поколінь фундаторів харківської графічної школи. Поняття «харківська графічна школа» тісно пов'язане з іменем видатного художника і педагога І. Падалки, який викладав у 20-ті роки в графічній майстерні інституту. Разом з ним тут працювали відомий представник українського авангарду В. Єрмілов, який активно займався пошуками нових форм у монументально-декоративному мистецтві, станковій графіці та плакаті, і О. Маренков — яскравий самобутній майстер книжкової графіки та плаката, послідовник графічної школи, започаткованої славнозвісним Г. Нарбутом. Їхні методичні та педагогічні принципи підготовки фахівців стали підґрунтям для становлення і подальшого розвитку художньої освіти у Харкові.

Значний вплив на формування школи мала творчість знаного майстра книжкової графіки, плакатиста, досвідченого педагога А. Страхова. Роботам цього митця притаманна локальна, площинно трактована композиція. Лаконізм, динамічність та художня виразність кращих його робіт не втратили сили впливу й сьогодні.

У підготовці фахівців помітний слід залишили педагоги і художники Б. Бланк, Й. Дайц, М. Фрадкін, Г. Бондаренко, В. МIRONENKO, В. Селезньов, В. Ненадо, В. Віхтинський, В. Побєдін, М. Гнойовий, Є. Наєждін, В. Ігуменцев, І. Криворучко, А. Кузьменко, І. Стаханов, О. Юрченко, І. Яхін та ін.

Поряд зі спадщиною харківських митців автор посібника використовує і власний педагогічний досвід із підготовки фахівців у майстерні плаката Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Ми припускаємо, що ряд важливих методичних питань щодо теорії композиції плаката, можливо, недостатньо розкриті. Передусім це стосується особливостей методики підготовки плакатистів в інших закладах художньої освіти України, освітніх традицій відомих шкіл світу взагалі й оригінальних авторських методик зокрема. Ці питання потребують додаткових досліджень. Вірогідно, не всі тлумачення деяких понять із теорії композиції плаката, викладених у посібнику, знайдуть повне розуміння у фахівців. У цьому напрямку теж є ще не вирішені проблеми, які вимагають свого подальшого розв'язання.

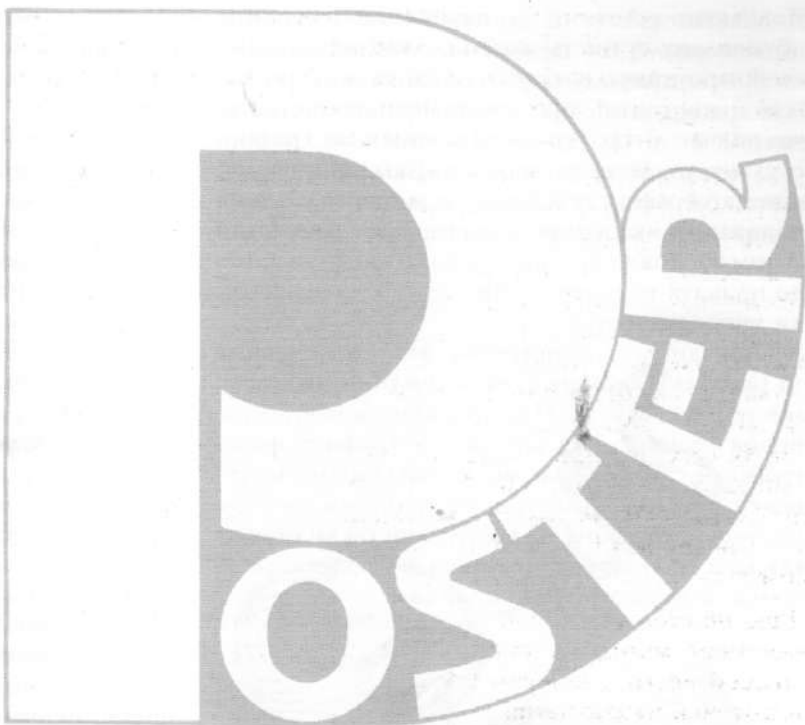
Ніщо не стоїть на місці. З розвитком наукової думки, удосконаленням методики викладання композиції плаката будуть і надалі вестись пошуки більш ефективних шляхів і методів підготовки плакатистів.

На Бергенському (2005 р.) саміті міністрів освіти європейських країн відбулось офіційне приєднання України до Болонського процесу. Згідно з його вимогами здійснюється реформування нашої вищої освіти, у тому числі на спеціальностях дизайнерського напрямку. Принципи Болонської декларації передбачають перехід до двоступеневої підготовки фахівців, запровадження кредитно-модульної системи навчання, сприяння мобільності студентів і викладачів тощо. Друге видання посібника знайомить із практикою виконання студентами ХДАДМ кваліфікаційних робіт бакалаврів і магістрів.

Автор вдячний усім, хто причетний до створення навчального посібника, надав допомогу в його виданні, а також сподівається, що посібник стане у нагоді тим, хто не байдужий до мистецтва плаката.

ЧАСТИНА ПЕРША

РОЛЬ І МІСЦЕ ПЛАКАТА В СИСТЕМІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ



Історичні віхи становлення та розвитку плаката

Витоки плаката

Вивчаючи естетику — науку про історично обумовлену сутність загальнолюдських цінностей, про природу естетичного та його розмаїття в мистецтві, про класифікацію мистецтв, що вивчає літературу, театр, живопис, графіку, скульптуру, музику, хореографію, архітектуру, кінематограф та телебачення, ми не знаходимо плаката ні як окремого виду, ні як різновиду. З чим же пов'язане таке зневажливе ставлення до плаката науковців? Що це — консерватизм чи упередженість?

При аналізі історичних віх становлення та розвитку плаката стає очевидним, що це — мистецтво молоде. Плакат акумулював досягнення станкової та книжкової графіки, фотографії та типографіки, він є невід'ємною частиною візуальної культури, ефективним засобом масової інформації. За ефективністю впливу на глядача плакат поступається хіба що телебаченню й періодичним виданням.



1\



2\

Основи сучасного плаката як засобу візуальної комунікації були закладені в далекому минулому. Його назва походить від латинського слова «placatum» — повідомлення, свідоцтво. Найпростішими його формами дослідники вважають різноманітні письмові повідомлення, виконані на дерев'яних дошках, кам'яних плитах, на стінах та колонах будівель.

Під час розкопок на території країн Середземномор'я археологи знайшли оголошення, що містили інформацію про різні події та конкретні пропозиції. Біля античних стін Рима була розміщена кам'яна плита з написом: «Громадяни, не засмічуйте природу. Будьте уважні — вона чиста. Природа необхідна для вашого здоров'я». Стародавні римляни також розписували скелі уздовж доріг, рекламуючи свої товари. Один з написів на стіні в Помпеї закликав людей віддати свої голоси за якогось політичного діяча.

Окрім письмових повідомлень, існував різновид мовної реклами, яка розповсюджувалася міськими оповісниками. У стародавній Греції оповісники ходили вулицями міст, оголошуючи продаж рабів, худоби тощо.

У середньовічному суспільстві розвиваються й удосконалюються ранні засоби інформації та реклами. Письмові та усні оголошення поступаються живописним, об'ємним, кованим із міді та заліза вивіскам, що у середньовічних містах зупиняли на кожному кроці прохожих.

Та найбільшого поштовху для розвитку реклами надав винахід Йоганном Гутенбергом друкарського верстата (1440 р.). Новий принцип книгодрукування дозволив тиражувати повідомлення на папері — так з'являється афіша. Саме слово «афіша» походить від французького «affiche» — плакат і дотепер застосовується в українській і російській мовах як синонім театрального або виставкового плаката, зокрема друкарського шрифтового.

Французький мистецтвознавець Ф. Шувєр у своїй книзі «Історія плаката» (1966 р.) наводить приклад афіші розміром 136×76 см, що була виконана англійським друкарем У. Кенстоном у 1477 р. У Лондоні такі афіші наклеювалися на колонах собору Святого Павла.

Особливе значення і художню цінність мало застосування в друкарстві гравюр на дереві, які були відомі раніше книгодрукування. Вирізність, простота виготовлення та комуні-

візуальної
ту минуло-
кого слова
тво. Най-
ки вважа-
ення, ви-
их плитах,

країн Се-
оголошен-
ізні події
чних стін
написом:
у. Будьте
кідна для
ни також
сламуючи
в Помпеї
а якогось

ував різ-
сюджува-
родавній
міст, ого-

вивають-
формації
ення по-
кованим
едньовіч-
юці про-

итку ре-
енбергом
ій прин-
ажувати
ться афі-
францу-
істосову-
х як си-
плаката,

р. Шувєр
р.) наво-
б см, що
і У. Кен-
наклею-
вла.

ть мало
дереві,
ня. Ви-
комуні-

кативність сприяли їх поширенню в різних країнах. Цей спосіб відтворення зображення дав назву ксилографії (від грецького слова «ксилос» — дерево).

Гравюри на дереві, виконані в народних традиціях, є невід'ємною складовою перших друкованих книг, на прикладі яких можна не тільки бачити витoki культури, але й досліджувати поступові зміни, взаємозв'язок та взаємовплив різних національних чи регіональних шкіл.

Тиражовані сотнями екземплярів народні картинки вперше з'явилися на Далекому Сході (у Китаї, Кореї, Японії) в XIII ст., в Європі — на початку XV ст. Найдавніша європейська народна гравюра із зображенням св. Христофора датована 1423 р. Час зберіг для нащадків культурні цінності, які віками вбирали в себе творчі та духовні традиції народу. Ксилографії, створені для релігійних книг, пригодницьких романів, наукових видань, народних пісень, гральних карт, календарів та плакатів, здатні розповсюджувати інформацію на великі відстані. Те, що зазначені гравюри на дереві сприймалися людьми грамотними і неграмотними, молодими і літніми, в селах і містах, незалежно від національності, безумовно, пояснюється їх комунікативним характером.

Серед пізнавальних або розважальних картинок з'являються рекламні сюжети. Наприклад, у ксилографіях Словаччини середини XIX ст. ми зустрічаємо рекламу залізниці та пароплавства (Календар, 1847 р.), а також плакат, що запрошує глядачів на виступ акробата, пантоміма і чаклуна Ф. Дубського (1840 р.).

У Росії перше знайомство з друкованими картинками відбулося в XVI ст., коли купці з Любека, Бремена й Гамбурга привозили до Новгороду Великого німецькі потішні аркуші. З давніх часів народні гравюри називали в Росії «лубочними». Ця назва, на думку деяких дослідників, походить від слова «луб», що означає перший шар деревини (зразу під корою), який, поряд із берестом, використовувався для письма.

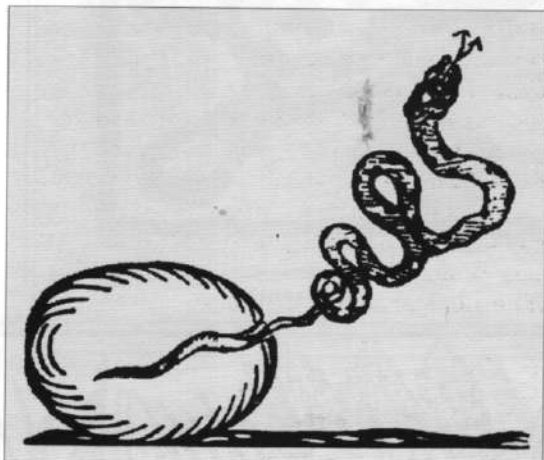
Перші відомі нам вітчизняні лубочні картинки виникли на початку XVII ст. в Україні й були надруковані у друкарні Києво-Печерської лаври між 1619 і 1624 рр. Українські друкарі охоче брали за взірць доступні їм німецькі та голландські видання. Дослідники довели, що гравюри використовували оригінали «Лицьової бі-

1-3\ Невідомий гравєр. Фрагменти плаката «Акробат Фр. Дубський і чаклун», 1840 р.

4\ Невідомий гравєр. Фрагменти ксилографії. XVI ст. Західна Словаччина

блї» Ніколаса Піскатора, Віттенберзької біблії, гравюр Альбрехта Дюрера та Альдегревера.

Серед перших авторів лубочних аркушів відомі такі майстри киево-львівської друкарської школи, як Памва Беринда, Леонтій Земка, Прокопій, Ілія, які обумовили характер розвитку вітчизняного лубка XVII ст. У бібліотеці Оксфорду зберігається єдиний примірник



31

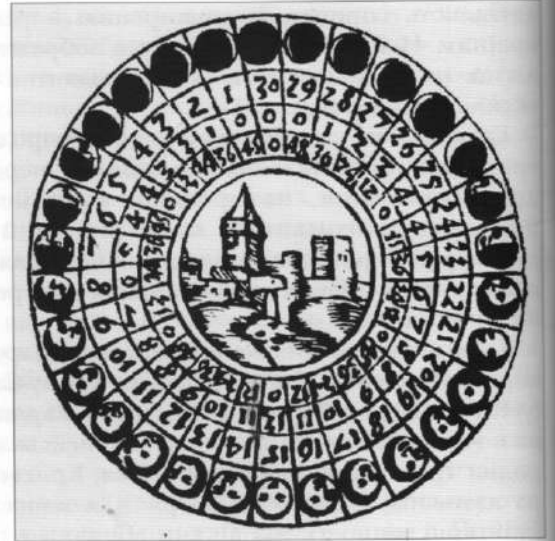


41

- 5\ Нюрнберзький гравер. Фрагмент календаря, початок XVI ст.
- 6\ Монах Ілія. Український лубок, 1645–1649 рр.
- 7\ Нюрнберзький гравер. Календар, 1500–1540 рр. Форма виготовлена з дошки кінця XV ст.



5\



7\

6\



рідкісного лубочного видання Памви Беринди «Святці», яке англійські дослідники Дж. Барнікот і Дж. Сімонс називають календарем. Дванадцять аркушів (за кількістю місяців у році), відтиснутих з дерев'яних дошок та грубо розмальованих від руки, зображують православних святих. Другим за майстерністю слід назвати монаха Ілію, який, крім релігійних сюжетів, особисто виконав відому лубочну картинку із зображенням Іллі Муромця. Народившись у Києві, лубок використовувався в той час як ефективна зброя у боротьбі між православним корінним населенням України і католицьким польським панством.

Московські лубки з'явилися на два десятиліття пізніше, але до наших часів збереглися лише окремі примірники лубка кінця XVII ст. Усі вони виконані у 1692–1696 рр. талановитим майстром Василем Коренем — засновником російської народної гравюри на дереві.

Перекочувавши до Москви, народна картинка здебільшого розвивається ще у пізнавально-розважальному та сатиричному напрямках.

У XVIII ст. лубок обслуговував насамперед міщан і був недоступний для кріпосного люду через його неграмотність та бідність. По-справжньому народним стає селянський лубок тільки в XIX ст. Крім релігійних сюжетів, російський лубок охоплює й світські теми: любовні, побутові та воєнні сюжети, астрономічні та географічні мотиви тощо. Його героями стають літературні й казкові персонажі, сатиричні образи воевод, бояр, суддів.

У 1709 р. московський гравер і друкар Василь Кіпріянов починає випуск календаря за участю Якова Брюса — улюбленця Петра І. Популярність цього видання була величезною. Протягом XVIII–XIX ст. календар В. Кіпріянова з успіхом перевидавався. Останній раз його було надруковано в 1875 р. у Харкові.

Ю. Овсянніков в альбомі «Лубок» описує незвичайну лубочну афішу, що збереглася до наших днів, яка «повідомляє» про приїзд трупи англійських комедіантів. Її композиція дещо нагадує житійні ікони, коли в центрі розміщується зображення святого, а навколо — клейма зі сюжетами про його життя. Так і на цій афіші: в центрі — текст про здобутки акторів при дворах короля французького, імператора австрійського, курфюрста баварського, а навколо — дванадцять сцен майбутньої вистави. Тут і жінка, яка жонглює вісьмома шпагами,



8\

і гімнасти, що виконують складні вправи, і скрипаль, що награв пісеньку.

Відомі також дві цікаві гравюри на дереві, надруковані на старому пожовклому папері, що є у фондах Російської державної бібліотеки (Москва). Їхні сюжети типові для російського лубка початку XIX ст.: в одному випадку зображені селяни на лоні природи, в іншому — вид Москви з характерним силуетом дзвіниці Івана Великого. Зображення облямовані орнаментом і містять текст: «Найкращі капелюхи». Нема сумніву, що гравюри було зроблено з рекламною ціллю для наклеювання на коробки для капелюхів.

Тематичні та образотворчі особливості вітчизняного лубка безперечно вплинули на подальший розвиток візуальної культури. Історія графічного мистецтва підтверджує, що, незважаючи на оновлення технологій у друкарстві й зміну естетичних принципів у мистецькій та інформаційній галузях, лубок ще тривалий час залишатиметься важливим підґрунтям для творчості художників станкової графіки, книги та плаката.

9\ Василь Корінь (?). Кіт Казанський.
Ксилографія, кінець XVIII ст.

10\ Ієромонах Макарій. Ксилографія релігійного змісту,
1860–1870 рр. Болгарія



11\ Невідомий гравер. Гральні карти (фрагмент),
середина XIX ст. Центральна Словаччина

12\ Василь Корінь (?). Ксилографія,
перша чверть XVIII ст.



11\

9\



12\

1—14\ Приклади найбільш характерних зразків
ксилографій українських, російських, болгарських,
словацьких та німецьких граверів XVI—XIX ст.

10\

13\ Василь Корінь (?). Ксилографія, перша чверть XVIII ст.

14\ Невідомий гравер. Фрагменти ксилографії.
Російський лубок першої половини XVIII ст.



13\



14\

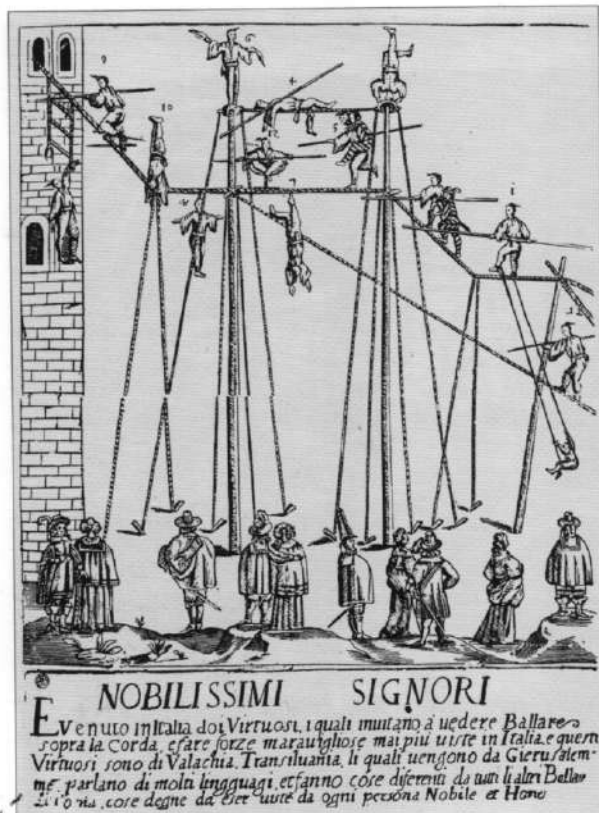


15-17 \ Російська вівіска XVIII – початку XIX ст.
Специфічна галузь візуальної культури,
вияв «примітиву» в рекламі

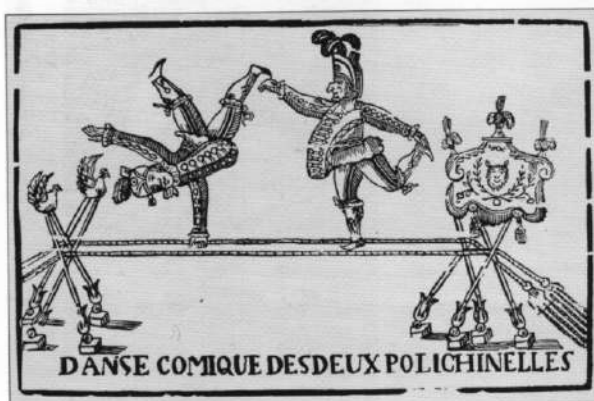


17\

Виділення плаката у професійний вид творчої діяльності



18\



19\

18\ Невідомий автор. Танцюристи на канаті у Венеції. Гравірована афіша, близько 1700 р.

19\ Невідомий автор. Комічний танець двох чаклунів на подвійному канаті. Ксилографія, близько 1700 р.

Ранні гравіровані «афіші» позначили першу віху в історії, а точніше — передісторії плаката. У тому вигляді, в якому плакат постає сьогодні перед нами, він з'явився тільки завдяки винаходу в 1798 р. уродженцем Праги Алоїсом Зенефельдером літографії, яка через півстоліття досягла такого рівня, що витіснила з друкарської галузі більш трудомістку ксилографію.

Літографський метод, простий та економічний, дає змогу більше уваги приділяти малюнку, що в свою чергу стало вирішальним у розвитку плакатного мистецтва.

Середина XIX ст. характеризується удосконаленням техніки літографії, спостерігається підвищення продуктивності друку у такий спосіб та поступовий перехід від ксилографського методу до літографського, насамперед у Великій Британії (зокрема на підприємствах Стаффорда). Це стає можливим завдяки зусиллям молодого французького графіка і декоратора сцени Жуля Шере, який у 1866 р. відкрив невеличку майстерню літографії у Парижі. Він уперше створив засобами літографії великоформатний плакат, що поєднав у собі зображувальні принципи станкової графіки з тиражною шрифтовою афішею. Ж. Шере з неймовірною віртуозністю виконує свої роботи, застосовуючи різні відтінки кольору з трьох-чотирьох друкарських форм. В його творчості відчутний вплив французького живопису XVIII ст. З 1866 до 1900 р. Ж. Шере виготовляє понад 1000 плакатів і входить в історію не тільки як автор першого художнього плаката, але і як популяризатор нового жанру. В результаті літографія, яка спочатку була одним із жанрів художньої графіки і залишилася такою до теперішніх часів, стає основним засобом відтворення малюнків, репродукцій та ілюстрацій у газетах, журналах, книгах, художніх альбомах та плакатах.

Характерною особливістю літографії є те, що на друкарській формі (традиційно друкарська форма виготовляється з вапняку) друкувальні й пробільні елементи розташовані в одній площині, що дозволяє відносити цю техніку до плоского друку. Друк стає можливим тільки тому, що після нанесення жирною фарбою малюнка та подальшої хімічної обробки друкарської форми пробільні елементи набувають здатності вбирати воду, а друкувальні (зажирені) — фарбу. У XX ст. в поліграфії, крім літографського каменю, активно застосо-

пу ві-
ката.
годні
вина-
м Зе-
ліття
укар-
афію.
оміч-
люн-
роз-

ско-
тяться
акій
раф-
еред
нем-
вдя-
фіка
56 р.
зафії
і лі-
оєд-
нко-
нею.
знує
льо-
ього
жи-
ви-
в іє-
ього
пру.
од-
ся
за-
і та
ху-

те,
зар-
тру-
іані
цю
ли-
юю
об-
на-
ль-
фії,
со-

вживаються і алюміній, цинк, біметалеві пластини та нові форми на пластмасовій і навіть паперовій основі.

В останній чверті XIX ст. плакат швидкими темпами розповсюджується в Європі та Америці. Особливо бурхливо розвивається французький плакат, головним чином, як засіб реклами та носій інформації. До плакатного мистецтва звертаються такі відомі художники, як Гранвіль, П. Гаварню, Г. Доре, Мюш (А. Муш), Е. Грассе, П. Боннар та інші. Плідною в цьому напрямку була діяльність Анрі Тулуза-Лотрека, 31 плакат якого засвідчує невичерпну фантазію, графічну сміливість та блискучу майстерність художника.

У 1890—1900 рр. плакат у Франції переживає надзвичайний розквіт, входить у тогочасне життя не тільки як носій комерційної реклами, але і як важливий засіб естетичного оформлення вулиць та інтер'єрів, як вид масового мистецтва. Плакати продаються безпосередньо в галереях, коментуються критиками в спеціалізованих виданнях, користуються великою популярністю серед населення.

У Росії першою художньою афішею прийнято вважати відому літографію О. Агіна «Сто малюнків до поеми М. Гоголя “Мертві душі”» (1846 р.).

Важливою подією в історії подальшого розвитку російського плаката став перший виступ майстрів нового жанру графічного мистецтва на міжнародній виставці афіш, яка була організована під патронатом «Общества поощрения художников» у 1897 р. у Петербурзі. Виставка збрала близько 700 творів художників з 13 країн. Серед експонованих робіт понад 200 було подане художниками Франції, близько 100 аркушів надіслали майстри Німеччини і США, дещо менше — Великої Британії і лише 25 афіш репрезентували російські художники. Навіть кількісне співвідношення свідчило про величезне місце, яке належало Росії на міжнародному форумі плакатного мистецтва. Але не тільки числом учасників програвали російські художники зарубіжним колегам. Перший публічний огляд плаката показав, що на відміну від країн Європи, де діяльність відомих майстрів реклами стала самостійною діяльною художньою творчістю, в Російській імперії тиражований плакат поки що залишався збільшеною репродукцією лубочної картинки, ілюстрації чи книжкової обкладинки.

20\ Рекламний плакат, виготовлений Рушоном, 1856 р.

21\ Плакат «Чудове, гарне пиво» є характерним прикладом техніки малюнка, що з'явилася у 1780–1790 рр.



20\

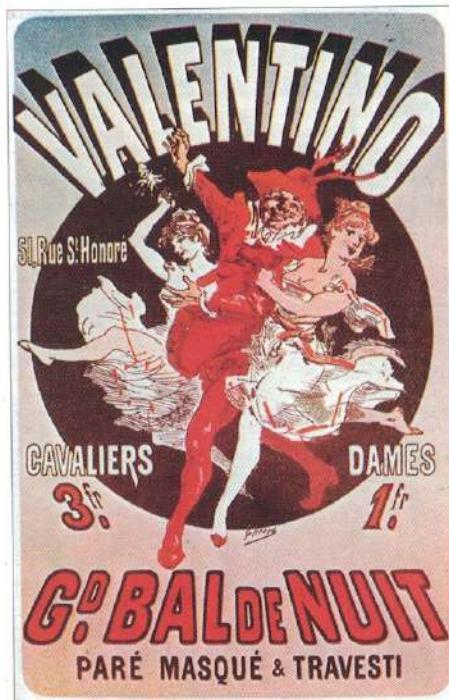
21\

22\ Жуль Шере. Цирковий плакат, 1875 р.

23\ Жуль Шере. Плакат «Бал Валентино». Кольорова літографія, 1869 р.



22\



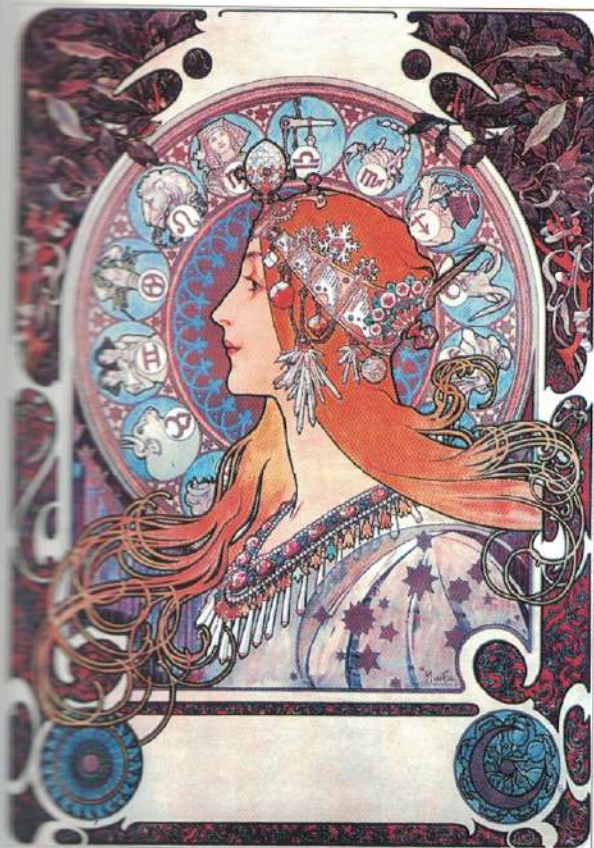
23\

24\ Рекламний плакат, виготовлений Рушоном, 1864 р.

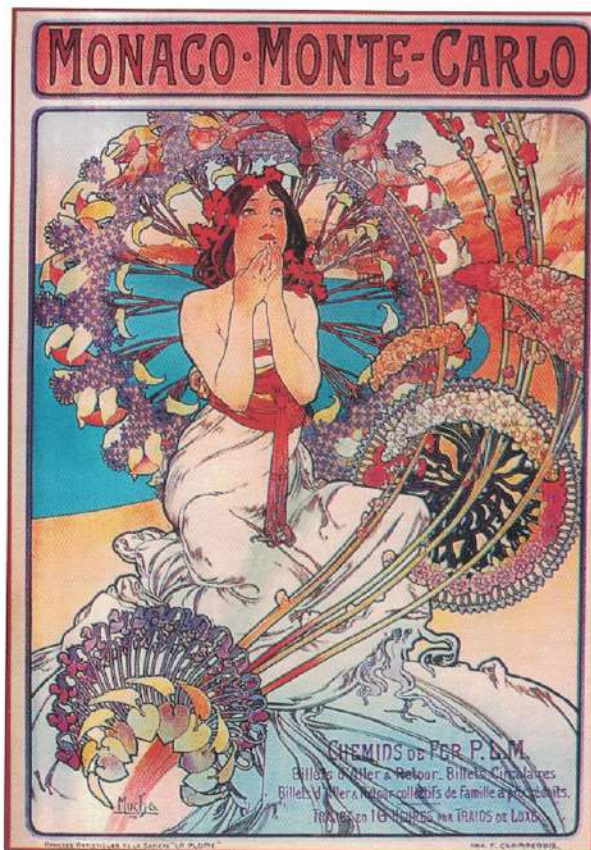


24\

Але треба зазначити, що 19 першокласних робіт всесвітньо відомих майстрів Ж.Шере, А. Мухи, Т. Стейлена, А. Тулуз-Лотрека, П. Боннара, Е. Гессе, Е. Пенфілда, Д. Гарді, О. Фішера та Т. Гейне, які з успіхом демонструвалися на виставці, надали суттєвого поштовху розвитку російського плакатного мистецтва. Так, у 1912 р. на виставці «Мистецтво в книзі і плакаті», яка відкрилася у Петербурзі, на суд публіки були винесені кращі твори плакатного жанру 49 авторів. Серед учасників виставки були видатні живописці та графіки: М. Врубель, В. Серов, А. Васнецов, Є. Лансерє, І. Білібін, Л. Бакст, Й. Бродський, С. Чехонін, М. Добужинський, М. Фешин, М. Самокиш, О. Самокиш-Судковська, Г. Нарбут, К. Сомов та ін. Їхні твори сприяли піднесенню плаката на якісно новий рівень і сприймалися як явище суто художнє.



25–26 \ Альфонс Муха. Рекламні плакати, 1892 р.
Художник ефективно застосовує еротичний жіночий образ у рекламі різноманітних товарів



26\

існих Пере, Бон-шера глися роз- Так, пла- д пу- ного авки .Вру- Білі- І. До- Іхні кісно суто

Ця обставина сприяла тому, що мистецтво плаката розвивалося в стилі «модерн», який безпосередньо впливав на графічну мову та виразність реклами. До найбільш яскравих творів представників цього напрямку слід віднести плакати: «Виставка робіт 36-ти художників» (1901 р.) М. Врубеля, «Ломоносов і Єлизаветинський час» (1912 р.) та «Виставка художників «Мира искусства» (1915 р.) Є. Лансере; театральний плакат до гастролей трупи С. Ангілева у Парижі (1909 р.) В. Серова.

Особливу увагу мистецтвознавців та фахівців привертає означена робота М. Врубеля. За формою — це шрифтова афіша, по суті — мистецький твір найвищого гатунку. Автор майстерно застосовує шрифт і колір для чіткого зчитування тексту, акцентованого виявлення окремих слів та фраз і одночасно створює цілком досконалу, завершену орнаментальну

композицію. Про успіх цієї роботи говорить той факт, що її було повторено й до наступної виставки творів групи 36-ти.

У цей час зароджуються і активно розвиваються такі види плаката, як культурний, комерційний та соціальний.

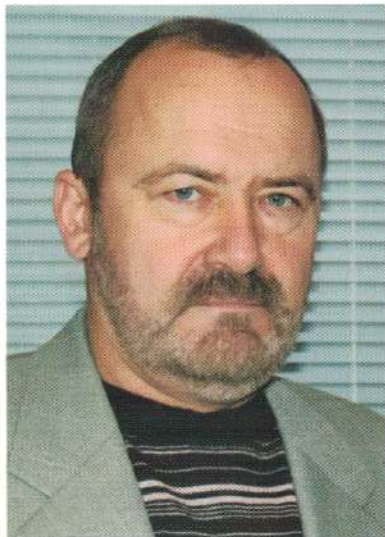
Поняття культурного плаката охоплює три його напрямки за призначенням: виставковий (реклама художніх виставок, виставок досягнень промислового та аграрного виробництва), видовищний (театральний та цирковий плакати) та книготорговий.

В умовах стрімкого розвитку капіталізму в Росії на початку ХХ ст. активно розвивається комерційний плакат, що рекламує промислові товари, кондитерські вироби, цигарки, напої тощо. Головне в ньому — психологічний вплив на глядача. Плакат пристосовується до потреб життя й мислення людей. Він стає

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Аникст М., Бабурина Н., Черневич Е. Русский графический дизайн. 1880–1917. – М.: Внешсигма, 1997. – 160 с.
2. Арихейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.
3. Бабурина Н.И. Русский плакат. Вторая половина XIX – начало XX века. – Л.: Художник РСФСР, 1988. – 190 с.
4. Белічко Ю.В., Кілеско С.К. Мистецтво, народжене Жовтнем. Українське радянське образотворче мистецтво та архітектура. 1917–1987. – К.: Мистецтво, 1987.
5. Бляхер А.П., Шевченко В.Я., Юрченко О.А. Особенности методики подготовки специалистов в области дизайна плаката, книги и станковой графики / Харьковская школа дизайна. – М.: ВНИИТЭ, 1992. – С. 96–105.
6. Боров Ю.Б. Эстетика. – М.: Издательство политической литературы, 1981. – 399 с.
7. Босилков С. Българският плакат. – София: Български художник, 1973. – 405 с.
8. Глушичка И. БРНО'78 // Интерпрессграфик. – 1978. – № 4. – С. 60–69.
9. Гончарова Н.А. Композиция и архитектура книги. – М.: Книга, 1990. – С. 292–392.
10. Даниленко В.Я. Дизайн. – Х.: ХДАДМ, 2003. – 320 с.
11. Даниленко В.Я. Основы дизайну. – К.: ИЗМН, 1996. – 92 с.
12. Ковачевичова С. Коммуникативность ксилографии и культура масс в Словакии // Интерпрессграфик. – 1978. – № 4. – С. 24–31.
13. Коверга В. Киноплакаты русского авангарда // КАК. – 1998. – № 1. – С. 16–31.
14. Крылов И. Тенденции развития печатной рекламы // КАК. – 1998. – № 1. – С. 32–40.
15. Ляхов В.Н. Искусство книги. Избранные историко-теоретические и критические работы. – М.: Сов. художник, 1978. – 241 с.
16. Ляхов В.Н. Советский рекламный плакат. 1917–1932. Торговая реклама. Зрелищная реклама. – М.: Сов. художник, 1972. – 127 с.
17. Миклош П. Коммерческая визуальная культура // Интерпрессграфик. – 1976. – № 1.
18. Мир тобі, Земле / Упоряд. В.Г.Дончик: Збірник. – К.: Дніпро, 1987. – 493 с.
19. Михайлова Н. Рекламные богини Альфонса Мухи // Дизайн Аспект. – 2000. – № 2–3. – С. 58–62.
20. Мытарева К.В. Польский плакат. – Л.: Искусство, 1968. – 53 с.
21. Овсянников Ю. Лубок. Русские народные картинки XVII–XVIII вв. – М.: Сов. художник, 1968. – 120 с.
22. Островский Г.С. Старинные русские вывески // Интерпрессграфик. – 1977. – № 2–3. – С. 18–25.
23. Перестройка и мы. Всесоюзный конкурс плакатов. – М.: Плакат, 1989. – 132 с.
24. Пивненко А.С. Виталий Куликов – мастер плаката / В сб.: Советская графика. Вып. 7. № 7. – М.: Сов. художник, 1983. – С. 101–108.
25. Полевой В.М. Двадцать лет французской графики. Политический плакат 1920–1930-х годов. – М.: Искусство, 1981. – С. 237–295.
26. Положення про підготовку та захист науководослідних робіт на здобуття кваліфікації магістра. – Х.: ХХІІІ, 2001.
27. Риньке И.М. Современный плакат Латвии. – М.: Сов. художник, 1989. – 112 с.
28. Рожжа Д. VII Международное биеннале плаката в Варшаве // Интерпрессграфик. – 1978. – № 4. – С. 42–59.
29. Рудер Э. Типографика. – М.: Книга, 1982. – 286 с.
30. Силади Г. Визуальные элементы в рекламе // Интерпрессграфик. – 1979. – № 3. – С. 44–54.
31. Фаворский В.А. Об искусстве, о книге, о гравюре. – М.: Книга, 1986. – 238 с.
32. Фрилинг Г., Ауэр К. Человек – цвет – пространство. Прикладная цветопсихология. – М.: Стройиздат, 1973. – 117 с.
33. Хайду И. Шандор Бортник. 1893–1976 // Интерпрессграфик. – 1977. – № 2–3. – С. 2–17.
34. Шевченко В.Я. Традиції та розвиток графічної школи / В кн.: 75 років вищої художньої школи Харкова. 1921–1996. – Х.: ХХІІІ, 1996. – С. 63–73.
35. Шевченко В.Я. Український плакат // М.А.Д.Е. – 2001. – № 1–2. – С. 78–87.
36. Шульц Д. Типизация типографического искусства и модуль. – М.: Книга, 1990. – С. 9–156.
37. Юрьев Ф.И. Цветовая образность книги. – М.: Книга, 1990. – С. 158–236.
38. 12th International Poster Biennale Warsaw 1988. – Warsaw, 1988. – 350 p.
39. Капр А., Шиллер В. Gestalt und Funktion der Typografie. – Leipzig, 1977. – 410 p.
40. Коваčevićová S. Knižný drevorez y ľudovej tradícii. – Bratislava, 1974. – 220 s.
41. Лудеке Н. El Lissitzky. Maler architekt tipograf fotograf. – Drezden, 1980. – 412 p.
42. Markschiess-Van Trix J., Novak B. Artisten und zirkus plakate. – Edition Leipzig, 1976. – 270 p.
43. Mroszczak J. I Miedzynarodowe Biennale Plakatu w Warszawie. – Warszawa, 1968.
44. Schuwer Ph. Histoire de la publicite. – Paris, 1966. – P. 29–30.
45. Томов Е. Estampes de la renaissance bulgare. – Sofia: Press, 1978.

ПРО АВТОРА



Володимир Якович Шевченко народився у 1948 році на Дніпропетровщині.

З 1965 по 1967 рік навчався у Дніпропетровському художньому училищі.

У 1972 році закінчив Харківський художньо-промисловий інститут за спеціальністю «Промислове мистецтво». У тому ж році розпочинає педагогічну діяльність на посаді асистента кафедри промислової графіки та пакування.

З 1988 року очолює кафедру графіки, у 1991 році здобуває вчене звання доцента. Зараз декан факультету образотворчого мистецтва. Як керівник майстерні плаката автор у своїй книзі узагальнює 30-річний досвід підготовки фахівців, висвітлює деякі аспекти з історії та розвитку плакатного мистецтва, звертається до проблем композиційної побудови плаката та образотворчих засобів композиції.

Педагогічну діяльність В. Я. Шевченко поєднує з творчою роботою в галузі плаката та книжкової графіки. Член Національної спілки художників України з 1983 року, учасник міжнародних та всеукраїнських художніх виставок і конкурсів.

Передмова	5
Частина перша	
Роль і місце плаката в системі візуальної комунікації	7
Розділ 1. Історичні віхи становлення та розвитку плаката	8
1.1. Витоки плаката	8
1.2. Виділення плаката у професійний вид творчої діяльності	16
1.3. Мистецькі пошуки та експерименти 20–30-х років ХХ ст.	25
1.4. Основні напрямки розвитку плаката середини ХХ ст.	36
1.5. Український плакат наприкінці ХХ — початку ХХІ ст.	44
Розділ 2. Специфіка сучасного плаката	49
2.1. Основні тенденції розвитку авторського плаката	50
2.2. Функціональне призначення рекламного плаката	54
2.3. Особливості проектування профілактичного плаката	58
2.4. Нетрадиційні форми плаката	61
2.5. Формати плакатних видань	63
Частина друга	
Образотворчі засоби композиції плаката	65
Розділ 1. Методичні принципи роботи над композицією плаката	66
1.1. Поняття композиції плаката	66
1.2. Етапи виконання оригіналів плаката	67
1.3. Основні чинники, що впливають на композицію плаката	70
Розділ 2. Графічна мова плаката	75
2.1. Графічні засоби і методи зображення	75
2.2. Метафора і символ у плакаті	78
2.3. Образотворчі властивості кольору	81
2.4. Текст і зображення	86
2.5. Застосування комп'ютерних технологій у проектуванні плакатів	90
Частина третя	
Методика підготовки фахівців-плакатистів	93
Розділ 1. Організація та методичне забезпечення навчального процесу	94
1.1. Тематичний зміст лекційного матеріалу	94
Розділ 2. Методика виконання практичних завдань	95
2.1. Екологічний плакат	96
2.2. Плакат для персональної виставки	98
2.3. Корпоративний плакат	100
2.4. Театральний плакат	102
2.5. Плакат-триптих	104
2.6. Плакат з профілактики захворювань	107
2.7. Серія плакатів	108
2.8. Переддипломне завдання	110
Розділ 3. Дипломна робота	113
3.1. Етапи виконання дипломного твору	113
3.2. Пояснювальна записка	116
3.3. Державна атестація	118
Розділ 4. Реформування системи підготовки фахівців у контексті Болонської декларації	121
4.1. Цілі Болонського процесу	121
4.2. Реалізація положень Болонської декларації в системі вищої освіти України	122
4.3. Впровадження основних ідей Болонського процесу в ХДАДМ	124
4.3.1. Кваліфікаційна робота бакалавра	126
4.3.2. Кваліфікаційна робота магістра	128
Список літератури	131
Про автора	132

Навчальне видання

Шевченко Володимир Якович

КОМПОЗИЦІЯ ПЛАКАТА

Навчальний посібник

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України

2-ге видання, доповнене

Редактор *Т. П. Мартиняк*

Дизайн *В. Я. Шевченко*

Комп'ютерна верстка *Д. Е. Чайка, О. І. Божок*

Коректори *С. А. Пашинська, М. М. Поточняк*

Підписано до друку 29.11.2006. Формат 60×84/8. Папір крейдяний.
Гарнітура Baskerville. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 15,42.
Обл.-вид. арк. 15,36. Тираж 500 прим.
Вид. №47. Зам. № 928.

Видавництво «Колорит»
Україна, 61072, м. Харків, вул. 23 Серпня, 56
Тел.: (057) 343-13-39, 757-99-47, 717-51-95
E-mail: color@ic.kharkov.ua; www.colorit.com.ua
Свідоцтво про держреєстрацію ДК № 1490 від 10.09.2003 р.

Віддруковано у ТОВ «Колорит»
Україна, 61072, м. Харків, вул. 23 Серпня, 56
Тел. (057) 717-51-95, факс (057) 717-54-55