

НА ЯЗЫКЕ ПЛАКАТА – О ГЛАВНОМ

Дорогие юные читатели, мы привыкли радоваться вашим удачам в разных видах и жанрах искусства – в лирическом пейзаже и в воображаемом портрете, в натурном рисунке и фантазийной композиции, в анималистическом жанре и сказочной иллюстрации, в пластике и декоративных формах и теперь предлагаем вам поработать в самом актуальном и оперативном виде творчества. Это плакат – непосредственный и живой отклик на реальные политические, общественные, культурные, исторические, экологические темы. Плакат, как никакой другой вид творчества, особенно востребован в переломные моменты истории, в период необходимости духовного подъема граждан.

Классик искусства плаката Мирон Лукьянов, автор «Юного художника», писал на наших страницах: «Тематика плаката чрезвычайно разнообразна: реклама товаров и услуг, кинофильмов, театральных и цирковых постановок, концертов, фестивалей. Бывают плакаты праздничные, к торжественным юбилеям и массовым мероприятиям, просветительные, выставочные, спортивные, по технике безопасности на производстве и в быту. Особое место в нашей стране традиционно занимал социально-политический плакат... Слово «плакат» немецкого происхождения. Однако, когда мы гово-

рим о плакатах театральных и вообще зрелищных, в русском языке употребляется и слово «афиша» (от французского – объявление). В последнее время в обиход входит английское слово «постер» для обозначения плакатов или другой печатной продукции, предназначенной для украшения интерьера квартир и офисов».

Мы знаем классику советского плаката, утверждающего гуманистические идеалы нашего общества, поддерживающего борьбу угнетенных народов за свободу и прогресс, выступающего за экономическое процветание и социальное развитие нашей страны. Классикой плаката стали темы борьбы за мир и дружбу народов, охраны материнства и детства, бережного отношения к природе, защиты здоровья человека, развития физкультуры и спорта, нравственного и культурного воспитания молодежи. Плакат учил любознательности и стремлению к знаниям, интересу к богатству родного языка, нашему великому литературному и художественному наследию. И этот интерес должен возродиться и окрепнуть в нынешний знаменательный Год русского языка. Здесь есть над чем поработать юным плакатистам.

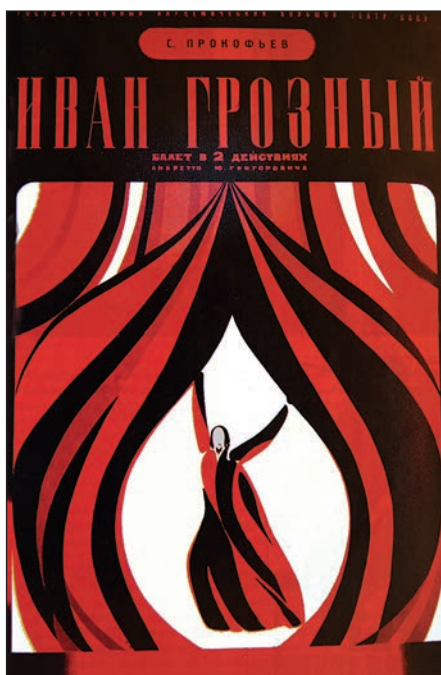
А чтобы ваш труд был более грамотным и осмысленным, чтобы ваш выбор пал на близкие и волнующие вас темы и на соответствующий им вид плаката, коснемся



этих видов с необходимыми пояснениями. Конечно, политический плакат занимает в этом списке первое место, и сегодня он особенно актуален. Можно сказать, даже необходим – и по причине больших, важных, духоподъемных и переломных событий в нашей стране, и в связи с общей накаленной международной обстановкой, и в свете недружественных акций и деклараций Запада и США по отношению к России. Что вы об этом думаете, юные художники, и как можете выразить ваши мысли и чувства в плакатной форме?

На низшей ступени плакатного искусства находится, конечно, рекламный, широко бытующий в нашей чересчур рыночной действительности, плакат, увы, часто весьма убогий и прямолинейный. Ведь к его созданию также следует подходить во всеоружии определенных навыков и знаний, имея в виду не только коммерческий эффект, но и пластическую составляющую этой массово тиражируемой продукции. Лучшие образцы русского рекламного плаката связаны с работой в этом жанре мастеров «Мира искусства» – И.Билибина, М.Врубеля, Е.Лансере, Л.Бакста. Они также внесли свой вклад в развитие выставочного и зрелищного плаката. Их художественный уровень стал образцом для последующего поколения – для таких советских мастеров, как Д.Моор и В.Дени, Родченко и Маяковский, Эль Лисицкий и братья Стенберги, В.Лебедев и М.Черемных, А.Дейнека и Ю.Пименов. Успешная работа этих художников в плакате часто вырастала из творчества по созданию образа книги, из острого интереса к приемам и выразительным средствам русского лубка, из опыта искусства сценографии.

Ребята, наверняка, вы ходите в кино, становитесь зрителями театральных спектаклей и цирковых представлений, встречаетесь на концертах любимых рок-групп, любите рэп или джаз, народную музыку или классическую. Попробуйте воплотить любимые ваши «зрелищные» впечатления в доступной вашим навыкам и знаниям плакатной форме. Учитесь доносить в своей работе главный посыл, символический образ, художественный замысел и оригинальную метафору избранного вами зрелищного объекта. Возможно, и даже наверняка, вам известна такая форма уличного искусства, как граффити, рисунки и тексты непосредственно на стенах зданий, своеобразная монументальная живопись, самодельные и самобытные современные «муралы».



Воспроизведены плакаты: **И.Тоидзе**, **Б.Кустодиева** (с. 1); **О.Савостюка–Б.Успенского**, **М.Лукьянова** (с. 2); **З.Левшуновой**, детские плакаты **С.Горбуновой** и **С.Лупинос** (с. 3).



В плакате необходимы (или желательны) наличие острого силуэта, контрастного яркого пятна, общего соответствующего теме фона, уместной орнаментации в зависимости от предлагаемого образа и начертания текста. Очень важны броскость изображения и запоминающийся слоган, достаточно крупный размер листа или другой поверхности, цветовой акцент и текстовой ритм. И какая-нибудь маленькая неожиданность, бросающаяся в глаза «изюминка». Как говорят классики,

Может быть, кто-то из вас уже участвовал в подобном украшении стен и улиц наших не всегда привлекательных и ярких городов. Что ж, этот опыт очень полезен для интересующего нас жанра. Плакат и «граффити» отличают несопоставимо разные размеры, а роднит непрременный синтез рисунка и текста. Иногда в уличном искусстве «граффити» процарапывание слов и фраз или кистевая каллиграфия становятся преобладающими, часто даже пренебрегаемыми изображением. Поэтому и в том и в другом виде искусства надо быть требовательным и ответственным за придуманный текст, за пространное речевое послание. Ведь, слово, как говорится, не воробей... К тому же иногда бывает горько видеть в исполненных дерзко и небесталанно граффити элементарные грамматические ошибки и стилистические «ляпы». Работайте над этим, уважайте и любите родной язык, как любили его выдающиеся плакатисты культурно-зрелищного жанра во второй половине XX века – О.Савостюк, Б.Успенский, В.Каракашев, В.Островский, Е.Цвик, Н.Бабин, Е.Каждан, Ю.Царев, В.Кононов, Л.Непомнящий, Ю.Боксер, З.Левшунова, М.Лукьянов...

Последний из перечисленных такие требования предъявлял к плакату: «Для успешной работы в этом жанре желательно, чтобы художник был достаточно универсален, владел рисунком, свободно обращался с цветом в одной из живописных техник: гуаши, акварели, темпере или пастели, владел азами фотографического искусства. Предупреждаю: умения с помощью компьютера монтировать чужие изображения далеко не достаточно... самое главное – композиционное решение, это выбор художественно-графического языка, перспективы: прямой, плоской или обратной (как в иконе), реального или условного соотношения фигур и предметов, плоскостного или пространственного объемного изображения, принцип монтажа, возможность знакового изображения, ритм, соотношение цветовых пятен, выбор единственно нужного шрифта».

«плакатный образ возникает на стыке текста и изображения, одно невозможно без другого, а в соединении является нечто третье. Плакат имеет достаточно средств выразительности – цвет, линия, фактура. В нем может быть использована любая графическая техника, фотография, живопись, коллаж, даже элементы скульптуры, так как современная полиграфия позволяет использовать рельеф на пластике».

Итак, подытожим и уточним основные параметры плаката и необходимые элементы. Лаконичный, мощный и ёмкий язык плаката опирается на ряд важнейших изобразительных компонентов: это выразительный рисунок и ключевая текстовая фраза (девиз, лозунг, мессидж, призыв, кратко и ясно сформулированная тема), искусство компоновки изобразительного сюжета и продуманной шрифтовой формы, введение цветового акцента и декоративного ритма, решение главного символа и компактной суммы деталей. Автор плаката должен свободно оперировать не только широким изобразительным инструментарием, но и чутко относиться к словесной формуле, а порой даже к единственному всеобъемлющему Слову (вспомним темпераментный призывный плакат Д.Моора «Помоги!»).

Плакат должен быть диалогичен, то есть, обращен непосредственно к зрителю, а агитационный – к воображаемому гражданину. Снова приведем исторические примеры – это композиция Л.Пастернака «На помощь жертвам войны», плакат Д.Моора «Ты записался добровольцем?», призыв Н.Ватолиной «Не болтай!», монументальный лозунг И.Тоизде «Родина-мать зовёт!». Конечно, в наше время всеобщей грамотности и полной компьютеризации населения уходят в прошлое простые, лобовые решения, но не отменяются ясность и логика разговора с соотечественником. По-прежнему необходимы страстный художественный образ, отчетливость авторской позиции. И, конечно, юный художник должен сам понимать, разделять и чувствовать то, к чему призывает. Иначе в результате весь труд обернется холодной имитацией или ремесленной поделкой, что оставит зрителей равнодушными, а творческую задачу нереализованной.

Многие ученики «художек» уже работают в заданном жанре. Так, П.Лернер сообщил об участии таких композиций в традиционной Международной биеннале «Буква. Слово. Книга».

Открывая новый конкурс, хочется познакомить читателей с аналогичным опытом работы Детской школы искусств города Называевск. Ученики под руковод-



ством педагога В.Риу взяли три темы: «Береги книгу», «За здоровый образ жизни» и русский лубок (малыши). Ученикам предлагалось выбрать тему, придумать слоган и создать визуальный образ в плакатном стиле.

Увы, сегодняшняя реальность не дарит нам запоминающихся встреч с художественно безупречным и полноценно действенным по замыслу плакатом. Всё более редок традиционный рисованный плакат, его неумолимо теснят образцы эффектной компьютерной графики, ловкий фотомонтаж и цифровые технологии. Было бы неплохо, дорогие ребята, чтобы вы сами решили в этом новом конкурсе, какие темы, техники, стили и методы вам выбрать. Один рецепт остается насущным и вечным: чтобы безошибочно следовать в новом направлении, необязательно отвергать и рушить всё старое, особенно если это классика, прошедшая испытание временем, реальностью, жизнью. И, наконец, динамикой искусства, формой художественного образа.

Дорогие ребята, вы можете присылать свои работы (прием только в электронном виде) на почту журнала: unhud@mail.ru. Необходима качественная съемка, технические условия: файлы JPEG не менее 300 dpi и от 1 MB. Если количество фото более трех, лучше пересылать в виде архива или ссылки для скачивания файлов. Работы надо аккуратно оформить: указать имя, фамилию, контактные данные автора, возраст, название композиции и описание работы, адрес и название школы (или автора), ФИО педагога. Срок проведения конкурса – до 1 января 2024 года. Удачи вам и хороших работ!

РЕДАКЦИЯ

