

Визуально-пластический язык плаката: генезис и формирование

Гладун О. Д.

*Коммунальное учреждение «Областной художественный музей»
Черкасского областного совета, Черкассы*

Актуальность исследования обусловлена тем, что именно плакат является доминантным визуальным сообщением, транслирующим принципы создания изображения на все объекты графического дизайна. Освоение коммуникативного опыта плаката позволит использовать его в разработке точного визуально-смыслового языка виртуальной среды, что является одной из первостепенных задач современного графического дизайна.

В статье представлен анализ возникновения плаката, охарактеризованы закономерности, обусловившие формирование его визуально-пластического языка, который является средством презентации визуальной информации. Его пластическая составляющая образуется во взаимодействии формы, текстуры, цвета, плоскости как элементов, создающих изображение. Сосредоточено внимание на предпосылках, способствующих развитию плаката: массовое производство, необходимость в рекламе и коммуникации, изобретение новых печатных технологий (цветная литография) и наличие качественной художественной среды.

Особое место отводится стилю модерн, повлиявшему на формирование пластического языка плаката Франции, позже Польши и всей Европы. Рассматривается влияние культуры Востока, в частности японского искусства, на выработку специфических особенностей нового стиля (его отношение к композиции, форме, пространству, цвету, линии и пр.).

Автор приходит к выводу, что первые плакаты, развиваясь внутри стиля модерн, впитывали универсальные принципы формообразования стиля. Первый визуально-пластический язык плаката – язык стиля модерн, который сформировался в результате освоения художниками пластики японской гравюры.

Ключевые слова: плакат, графический дизайн, визуальный язык, модерн.

Visual and Plastic Language of the Poster: Genesis and Formation

Gladun O. D.

Communal Institution "Regional Art Museum" of Cherkasy Regional Council, Cherkasy

The urgency of the research is due to the fact that the poster is the main visual message which transfers the principles of creating an image onto all objects of graphic design. Creating the communicative experience of the poster will allow it to be used in creating the exact visual-semantic language of the virtual environment. This is one of the primary tasks of contemporary graphic design.

In the article, the stages of the emergence of the poster are analyzed, as well as those patterns that contributed to the formation of the visual-plastic language of the poster are characterized. The visual plastic language is a means of presenting visual information. Its plastic component is formed by the interaction of shape, texture, and color as the elements that create the image. Attention is concentrated on the premises that contributed to the development of the poster, namely: mass production, the need for advertising and communication, the invention of new printing technologies (color lithography) and the availability of high quality artistic environment.

A special place is given to the Modern style that influenced the formation of the plastic language of the poster, first in France, then in Poland and Europe as a whole. The article also discusses the influence of the culture of the East particularly, the influence of Japanese art on the formation of specific features of the new style in the poster (its relation to composition, form, space, color, line, etc.).

The author concludes that the first posters developed inside the style of Modern and absorbed the universal principles of the form of this style. The first visual-plastic language of the poster is the language of Art Nouveau style, which was formed after the artists began to use the plastic language of Japanese engraving.

Key words: poster, graphic design, visual language, modern.