

История традиционных и региональных школ оформления плакатов

Плакаты, как и все другие медиа — не только носители информации, но и средства коммуникации, они являются частью культуры и отражают жизнь во всей ее полноте. На протяжении веков плакаты являются частью общественного пространства. Их смелый и привлекательный дизайн использовался рекламодателями, политическими активистами и художниками для общения и распространения сообщений среди общественности. В каждой стране плакат использовался для обозначения уникальных культурных институтов общества.

Традиционные:

Американская

Плакатное искусство в США начало свое развитие благодаря выпуску многочисленной периодической прессы. Издательские фирмы были ответственны за появление художественного плаката. Американский плакат не стал многолетним итогом местной творческой эволюции. В основе американского плаката лежат достижения английской и французской афиши. Другой отличительной чертой американского плаката является наличие нескольких плакатных центров, таких как Нью Йорк, Чикаго и Филадельфия.

Особенности:

- Использование коллажей
- Как правило отсутствие симметрии
- Использование аллюзии, анафоры
- Риторическое обращение к зрителю



Эл. Хиршфельд
1943



Дж. Ховард Миллер
1943



Дж. М. Флэгг
1917

Швейцарская

Швейцарская школа плаката появилась в ответ на ускорение темпа жизни и передачи информации. Она появилась в двадцатых годах прошлого века, стала популярна в пятидесятых и актуальна до сих пор. В основе швейцарского дизайна — философия школы Баухаус, один из принципов которой — «Форма следует за функцией». Ясные читабельные шрифты, простые, понятные иллюстрации помогли быстро донести информацию.

Особенности:

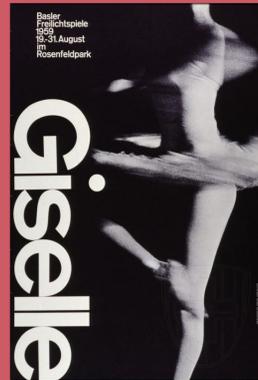
- Использование модульной сетки
- Ассиметричная композиция
- Использование шрифтов без засечек
- Использование фотографий
- Простота



Й. Мюллер-Брокманн
1959



Й. Мюллер-Брокманн
1971



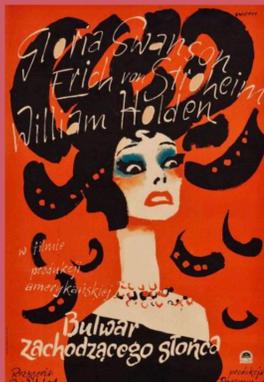
А. Хофманн
1959

Польская

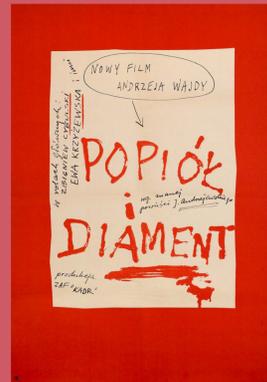
Основы польской школы плаката были заложены еще до войны в мастерской прикладной графики Варшавского политехнического института, вторым центром стала Школа изящных искусств. Польский плакат произошел от низовой графики.

Особенности:

- Нарисованы вручную
- Отсутствует симметрия
- Построены на литературной метафоре
- Не находятся в оппозиции к власти



В. Свежий
1957



В. Фангор
1958



П. Млодоженец
1994

Кубинская

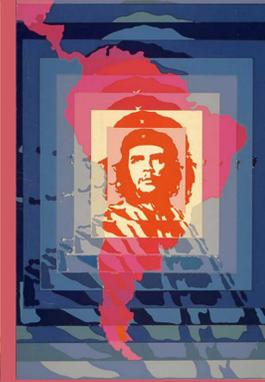
На Кубе постеры не одно десятилетие играют роль своеобразного средства массовой информации, воздействующего на широкие круги населения. Литографии появились на Кубе еще в середине XIX века. Позднее, в 1940-х годах XX века, развитие киноиндустрии привело к тому, что на Кубе был создан свой особый стиль плаката. «Золотой век» кубинских постеров начался после свержения кубинского президента и диктатора Фульхенсио Рубена Батисты. Некоммерческие постеры, которых в ту пору было создано великое множество, опережали политические волнения в стране, а их авторы делали все возможное, чтобы донести до народных масс дух революции. Кроме того, немало плакатов выполнялось по заказу властей, чтобы донести информацию до широких масс в наглядном виде, к тому же нетрадиционный подход к политической рекламе особенно плодотворен.

Особенности:

- Яркие цветовые решения
- Точно очерченные формы
- Военная тематика



А. Ростгаардом
1969



X. Серрано
1968



P. Зарса
1969

Японская

зачатки рекламного плаката появились в Японии в XVIII веке в период Эдо. Первым наружную афишу стал использовать театр Кабуки. Афиши сопровождался изображениями актеров и текстом с информацией о зрелище. В конце 1880 годов с ростом промышленности и торговли начали печатать полноценные плакаты.

Особенности:

- Круглое сечение графики
- Использование сетки
- Центрическая композиция
- Использование метафор, символов
- Часто встречается изображение солнца с красными лучами



К. Нагаи
1961



К. Нагаи



Т. Йоко

Русская

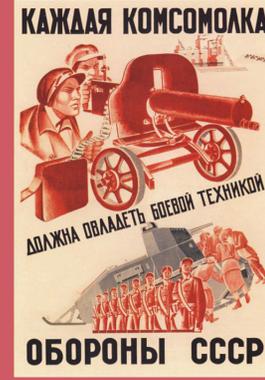
В предреволюционной России не было профессии плакатиста. После 1917 года плакат становится средством агитации, принимает стилистику кубизма и супрематизма. Советский плакат первых послереволюционных лет - явление феноменальное. «Мобилизованный» властью на фронт идеологической борьбы, он на протяжении полутора десятка лет сохранял лидирующее место среди других видов изобразительного искусства. Плакат естественно оказывался в сфере интересов мастеров русского авангарда, их теоретической и практической деятельности. Он воплотил их наиболее радикальные идеи, стал значительным, новаторским явлением в художественной культуре.

Особенности:

- Являются средством агитации
- Фотоколлаж
- Использование брусковых шрифтов
- Леттеринг
- Иерархия текстовых блоков



Б. Решетников
1956



М. Бри-Бейн
1932



В. Кораблева
1930

Региональные

В каждой стране плакат использовался для обозначения уникальных культурных институтов общества. Во Франции кафе и кабаре были вездесущими; в Италии опера и мода; в Испании коррида и фестивали; в Германии торговые ярмарки и журналы, в Великобритании и Америке литературные журналы, велосипеды и цирк. Несмотря на перекрестное опыление, обозначились и самобытные национальные стили — голландские плакаты отличались сдержанностью и упорядоченностью; итальянские плакаты по их драматизму и размаху; немецкие плакаты за их прямоту и средневековое влияние.



М. Руж
1890, Франция



1937, Испания



С. Лумли
1915, Англия