

# 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:

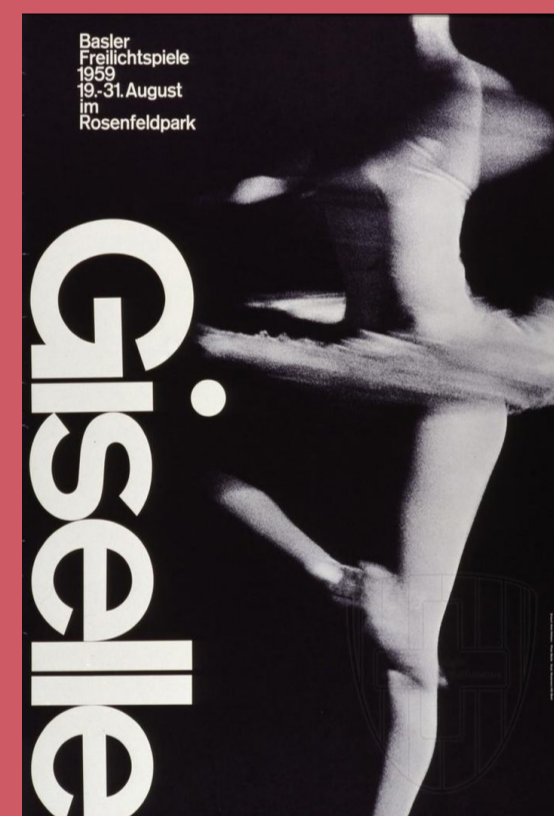
- Использование модульной сетки
- Ассиметричная композиция
- Использование шрифтов без засечек
- Использование фотографий
- Простота



Й. Мюллер-Брокманн  
1959



Й. Мюллер-Брокманн  
1971



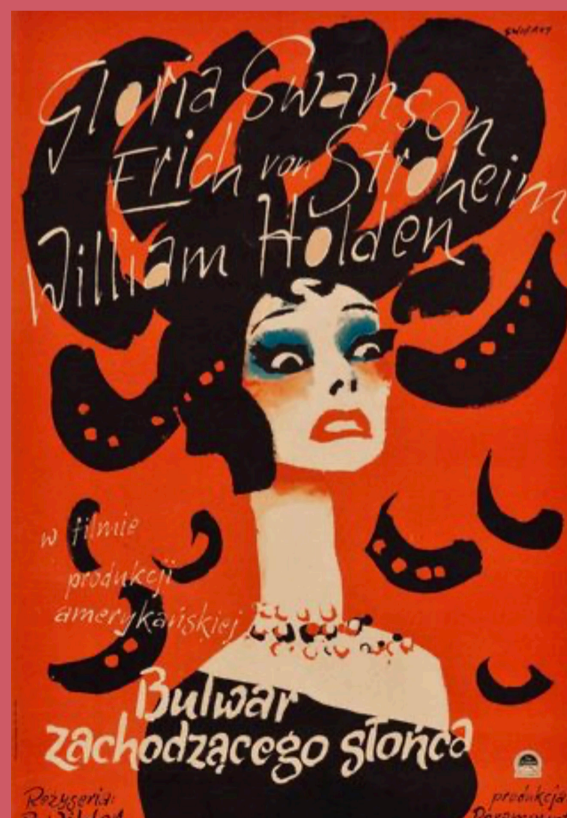
А. Хофманн  
1959

### Польская

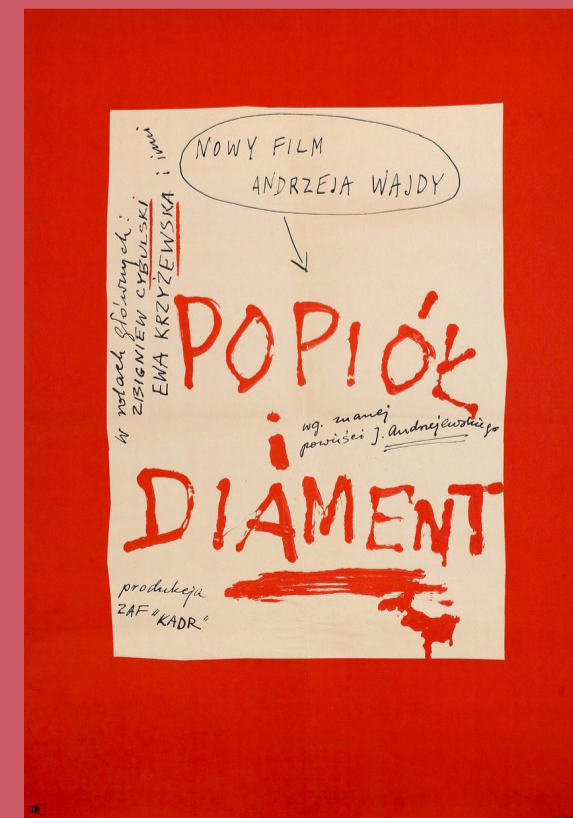
Основы польской школы плаката были заложены еще до войны в мастерской прикладной графики Варшавского политехнического института, вторым центром стала Школа изящных искусств. Польский плакат произошел от низовой графики.

#### 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
- Фотомонтаж
- Использование брусковых шрифтов
- Леттеринг
- Иерархия текстовых блоков



Б. Решетников  
1956



М. Бри-Бейн  
1932



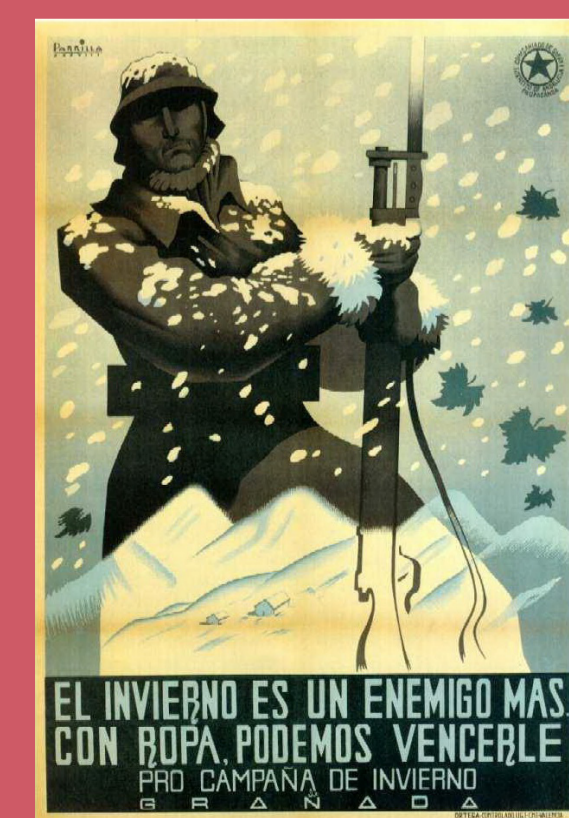
В. Кораблева  
1930

## 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