



УДК 7.011

ПЛАКАТ ЯК ЗАСІБ ГРАФІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ

ВОРОБЧУК Марія¹, ТЕРЕЩУК Софія², ПАШКЕВИЧ Калина¹
¹ Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
² Луцький національний технічний університет, Україна
**tereshchuksofia03@gmail.com, mariakalytiuk888@gmail.com,
pashkevich.kl@knutd.com.ua**

У роботі розглянуто плакат як засіб графічної комунікації, досліджено історію його розвитку. Проаналізовано поняття «плакат», «постер», «афіша». Встановлено, що плакат є важливим елементом контакту із суспільством, адже за допомогою візуального донесення інформації викликає різні емоції у глядача та передає головну ідею графічної роботи.

Ключові слова: дизайн, графічний дизайн, плакат, постер, афіша, графічна комунікація.

ВСТУП

Дизайн плакатів є популярною сферою в сучасному світі, він виходить за межі естетики й використовується як засіб графічної комунікації для передачі повідомлення за допомогою знаків та зображень.

За допомогою плакату можна маніпулювати людською свідомістю, використовуючи значення кольорів, державну символіку, шрифтове оформлення та правильне поєднання усіх елементів в одному цілому. Привабливість плакату дозволяє глядачеві сприймати його на емоційному, соціальному, інтелектуальному та економічному рівнях. Саме тому, вони сьогодні активно використовуються не лише на дошках оголошень, а й як онлайн інструмент для реклами.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Виробничі технології досягають нових результатів у сфері виробництва, а тенденції створення плакатів постійно змінюються. Сьогодніні плакати виходять за рамки ідеалів мистецтва. Плакати займають унікальне місце у графічній комунікації, оскільки вони створені, щоб справляти миттєвий вплив, охоплювати різноманітну аудиторію, швидко розповідати історію та служити інструментом брендингу та художнього вираження.

Плакат як засіб графічної комунікації існує для передачі повідомлення за допомогою знаків та зображень. Він привертає увагу, якщо зображення на ньому є впізнаваними або їх просто ідентифікувати.



Метою дослідження є вивчення історії розвитку плакату як засобу графічної комунікації та визначення різниці між поняттями «афіша», «постер», «плакат».

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Дизайнери за допомогою графічної роботи доносять інформацію до глядачів використовуючи графічні методи, що має вплив на формування їхнього мислення та світобачення. Будь-який плакат, афіша чи постер складається з двох частин: візуальної та інформаційної. Оскільки свідомість глядача надає перевагу простим речам, які легко запам'ятовуються більший вплив має не інформація, яку можна прочитати, а колір та зображення що викликають емоції.

Терміни «афіша», «плакат» і «постер» найчастіше використовуються в маркетингу, рекламі та мистецтві. Проте, варто відзначити, що кожен з цих має свої особливості та відмінності в застосуванні.

Афіша є головним анонсом подій, подача якого розрахована на деякий час. Вона використовується для реклами культурних та громадських заходів, концертів, виставок [1]. Афіша слугує важливим інформаційним засобом, презентуючи такі дані: час, місце, учасників події тощо. Також, вона включає яскраві та ефектні зображення, які передають атмосферу майбутнього заходу. В результаті, глядачі мають можливість отримати не лише необхідну інформацію, а й можливість стати частиною рекламованої події.

Постер – це форма друкованої графіки, який як і афіша створений з метою привертання уваги до конкретного повідомлення. Він використовується для просування фільмів, музичних альбомів чи продуктів, маючи гнучкіші можливості в оформленні та стилістиці на відмінну від афіші.

Плакати використовуються в освітніх цілях, для висвітлення соціальних або політичних питань. Їх мета – акцентувати увагу на важливих темах та викликати громадське обговорення [2].

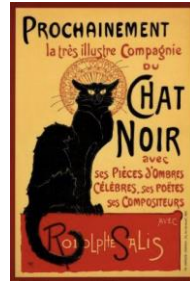
Варто зазначити, що усі перераховані терміни можуть використовуватися як синоніми, проте кожен має відмінності, оскільки у них різне призначення та вплив у сферах мистецтва та комунікації.

Задовго до масового розповсюдження газет і журналів плакати були єдиним джерелом інформації для мас. У давнину афіші відігравали важливу роль у повсякденному житті. У стародавніх Афінах та Римі вони прикрашали вулиці, розміщувалися на фасадах будинків Помпеї, висіли на стовпах та колонах по всьому місту, щоб повідомляти громадян про найбільші події. Середньовічні афіші залишалися простими та не підлягали стандартам, часто створювалися вручну і не мали виразності. Проте, в XVIII - XIX століттях афіші набувають саме мистецького характеру, адже створювалися методом гравірування [1].

Провідним майстром у галузі плакатного мистецтва був французький художник Henri de Toulouse-Lautrec, який один з перших розвивав напрямок плакатного мистецтва (рис. 1а, 1б).



а

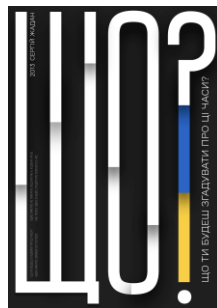


б

Рис.1. а - Плакат «Moulin Rouge», Анрі де Тулуз-Лотрек, 1891р.;
б - Плакат «Chat Noir», Анрі де Тулуз-Лотрек, 1896 р.

Раніше плакати використовувалися в політичних і пропагандистських цілях в основному урядами та політичними рухами, вони були незамінним інструментом для масової комунікації та вербування. У часи Першої світової війни плакати широко використовувалися з агітаційною метою. Проте, під час промислової революції плакатне мистецтво стало невід’ємною складовою промислового дизайну. Плакат сприймався як важливий елемент контакту із суспільством за допомогою візуального донесення інформації, який має не лише нести текстовий зміст, а й надихати, викликати емоції та передавати головну ідею. Дизайнери Баухауза прагнули до ідеалу в промисловій галузі, створюючи плакати, в яких панувала кольорова гармонія де гармонійно поєднувалися форма та зміст [2].

Варто зазначити, що після початку повномасштабної вторгнення в Україну, мистецтво плакату почало базуватися на зовсім інших цінностях. Увага дизайнерів приділяється українській символіці, традиціям, історії, літературі тощо [3]. Наприклад, робота української дизайнерки Євгенії Цибуленко, де можна проаналізувати застосування української символіки яка чітко відображена в основному тексті роботи (рис. 2а).



а



б

Рис. 2. а - Євгенія Цибуленко, 2023 р.;
б - Плакат «Земля», Софія Терещук, 2023 р.



Сьогодні для українських дизайнерів ідентичність є важливою метою створення плакату, адже це виражається в унікальному малюнку, який допомагає виділятися. Наприклад, робота Софії Терещук надає відчуття національної приналежності (рис. 26). «Земля» нагадує кожному українцю про давно забуті традиції та спонукає цінувати їх.

Останніми роками плакати повернулися завдяки цифровим технологіям, які дозволяють створювати дизайн, що привертає увагу. Сьогодні плакати використовуються для широкого кола цілей, включаючи рекламу, політичні кампанії та просування культурних подій. Вони залишаються важливим засобом спілкування та самовираження.

ВИСНОВКИ

Протягом багатьох століть плакати є частиною публічного простору. Їх сміливий і привабливий дизайн використовувався рекламистами, політичними активістами та художниками для поширення повідомлень серед громадськості. Вони мають довгу історію розвитку від античності до сьогодення. Встановлено, що терміни «афіша», «плакат» і «постер» мають свої особливості та відмінності в застосуванні. У них різне призначення та вплив на глядача, проте вони усі належать до друкованої графіки.

Отже, плакати продовжують відігравати важливу роль у рекламі та мистецтві, адже сьогодні плакати інтенсивно використовуються в соціальних мережах, що підвищує їхню ефективність та посилює голос громадськості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Будник А. В. Українська театральна афіша 1920–1930-х рр.: від еkleктики до конструктивізму. *Мистецтвознавчі записки*. 2015. №27. С. 308–318.
2. Utoyo A., Aprilia H., Kuntjoro-Jakti R., Kurniawan A. Visual communication design: Poster as an important way to encourage social distance in Jakarta when the epidemic 19. *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.* 2021. № 729(012140). DOI:10.1088/1755-1315/729/1/012140
3. Гладун О. Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. *Збірник наукових праць Сучасне мистецтво*. 2018. №14. С. 115–122. DOI:10.31500/2309-8813.13.2018.152212

VOROVCHUK M., TERESHCHUK S., PASHKEVYCH K.

POSTER AS A TOOL OF GRAPHIC COMMUNICATION: HISTORY OF DEVELOPMENT

The paper examines the poster as a means of graphic communication, examines the history of its development. The concept of "poster", "poster", "poster" was analyzed. It has been established that the poster is an important element of contact with society, because with the help of visual communication of information it evokes different emotions in the viewer and conveys the main idea of the graphic work.

Key words: design, graphic design, poster, poster, poster, graphic communication.