

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории и
педагогике искусства

**Плакат как источник возникновения
современных визуальных символов-стереотипов**

АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 5 курса 522 группы
направления подготовки 50.03.03 История искусств
факультета искусств

Квасовой Арины Сергеевны

Научный руководитель
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории, истории и
педагогике искусства

_____ Е.П. Шевченко

Заведующий кафедрой ТИПИ
доктор педагогических наук, профессор

_____ И.Э. Рахимбаева

Саратов, 2025 г.

Введение

Увеличение информационных потоков – характерная черта настоящего времени. В силу своего постоянного уплотнения информационно коммуникативное пространство прибегло к визуализации информации, способной обеспечить ее лучшую концентрацию и эмоционально-энергетическое воздействие. Благодаря эмоциональности визуальные тексты способны к гораздо большей мотивации и манипуляции. Общеизвестно, что определяющую роль в изменении языка изобразительного искусства и дизайна играют социально культурные трансформации, и так как основной чертой новой картины мира становится коммуникативность, в соответствии с этим претерпевает изменения визуальный язык искусства как средство коммуникации.

Наступление массовой культуры, с ее демократичностью, всеобщностью и доступностью, привело к поиску языка универсальной коммуникации, не обусловленного стилистическими, культурными, политическими и другими правилами и требованиями. Эти процессы актуализировали развитие знаков, символов. Создание знака – древнейший творческий опыт, идущий со времен прошлого всех культур и народов. Знак обеспечивает универсальность и динамику прочтения информации – за несколько секунд знак должен привлечь внимание, быть декодированным и остаться в памяти.

Изучение и анализ символов-стереотипов, созданных культурой, являются актуальными вопросами гуманитарной области знаний. Глубокое изучение истории их формирования позволяет нам говорить о транслируемых искусством знаках-символах, образах и иконических символах. Исходя из этого, можно констатировать, что существует острая необходимость в изучении этой темы.

Благодаря исторически сложившимся условиям, изобразительное искусство сформировало особую знаковую систему, благодаря которой можно хранить идеи во времени. Благодаря знаку, информация становится

лаконичной, универсальной, доступной: человек привык символизировать явления бытия в знаковой форме.

Вид искусства, где сочетаются все вышеперечисленные особенности – плакатное искусство. Яркие образы, оформление и стилизация запоминаются людьми и формируют ассоциативные связи, которые влияют на восприятие окружающего мира.

Плакат – быстрое, энергичное, знаковое сообщение, вместе со своими производными (билборд, баннер, рекламная листовка) – стал неотъемлемой частью новейшего визуального пространства. Он активно формирует зрительные стереотипы в рекламе, городской среде, социальной сфере. Свидетельством того, что плакат развивается и востребован, есть многочисленные международные выставки: их темы охватывают практически весь спектр социальных, экологических, культурных и нравственных проблем общества, что делает актуальной тему исследования.

Плакат несёт в себе универсальные понятые обществу символы и создаёт новые, создавая символы-стереотипы. По мнению исследователей, это уникальное явление напрямую воздействует на сознание человека через бессознательное и чувственное, и в дальнейшем формирует мышление человека. В нашей выпускной квалификационной работе мы рассмотрели это на конкретных примерах плакатов, кроме этого, проследили процесс закрепления анализируемых символов-стереотипов в современной культуре.

Цель исследования: изучить плакат как источник возникновения современных визуальных символов-стереотипов.

Задачи исследования:

- изучить историю плаката;
- рассмотреть особенности и средства художественной выразительности плаката;
- установить влияние символов-стереотипов на восприятие окружающего мира;

- проанализировать популярные символы-стереотипы, источниками которых стал плакат.

Методологическую базу представляют труды Бодрийера Ж., Боровского Д. А., Гладун А., Григулевич И. Р., Демосфеновой Г. Л. и других.

Структура работы. ВКР бакалавра состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников в количестве тридцати одной штуки и двух приложений. В Приложение А вынесен список художественных произведений, анализируемых в работе, в Приложение Б представлены иллюстративные материалы.

Основное содержание работы

В первой главе работы «Плакатное искусство как художественное явление» обозначены и изучены:

1. История плаката
2. Особенности и средства художественной выразительности плаката

В первом параграфе установлено, что плакат как художественное явление возник и оформился во Франции в конце XIX века. Его появление было обусловлено экономическими и техническими предпосылками: необходимостью в рекламе и изобретением цветной литографии. Расцвет французского плаката (1890-1900 гг) совпадает с расцветом стиля модерн.

Первый визуально-пластический язык плаката – язык стиля модерн, который сформировался в результате освоения французскими художниками пластики японской гравюры. Именно поэтому для плаката стиля модерн характерны сочетание условного пространства с объемной и плоскостной трактовкой формы, наличие силуэтной линии, заимствованные из японской гравюры. Но в отличие от японской гравюры, где в пластике формы существует большая мера условности, в данном виде графики фигуративный силуэт сохраняет пластику эстетизированной природы.

Во втором параграфе выяснили, что плакат возник благодаря развитию методов печати, в частности техники литографии: она позволила наладить массовое производство объявлений. К 1890-м годам новая техника

распространилась по всей Европе. В этот период плакаты создавали несколько известных художников: Анри де Тулуз-Лотрек, Пьер Боннар, Альфонс Муха, Обри Бёрдслей.

К особенностям этого вида искусства можно отнести следующее: плакат должен быть виден на расстоянии, быть понятным и хорошо восприниматься зрителем. В плакате часто используется художественная метафора, разномасштабные фигуры, изображение событий, происходящих в разное время и в разных местах, контурное обозначение предметов. Для текста важным является шрифт, расположение, цвет. В плакатах используется также фотография в сочетании с рисунком и живописью.

Современному плакату присущи общие тенденции единого информационного поля: тенденция превращения однозначного сообщения в многозначное, тенденция использования знаковых конструкций, лишенных конкретного значения. Одной из ведущих тенденций развития визуального языка плаката может оказаться технология дополненной реальности. Появление «отзыва» от плаката, возможности взаимодействия с ним, переносит плакатное искусство на новый коммуникативный уровень развития. QR-код, позволяет выйти плакатам на другой уровень информативности.

Вторая глава «Формирование символов-стереотипов посредством плаката» содержит:

1. Символы-стереотипы как часть визуальной культуры
2. Символы-стереотипы в плакатном искусстве: анализ

В первом параграфе было рассказано о том, что в современной культуре произошёл визуальный поворот, который подразумевает под собой преобладание визуальной информацией над текстовой. Изменение ценностной идеологемы развития, языковая экспансия (разрушение эталонов речевого поведения) и активное распространение образов массовой визуальной культуры оказало глубинное воздействие на общественное сознание людей, сформировав новые рефлексии мировосприятия, которые

ориентированы на некую виртуальную реальность.

У общества появляется потребность в создании символов-стереотипов. Плакат стал один из источников его появления. Влияние символа-стереотипа может скорректировать культурные ценности, визуальное восприятие окружающего мира, а также формирует определённые эмоциональные взаимосвязи. Сам феномен стереотипии в культуре возможен благодаря сильной знаково-символьной природе явления. Стереотип по своей сути включает в себя: повтор знаков, символов и воздействие на индивида на подсознательном уровне.

Во втором параграфе были проанализированы три варианта того, как плакат стал источником возникновения символов-стереотипов. В ходе исследования пришли к выводу, что проанализированные плакаты различаются периодами создания, тематикой, подтекстом, потенциальной целевой аудиторией зрителей и контекстом среды, в которой они существовали, но все они показывают нам, что за счёт постоянного использования плакатов в повседневной жизни человека на основе изображения создаётся символ-стереотип, который в последующем развивается в культуре отдельно от источника. Да, он схож по смыслу с источником, но не является им, общество добавляет в его исходный смысл дополнительный контекст, выстраиваются чёткие ассоциативные ряды с другими символами-стереотипами, тем самым создавая отдельный визуальный язык.

Заключение

В конце XIX века во Франции появилось и сформировалось новое художественное явление – плакат. Его возникновение было обусловлено экономическими и техническими факторами: потребностью в рекламе и изобретением цветной литографии.

Термин «плакат» описывает общую категорию печатных двумерных изображений, которые предназначены для прикрепления к вертикальной поверхности. Его эволюция тесно связана с достижениями в процессах

печати. Плакаты могут состоять исключительно из изображений или изображений и текста. В некоторых случаях он может полностью состоять из текстовой графики.

В настоящее время плакатное искусство используется художниками и печатниками, художественными издательствами и организаторами культурных мероприятий, политиками и пропагандистами, а также коммерческими фирмами, рекламными агентствами. Среди наиболее частых применений: известные картины и политические плакаты. Интеграция плаката в повседневную жизнь человека происходила постепенно.

Первый визуально-пластический язык плаката – это язык стиля модерн. Это произошло потому, что расцвет французского плаката пришёлся на период с 1890 – по 1900 годы, что совпало с расцветом этого стиля. Изобразительный язык модерна сформировался и благодаря освоению французскими художниками пластики японской гравюры. Именно поэтому для плаката в стиле модерн характерно сочетание условного пространства с объёмной и плоской трактовкой формы, наличие силуэтной линии, заимствованной из японской гравюры. Однако, в отличие от японской гравюры, где в пластике формы существует большая степень условности, в данном виде графики фигурный силуэт сохраняет пластику.

В современном плакате можно проследить общие черты, характерные для единого информационного пространства. Например, в плакатах наблюдается тенденция к тому, чтобы однозначное сообщение становилось многозначным, ведь в культуре в середине XX века произошёл визуальный поворот. Люди стали проще улавливать сообщения, основанные на визуальных символах-стереотипах, а не столь привычные ранее тексты.

Общество буквально окружило себя целым спектром различных символов. Индивид, воспринимающий символ, оценивает его в рамках определенного семантического поля, следуя тем культурным кодам, которые закладывались автором сообщения. Следует отметить: несмотря на то, что символы-стереотипы можно считать носителями реальности, они не

являются реальностью как таковой, но тем не менее реальность толкуется через символы-стереотипы.

Повторение символов-стереотипов в плакатах различных стран с целью обесмысливания «ненужных» сцен и расположение зрителя к чувственному мышлению для восприятия целого через частное, можно прийти к выводу, что происходит процесс стереотипизации восприятия зрителя посредством плаката.

На примере конкретных плакатов мы проследили путь развития трёх различных символов-стереотипов. Каждый из них прошёл свой уникальный процесс развития, распространения и закрепления в массовом сознании.

Во-первых, был рассмотрен главный символ рождества, который популяризировался за счёт плакатной рекламной кампании. Во-вторых, романтический символ революции, основой которого был плакат малоизвестного художника. В-третьих, серия агитплакатов, объединённых одним посылом и композицией.

На основе проанализированного материала было выявлено, что плакатное искусство действительно может стать источником возникновения и распространения символов-стереотипов. Они достаточно крепко закрепляются в памяти людей и после находят своё место в популярной массовой культуре, так как становятся понятны большей части общества без дополнительного контекста.