Корнюков Ю.К., викладач кафедри дизайну ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»,м. Миколаїв

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ПЛАКАТНОЇ ГРАФІКИ

Ці тези присвячені деяким особливостям підготовки графічних дизайнерів в галузі мистецтва плакату. Метою викладання основ плакатної графіки є надбання навиків фундаментального професійного спрямування в процесі формування відповідного креативного рівня умінь студента, які застосовуються у графічному зображенні. Головною задачею такої підготовки є становлення індивідуального підходу у виборі специфіки плакатної образності та зображальних засобів для втілення ідеї.

У 2010 році вийшла друком книга «Дизайн: словник-довідник» (науково-довідкове видання Національної академії мистецтв України та Інституту проблем сучасного мистецтва), де читаємо таке тлумачення терміну: «Плакат (від нім. Plakat – афіша, оголошення) – великоформатний відбиток у вигляді малюнка з коротким супровідним прозовим чи віршованим текстом, що виконує завдання наочної агітації й політичної пропаганди, інформації, реклами, інструктажу чи навчального посібника» [5].

Плакат – це витвір мистецтва, різновид тиражованої графіки. Сучасний плакат – це найчастіше поліграфічне виконання художнього оригіналу. Основні вимоги до плакату такі: плакат повинен сприйматися з великої відстані, бути помітним на фоні інших засобів візуальної інформації. Він увібрав у себе найкращі досягнення станкової та книжкової графіки, фотографії та типографіки, а також є невід'ємною частиною візуальної культури, потужним засобом масової інформації та впливу на свідомість людей [1].

Кращі роботи українських майстрів відрізняють володіння всіма засобами плакатної виразності, висока графічна культура, розуміння кольору як змістовно-смислового компонента плакатної композиції, органічна взаємодія зображення і шрифту. Український плакат досить вичерпно демонструє різноманітність його видів і жанрів – від соціальної тематики і плаката культурного до торгової реклами, листів з безпеки руху, кіно і театральних афіш.

Високий професіоналізм включає в себе таке поняття, як художній смак, почуття міри. Професійне навчання – це розвиток композиційного мислення, почуття кольору, ритму – тобто та сума навичок і прийомів, які «оснащують» графічного дизайнера професійним умінням і розвивають його образно-пластичне мислення, іншими словами, навчають специфіці плакатної

образності, озброюють умінням придумати, драматургічно «пов'язати» зображальні засоби для втілення ідеї.

Але просто і швидко навчити художнього смаку неможна. Звичайно, досвід роботи, практика дають можливість осягнути якісь «таємниці» мистецтва. І все ж художній смак, інтуїція – більшою мірою дар природи.

Що ж необхідно враховувати молодим фахівцям в галузі графічного дизайну, що займаються створенням плакату?

Перш за все вони повинні перейнятися розумінням, що природі плаката властива однозначність, а не багатовимірність. У живописі, графіці «зміст» може не вичерпуватися власне зображенням, а як би залишати за площиною графічного листа якусь недомовленість, безліч глибоких асоціацій, народжуваних самою атмосферою твору, змістовністю, натхненністю мальовничій форми і т. п. Але плакату подібне протипоказано. Він повинен бути витлумачений глядачем тільки в одному напрямку; різночитань тут бути не може. І в цьому сенсі плакат одномірний. Так само як агітаційність і публіцистичність – його жанрова сутність. В іншому випадку – це не плакат. Звичайно, мається на увазі плакат соціально-громадської тематики. Концертні афіши чи театральні, які інтерпретують музику Баха або п'єси Лесі Українки, можуть бути по-різному прочитані і самим художником, і глядачем, який побачив ці плакати.

Зараз, що помітно з розвитком всього прогресивного світового плаката, він стає занадто зашифрованим. Часом метафоричність, символічність і гіперболи настільки багатоскладні, що доводиться їх відгадувати як ребус, як загадку, тут складно побачити ідею. Чи корисно це плакату? Він завжди конкретний за темою, функціональний і простий, намагається переслідувати певну мету: застерегти, звернути нашу увагу, дати нам певну інформацію. Коли ж сенс плаката розпливчастий, це означає тільки те, що плакатист не знайшов для цієї теми єдино оптимального рішення.

Як же оволодіти специфікою плакатної мови? Часто у початківців дизайнерів логіка мислення при вирішенні плакатного образу перетворюється в деякі кліше засобів виразності, що призводить до усереднених композиційних ходів. До того ж плакатисти повинні вирішувати дуже важливі, але стабільні, з року в рік теми які повторюються, такі як боротьба за мир проти агресії, боротьба за високу культуру праці, відзначати святкові дати, піднімати важливі питання охорони навколишнього середовища... І тоді при вирішенні подібних тем мислення дизайнера налаштовується на певний шаблон. Не даремно ж з плаката в плакат кочують зображення глобусів або земних куль з літаючими на їх фоні голубами, міцними рукостисканнями; палітри, олівці, книги, скафандри космонавтів, пташині гнізда, сліди людських ступень... Існує ще, крім стандартного набору знаків-символів, шаблон тлумачення самої теми. Прикладом можуть служити плакати, присвячені святковим датам. Вони теж повторюються з року в рік, і виробляється кліше таких зображень: квіти, вінки з квітів, що утворюють цифри, державний прапор, зірки феєрверка і т. п.

І тут тільки оригінальна взаємодія тексту і власне зображення, парадоксальність зіставлень або переміщення предметів у не властиве їм середовище, де вони набувають незвичайний для них сенс, роблять плакат несподіваним і дотепним. Плакат завжди повинен містити елемент несподіванки – смислової гри слова із зображенням, предмета з предметом і т. д. У цьому (звичайно, і не тільки в цьому) одне з головних його відмінностей від графічного листа, картини, де це необов'язково. Але на жаль на практиці початківець дизайнер поставлений в такі умови, коли сьогодні треба зробити плакат на актуальну політичну тему для видавництва, а завтра – для чергового конкурсу реклами, післязавтра – театральну афішу... Дуже важко кожен раз придумати щось несподіване, оригінальне, нове, що дивує увагу хитромудрою вигадкою, сміливістю та новизною рішення. І саме у такій ситуації викладач зобов'язаний дати зрозуміти студенту, що просто бажання здивувати – а воно нерідко тепер переважає не тільки у плакаті, а й у багатьох творах живопису, графіки, скульптури, – наводить якраз до зворотних результатів: до втрати художньої якості, до зайвої ускладненості або, навпаки, полегшеності, зовнішньої ефектності та яскравості. Авторської позиції й цікавого образно-пластичного рішення в такого роду творах по суті немає. Нерідко це буває і в плакаті. Тому слід пам'ятати, що удача, плакатна знахідка, нехай невелике звершення, приходить тоді, коли автор істинно захоплений темою – в цьому випадку вона народжує в його душі відгук, що змушує шукати, думати, виношувати задум і в підсумку може вийти цікавий, креативний плакатний твір.

І плюс до цього – будь-які виразні засоби хороші, якщо досягають благородної мети. Тут важливо відзначити, що в створенні сучасного плаката слід максимально використовувати всі засоби комп'ютерних графічних редакторів і можливості поліграфії. Вони дозволять урізноманітнити плакатні форми, широту виразних засобів, активніше вдатися до документального фото, засобам фотографіки, різним шрифтовим варіантам. Але слід пам’ятати, що поверхневе освоєння прийомів комп’ютерної графіки призводить до вкрай низької якості результатів їхнього застосування. Цей процес зайшов сьогодні досить далеко, і доводиться, наприклад, навіть зіштовхуватися із однаковим трактуванням термінів «комп’ютерна графіка» й «кітч». Створення нетривіального зображення засобами комп’ютерної графіки це творча робота, що включає в себе технологічні прийоми. У випадку створення плакату головне – не технологія, а творчість, на яку здатна тільки людина. Техніка – це лише інструмент, що дозволяє прискорити творчий процес і надає нові можливості для матеріалізації його результату [4]. Photoshop допоможе додати виразності, якості зображенню або тексту, але він нездатний зробити автора гарним дизайнером.

Праця художника-плакатиста це насамперед творча діяльність його мозку, що ґрунтується на світовідчутті й досвіді. Графічний редактор не читав класиків, не вивчав теорію композиції, не займався науковими дослідженнями і

вже, навіть, тільки через ці обмеження не здатний самостійно створити художній образ. Для такої роботи потрібна людина із творчим складом розуму. Роль графічних комп'ютерних програм, в свою чергу, зводиться до скорочення й прискорення шляхів побудови твору плакатного мистецтва з голови автора на друкований аркуш. У розпорядженні користувача можуть бути найпотужніший комп'ютер і досконалі графічні програми, здатні швидко і якісно вивести у файл, на екран або друк будь-яке зображення, але зміст цих зображень залежить тільки від знань і творчих здібностей самого користувача [4]. Процес створення плакату будь-якої тематики вимагає знання основ малюнка, колористики, композиції, історії мистецтва й кращих його зразків, розвиненого художнього смаку й уяви. Графічні програми відіграють лише допоміжну роль у процесі створення зображення [4].

Студент, який розпочинає займатися графічним дизайном, повинен не забувати, що в мистецтві немає завжди прямого шляху вгору по висхідній лінії. І рецептів готових бути не може. Періоди великих пластичних відкриттів, освоєння життєвого матеріалу та ідейно-образне його осмислення, пов'язане з новим поглядом на проблеми часу, на навколишню дійсність змінюються як нібито паузою... Це час внутрішнього накопичення сил, освоєння вже пройденого. Це теж необхідно. Саме тоді зріють нові креативні ідеї. І плакат тут не виняток.

Сучасна підготовка спеціаліста з плакатного мистецтва визначає нові тенденції українського графічного дизайну. І не тільки тому що творчі роботи студентів поєднані ідеєю відродження національної культури, їх вагомість ще й у тому, що, збагачуючи історію культури нашого народу, вони насичують візуальний інформаційний простір позитивною інформацією високої художньої якості.

Список використаних джерел:

1. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри / А. І. Андрейканіч // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2013. – Вип. 19(1). – С. 121-126.
2. Близнюк М. М. Інформаційно-комп'ютерні технології: мистецький аспект / М. М. Близнюк. – Київ : Каравела, 2006. – 272 с.
3. Близнюк М. М. Метод творчих дослідницьких проектів як основа формування інформаційної культури фахівців художньо-мистецьких спеціальностей / М. М. Близнюк // Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання : зб. наук. праць / НПУ ім. М. П. Драгоманова. – 2001. – Вип. 3. – С. 95-101.
4. Близнюк М. Теоретичні основи та мистецькі аспекти комп'ютерної графіки: аналітичний огляд [Електронний ресурс] / М. Близнюк // Косівський інституту прикладного та декоративного мистецтва Львівської

національної академії мистецтв. Кафедра дизайну. – Режим доступу: https://artkipdm.kosiv.org.ua/2014/05/06/985/. – Дата перегляду : 24.01.2018.
5. Дизайн : словник-довідник / Ін-т проблем сучасн. мист-ва НАМ України ; [за ред. М. Яковлєва]. – Київ : Фенікс, 2010. – 384 с.
6. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / М. Я. Куленко ; за ред. Є. А. Антоновича. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Київ : Кондор, 2015. – 544 с.
7. Лагутенко О. Українська графіка першої третини XX століття / О. Лагутенко. – Київ : Грані-Т, 2006. – 240 с.
8. Методичні вказівки МВ03-06-15 до виконання практичних і самостійних робіт за темою „Техніки і методи зображення” [Електронний ресурс] / упорядник Н. І. Бакун. – Рівне : НУВГП, 2014. – 23 с. – Режим доступу : http://ep3.nuwm.edu.ua/177/1/03-06-15.pdf. – Назва з екрана. – Дата перегляду : 24.01.2019.
9. Миронов Д. Ф. Компьютерная графика в дизайне : учебник для вузов / Д. Ф. Миронов. – СПб. : Питер, 2004. – 224 с.
10. Ракитов А. И. Философия компьютерной революции / А. И. Ракитов. – М. : Политиздат, 1991. – 287 с.
11. Шевченко В. Я. Композиція плаката : навч. посіб. / В. Я. Шевченко ; Харків. держ. акад. дизайну і мистецтва. – 2-ге вид., доп. – Х. : Колорит, 2007. – 133 с.
12. Шмагало Р. Т. Мистецька освіта в Україні середини XIX – середини XX ст. : структурування, методологія, художні позиції : [монографія] / Р. Т. Шмагало. – Львів : Українські технології, 2005. – 528 с.
13. Яцюк, О. Г. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О. Г. Яцюк, Э. Т. Романычева. – СПб. : БХВ-Петербург, 2001. – 432 с.

Кузнєцова А.М.,
Миколаївський обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти,
м. Миколаїв

КУЛЬТУРОМОВНА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ОСВІТЯНИНА

Сучасний освітянин, за концепцією Нової української школи, – це «умотивований учитель, який має свободу творчості й розвивається професійно» [1, с. 7]. Такий педагог досягає бажаних результатів у розвитку особистості учнів, успішно вирішує завдання навчання й виховання, усвідомлює перспективу свого професійного розвитку, відкритий для постійного фахового навчання.