

ЕКОЛОГІЧНИЙ ПЛАКАТ У СИСТЕМІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Енвайронменталістичний рух стає дедалі значущішим явищем нашого часу. На зміну технократичному мисленню приходить новий екологічний світогляд, який сприяє формуванню національного ставлення до всіх природних ресурсів. Цей світогляд, заснований на принципах рівноправного співіснування всього живого на планеті, характеризується зміною історично обумовлених моральних пріоритетів, які передбачають беззаперечну гегемонію людини над природою.

Прагнення запобігти новим атомним та екологічним катастрофам об'єднало художників і дизайнерів багатьох країн, зробивши особливо актуальною тему збереження навколишнього середовища. Це сприяє розвитку «соціально відповідального» екологічного дизайну, який змінює характер екологічної пропаганди, перетворюючи сучасність на епоху екологічної свідомості [8].

Художники, і передусім плакатисти, завдяки агітаційній спрямованості цього виду мистецтва прагнуть у своїй творчості застерегти людство від можливої небезпеки. Будучи не тільки художньо-комунікативним явищем у графічному дизайні, а й видом мистецтва, розвиваючись відповідно до соціально-політичних завдань часу, плакат, розкривши свій творчий потенціал, став помітним самостійним художнім явищем і посів провідне місце у сфері глобальної екологічної пропаганди.

Актуальність плаката пов'язана також із процесами «інфляції» публіцистичного слова. Інформаційний бум і засилля інформаційних спекуляцій знецінили публіцистичні теми й призвели до загальної девальвації вербальної публіцистичної мови, внаслідок чого виникла гостра необхідність у створенні принципово нових комунікаційних систем. Одним із таких маловивчених інформаційних носіїв є екологічний плакат. Перебуваючи на стику графіки та дизайну, увібравши в себе аспекти екології, наочної агітації та соціології, екологічний плакат не розглядався раніше в контексті його комунікаційного та інформаційно-публіцистичного потенціалу. Функціональний діапазон екологічного плаката дозволяє вважати його самостійним художнім явищем, що вимагає особливої уваги і цілеспрямованого вивчення.

Важливу роль у процесі популяризації екологічного плаката відіграє Міжнародний трієнале екологічного плаката «4-ий Блок», що проводиться в Харкові з 1991 року. Зібрані за 20 років матеріали колекції (більш як 5000 плакатів) охоплюють роботи з понад 40 країн світу, що дозволяє виявити певні тенденції в розвитку екологічного плаката [9]. У результаті вивчення еволюції розвитку художніх особливостей і візуальної мови екологічного плаката було порушено питання про його жанрову своєрідність [4; 5].

«Жанр є умовною категорією внутрішньовидової диференціації мистецтва. Це історично сформована, засвідчена традицією та успадкована сукупність тем і мотивів, закріплених за певною художньою формою, що пов'язує їх між собою впізнаваними почуттями і думками», — зазначає М. Гаспаров [1]. Термін «жанр» виник в естетиці французького класицизму середини XVII століття, хоча жанрове самовизначення існувало набагато раніше [2, с. 6]. Природа плаката дозволяє розглядати його як соціально-комунікативний засіб та як предмет образотворчого мистецтва, який належить до різних жанрів. Онтологічна сторона плаката становить основу його розподілу за видами, «плакат може претендувати на видову самостійність насамперед завдяки унікальності свого художнього образу, структура та функції якого не мають аналога в жодному з видів мистецтва» [3, с. 92]. Зауважмо, що наділення образу жанротворчою роллю, абсо-

лютизація її при вирішенні питання про видову самостійність плаката відмінна від нашої точки зору. Ми вважаємо, що образ — не найнадійніший жанрообумовлений чинник. Будучи категорією вельми суб'єктивною, він (образ) часто сприймається та інтерпретується суб'єктивно, не цілкомито піддаючись об'єктивному аналізу. Також потрібно відзначити комунікативно-видовищний феномен плаката, досліджуючи його в рамках графічного дизайну.

Розглядаючи морфологічну і семантичну структуру плаката, етапи проектування і створення плакатного образу, відзначимо, що автор плаката у процесі пошуку проробляє шлях, який, залежно від поставленого завдання, має різні функціонально-естетичні характеристики. Поряд з образом у плакаті існують і інші, не менш значні стилетворчі чинники, які так само є важливими складовими процесу проектування.

Відображаючи властиву мистецтву вибірковість, його прагматичну, утилітарну сторону пристосування до обставин, жанр визначається як спільність художніх творів, що складається в процесі історичного розвитку мистецтва на основі їхнього самовизначення за предметним змістом — у результаті взаємодії пізнавальної (гносеологічної) і оціночної (аксіологічної) функцій мистецької діяльності.

На відміну від інших близьких понять, жанр досить точно відображає актуальність мистецтва, відгук творчих зусиль художників на історичні умови та запит часу. На першому етапі становлення цього поняття з'являється потреба у певних ідеях, потім формується функція і визначається потрібний предмет. Таким чином, жанр є предметно-функціональним поняттям, його межі розпливчасті, рухливі, він безперервно видозмінюється і трансформується, зберігаючи свою цілісність і розділяючись, що породжує різні типи жанрового поділу — тематичні, структурні та функціональні. Однак вичерпного, систематичного, такого, що претендує на «загальність», зведення жанрових норм, єдиного визначення категорії самого жанру, а також цілісної системи жанрового поділу поки що не існує. Оскільки жанр, рід та вид є суміжними поняттями, то часто навіть у спеціальній літературі те, що в одному джерелі називають жанром, в іншому зараховують до роду тощо.

Крім певної постійності й стійкості, категорії «жанр», як і всій шкалі художніх цінностей, властива також історична рухливість. У процесі розвитку мистецтва жанри видозмінювалися, зникали і з'являлися, тому межі між ними зміщувалися й часом були дуже розпливчастими, прозорими; також постійно змінюється і саме поняття категорії «жанр».

Таким чином межі, що відокремлюють образотворче мистецтво від «не образотворчого», плакат від «не плаката», як і межі, що розділяють жанри, — мінливі, причому період стабільності таких систем часто змінюється періодом пошуку нових жанроформ. Будь-який жанр може трансформуватися, запозичувати специфічні особливості інших жанрів. Ідентифікувати його у такому випадку стає вкрай важко, і той самий жанр може по-різному сприйматися в різні періоди. У дослідженнях жанру поняття не порівнюється з початковим значенням. Радше всі існуючі твори відображають певні умови, беручи участь при цьому у формуванні поняття жанру.

Різноманіття жанрів у розвитку візуального мистецтва породжується потребою художньо-го відображення різних сторін та проявів дійсності, й саме тому глобальне дослідження екології у XX столітті відбулося у відповідному жанрі плаката.

Вивчення колекції Міжнародного трієнале «4-ий Блок», плакатів періоду «перебудови», матеріалів каталогів виставок і монографій з мистецтва плаката, виданих у США і Європі, дозволило простежити, як із новаторських ініціатив та творчих експериментів утворюється самостійний жанр — екологічний плакат. Отже, висновок про те, що екологічний плакат набуває ознак жанру, підтверджується тим, що екоплакат як жанр має синтезуючу методологічну природу — об'єднує методи образотворчого мистецтва (графіки та дизайну) і публіцистики. Він також тематично, предметно зумовлений. Проблема екології й формування екологічного мислення виділяє екологічний плакат серед зображально-графічних форм. Екологічний плакат, актуалізований сучасністю, є результатом відгуку творчих зусиль художників на запити часу. Він має власну функціональну обґрунтованість, виконуючи роль естетико-публіцистичного звернення, розвиваючи еко-

логічне мислення. Цей жанр плакатного мистецтва розв'язує специфічні завдання сучасними методами і засобами (екологічні проекти, акції, інсталяції, відео, анімація і т. п.) і є носієм графічної інформації в засобах масової комунікації. І, нарешті, екологічний плакат має універсальну систему знаків — екосеміотику, засновану на знаках-символах і образах природи. Створювану мову екологічного плакату можна подати як візуальний тезаурус із набором термінів-знаків, як механізм семантичних трансформацій у сучасному «екосеміотичному коді», що використовується в цій тематиці. Додамо, що саме ці ознаки можуть дати підставу визначити екологічний плакат як субжанр або жанроформу. Тобто екологічний плакат, синтезуючи нові можливості, перебуває одночасно в різних площинах: це і жанр плакатного мистецтва, і форма графічного дизайну.

Безумовно, ідентифікувати жанр твору мистецтва інколи важко. Метою цієї статті не було визначення меж окремих жанрів, ключовим моментом стало виділення основних завдань, вирішуваних екологічним плакатом, а саме: брати участь в екологічних рухах і акціях, створюючи нові форми і системи знаків, формувати природозбережне, наднаціональне ставлення до природних ресурсів. Екоплакат бере участь у розвитку екологічної естетики в контексті візуальної культури, у створенні інноваційної екологічної педагогіки, формує погляди громадськості на проблеми екології.

Вирішуючи ці завдання, екологічний плакат сьогодні перебуває в епіцентрі енвайронменталістичних рухів, екологізації свідомості. Його можна «зобов'язати» бути засобом авторського самовираження або картиною, музейним експонатом у виставковому просторі. Розвиваючи екологічний світогляд сучасного суспільства, плакат розкриває свій значний потенціал, посідаючи дедалі важливіше місце в екологічній тематиці.

У ХХ столітті відбувається інтенсивний процес модифікації й взаємодії жанрів, динамічне змішування жанрових форм. Підкреслимо, що тип творів, який складається історично і визначається як «жанр», існує об'єктивно, незалежно від думок як теоретиків, так і практиків, будучи продуктом тривалого історичного розвитку мистецтва. Основні ознаки жанру, як правило, — стійкі і характеризують твори різних історичних періодів. Становлення екологічного плаката триває лише десятиліття, цей вид графічного дизайну тільки формується і, співзвучний часу, розвивається стрімкими темпами.

Прискорений ритм життя вимагає швидких змін і перетворень у сучасному візуальному середовищі. Один із відомих теоретиків дизайну Е. Манціні ще 1988 року писав: «Швидкість, з якою змінюється штучне середовище в останні роки, перевершує нашу здатність культурної адаптації до неї. Можливо, при нашому прочитанні світу ми використовуємо концептуальні інструменти, непридатні для його адекватної інтерпретації <...>. Мабуть, тому сучасний світ видається таким суперечливим» [7, с. 19].

Процеси становлення «нового мислення» виражаються в еволюції плаката від соціального до соціокультурного і далі — до екологічного. Отже, розуміння нового часу необхідне для подальшого осмислення феномену екологічного плаката в контексті візуальної культури. Як цілісне художньо-комунікативне явище в графічному дизайні та мистецтві екологічний плакат набуває всіх ознак жанру з особливими, притаманними тільки йому сюжетними і стилістичними ознаками — власним предметом зображення, універсальною системою знаків (екосеміотикою), іманентними йому методами і засобами зображення.

При використанні засобами масової комунікації зображення постійно трансформується, перепрограмується та візуально змінюється. На початку ХХІ ст. спостерігається тенденція взаємопроникнення та прозорості плакатних жанрів, що відображається в новому сприйнятті плаката та пошуку нових форм візуалізації екологічної тематики. Графічний дизайн удосконалюється, відбиваючи ці процеси, розвивається, синтезуючи нові можливості графіки, фотографії, типографіки, які формують нове сприйняття просторового середовища.

Будучи носієм візуальної інформації в засобах масової комунікації, екологічний плакат у графічному дизайні від 90-х років ХХ ст. постає як цілісне художньо-комунікативне явище. Сьогодні він не тільки посів своє місце в графічному дизайні, а й став одним із важливих чин-

ників формування сучасного типу мислення та образу дійсності. Таким чином, екологічний плакат визначається як новий самостійний жанр плакатного мистецтва.

Література

1. *Гаспаров М. А.* Избранные труды: В 3 т. — М., 1997. — Т. 3.
2. *Глазычев В. А.* О дизайне: Очерки о теории и практике дизайна на Западе. — М., 1970.
3. *Саратовская Н. Н.* Художественный образ в плакате: проблема содержания и формы // Вісник ХДАДМ. Мистецтвознавство. Архітектура. — 2005. — № 6. — С. 90–96.
4. *Северина О. Н.* Развитие современного экоплаката. (На примере Международной триеннале экоплаката «4-й Блок») // Традиции и новации в высшем архитектурно-художественном образовании. — 2007. — № 1, 2, 3. — С. 193–196.
5. *Северина О. Н., Розенфельд М. И.* Земля-планета в знаковой системе экоплаката (экосемиотике): По материалам коллекции международной триеннале «4-й Блок» // Вісник ХДАДМ. — 2008. — № 1. — С. 104–113.
6. *Серов С. И.* Московский концептуальный плакат 1990-х годов. — М., 2004.
7. *Manzini E.* L'insostenibile leggerezza delle cose / [Coll. di E. Manzini, P. Cau, A. Branzi; A cura di C. Morozzi] // Mondo. — 1988. — № 109.
8. *McQuiston L.* Graphic Agitation. — L., 2000.
9. Официальный сайт ассоциации графиков-дизайнеров «4-й Блок» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.4block.org/>

Анотація. На базі дослідження процесу становлення та розвитку екологічного плаката як цілісного явища в графічному дизайні зроблено висновок, що екологічний плакат має ознаки жанру як умовної категорії внутрішньовидової диференціації мистецтва: актуальність; присутність власного специфічного предмета зображення та власних функцій; наявність іманентних методів, засобів та візуальної системи знаків плаката — екосемиотики; також екологічний плакат є носієм візуальної інформації в засобах масової комунікації. Таким чином, екологічний плакат визначений як новий самостійний жанр плакатного мистецтва.

Ключові слова: графічний дизайн, плакат, екологічний плакат, жанр, Міжнародний триєнале «4-ий Блок».

Аннотация. На основе исследования процесса становления и развития экологического плаката как целостного явления в графическом дизайне сделан вывод, что экологический плакат имеет признаки жанра как условной категории внутривидовой дифференциации искусства: актуальность; наличие собственных функций и задач; присутствие собственного специфического предмета изображения; наличие имманентных ему методов, средств и визуальной системы знаков; также экологический плакат является носителем визуальной информации в средствах массовой коммуникации. Таким образом, экологический плакат определяется как новый самостоятельный жанр плакатного искусства.

Ключевые слова: графический дизайн, плакат, экологический плакат, жанр, Международная триеннале «4-й Блок».

Summary. The article studies environmental poster as an integral phenomenon in graphic design. It's formation and development has shown that the environmental poster has all the features of a genre — a style differentiating category in the world of art: relevance to the time, its own specific objectives, specific illustrative elements, immanent means of expression, system of visual typography and ability to be an independent carrier of visual information in the media. Therefore environmental poster is defined as a new independent genre of poster art.

Keywords: graphic design, poster, environmental poster, genre, International triennial «4th Unit».