**Плакат. Специфика художественного языка плаката**

Специфика художественного языка плаката определяется тем, что он должен восприниматься на большом расстоянии, привлекать внимание, смысл изображённого должен сразу бросаться в глаза. Как особый вид графического искусства плакат существует со 2-ой половины 19 в. До этого плакатом называли агитационные гравюры крупного размера. Искусство плаката в наши дни многожанровое. Плакат бывает: политический, театральный, киноплакат, рекламный, цирковой и экологический. Изображение и шрифт должны показать идею плаката. Сложно выбрать шрифт, который в каждом отдельном случае наиболее целесообразен. Цвет шрифта привлекает внимание и вызывает особое отношение к изображению, представленному на плакате. Шрифтовой плакат - распространённый вид наглядной агитации.

Первыми далекими предками плакатов являются т. н. "alba" - объявления или извещения, которые наподобие столбов или экранов ставились на улицах древнего Рима. В средние века этот обычай исчезает и начинает возрождаться только с расцветом городской культуры. Наполеоновские времена, вследствие возникновения национально-освободительных движений, рождают политические листовки с карикатурами, иногда увеличенного формата, чего требовала большая улица, многоликая толпа. В 1830-1840-е годы эта форма агитационного искусства органически соединила элементы литературные и изобразительные. Литография, а позже цвет внесли свои стилистические коррективы. В итоге на плакат обратили внимание такие выдающиеся художники, как П.Гаварни, Г.Доре, Ж.-И.Гранвиль. Плакаты, оповещавшие о выходе в свет журналов (Гранвиль - "Карикатюр") и книг (Доре - "Гаргантюа и Пантагрюэль", Гаварни - романы А.Дюма), чаще всего выставлялись в витринах книжных магазинов. В Германии в 1848 г. на плакате, названном "Боевой плакат", изображалась борьба демократии с реакцией. К концу XIX века, когда Ж.Шере разработал архитектонику, формальный язык плаката (лаконичность, сжатость мысли, пластический знак, тяготеющий к обобщенности и ритмизации формы), плакат заявил о себе как вид искусства с огромными возможностями. В это время к "театральному" плакату, не лишенному юмора, а порой и гротеска, обратились Тулуз-Лотрек и А.Стейнлен.

В Германии в начале XX века большой вклад в искусство плаката внесли "питомцы "Симплициссимуса" - Т.-Т.Гейне и Э.Преториус. Последний к тому же стал основателем школы иллюстрации и книжного дела в Мюнхене в 1909 г.

В 1920-1930-е годы сатирическим социальным плакатом занимается Г.Гросс ("Благодарность отчизны вам гарантируется", 1924 и другие).

После второй мировой войны искусство плаката было в кризисе из-за широкого распространения фотографии. Но к 1960-1970-м годам новое поколение французских художников (в том числе и карикатуристов) привносит в плакат свежие идеи и формирует свою школу. Это юмористические плакаты Р.Савиньяка, остро-метафорические Ж.-М.Фолона и Ж.-А.Кардона и, конечно же, Ж.Эффеля, постоянного сотрудника "Юманите", который, помимо афиш, приглашающих на праздники и митинги, рисовал плакаты, рекламирующие шариковые ручки.

Особая школа рекламного плаката возникла в Польше, хотя достижения были и у немцев, англичан, венгров. В Польше же вследствие того, что цензура не вмешивалась в работу художников и создание плакатов щедро финансировалось (был даже создан первый в мире музей плаката), авторы смогли максимально проявить свои способности, особенно художники, тяготеющие к карикатуре. Это Х.Томашевский - мастер графической шутки, Вишневский и Ф.Старовейский - приверженцы сюрреалистического мышления, озорной А.Чечот, Р.Цеслевич, В.Свежи и другие.

В искусстве плаката ничего не пропадает. Давно умершие течения и стили все время возрождаются. Что уж говорить о приемах, отработанных в газетной и журнальной карикатуре. На международных варшавских выставках плаката европейцы впервые увидели работы американца С.Стейнберга и японца Ш.Фукуды - блестящих карикатуристов, не подпавших под влияние новейших компьютерных технологий. У машины нет и никогда не будет чувства юмора, придающего индивидуальную неповторимость художнику.

Первыми русскими сатирическими политплакатами можно назвать лубки, а позже - "ростопчинские афиши", разъясняющие москвичам "политический момент" 1812 года. В дореволюционной России политический плакат впервые достиг значительного развития в годы первой мировой войны. Гражданская война породила сатирические "Окна РОСТА" - оригинальную форму "скорострельного плаката", отзывающегося на злобу дня не только понятным, в меру условным рисунком, но и стихотворным текстом. Здесь на помощь приходил народный юмор: сказки, басни, поговорки, пословицы, а также опыт сатирической журнальной графики периода революции 1905-07 годов. Правда, не обходилось и без курьезов: супрематические смоленские "Окна" хотя и были порождением революционного искусства, не устроили большевиков. "Промелькнул" также Ильич с метлой (В.Дени "Тов. Ленин очищает землю от нечисти", 1920), что как-то принижало его образ, хотя и настраивало в целом на "вечный бой". С тех пор штык, метла, молоток, кулак надолго остались в сатирическом политическом плакате. Наивно-юмористически выглядит сейчас сцена на плакате В.Спасского (1919), где спасающийся с тонущего корабля рабочий выплывает на книге К.Маркса "Капитал". "У нас нет смеха ради смеха, утробного хохота оскаленного рта, как нет искусства для искусства. Искусство и смех - орудие борьбы". Д.Моор. Перед художниками старшего поколения, работавшими еще в дореволюционных юмористических журналах и признавших советскую власть, а также перед молодыми карикатуристами была поставлена цель - с помощью плаката уничтожать и разрушать старый строй, разоблачать роль капитала, срывать маски с его приспешников, бороться с его пережитками, воспитывать "нового человека"... Плакаты "Советская репка" (Д.Моор, 1920), "Есть ли бог и откуда произошла земля?" (М.Черемных, 1925), "Гнус" (В.Дени, 1931), "Лодырский паек" (А. Каневский, 1935) и другие упрощали мир, сжимая его в простую формулу, доступную для эмоционального восприятия полуграмотным человеком, каких было большинство в то время в России. Чтобы не погибнуть в быстроменяющемся мире, крестьянин, рабочий, советский служащий должен был усвоить новую знаковую систему, рассчитанную на толпу, приспособиться и соответственно поступать. Плакат все объяснял: что делать, что думать, что хвалить, что ругать, над чем смеяться.

В годы Великой Отечественной войны сатирический плакат стал чуть ли не ведущим видом искусства, наряду с карикатурой, благо высмеивать врага и призывать на борьбу с ним действительно дело святое. На этой ниве потрудились многие карикатуристы, в том числе и в "Окнах ТАСС", созданных на манер "Окон РОСТА". Объектов для сатиры было достаточно - тупая фашистская система выдвигала вождей, внешний вид и дела которых сами просились на осмеяние. Несомненно, здесь выделялись работы Кукрыниксов, попавших в "черный список" нацистов. В 1956 г. В.Брискин и К.Иванов создали первый сатирический агитплакат. Вскоре родилась мастерская агитплаката, редколлегию которой возглавил Б.Ефимов. В Ленинграде была подобная же группа - "Боевой карандаш". Цель у художников оставалась прежняя: оружием сатиры и юмора "воспитывать в людях все лучшее, благородное и прогрессивное, учить их ненавидеть идеологического врага и бороться за мир во всем мире".

Хотя 1960-е годы и способствовали расширению рамок "социалистического реализма", общая идеологическая линия оставалась прежней, за редким исключением, преобладал плакат серый, предельно "разжеванный" сопутствующим текстом. Плакаты заказывались проверенным мастерам на вечные советские темы: Кукрыниксы, "Колониальные народы при свете факела свободы", 1957; В.Фомичев, "Вытекающие последствия", 1958; Б.Ефимов, "Корнесброд", 1961 (о тунеядстве); Н.Долгоруков, "Помпадур", 1963 (о чванстве); И.Семенов, "Бюрократический футбол", 1966. Перестройка вдохновила молодых художников-плакатистов, которые ринулись разоблачать сталинизм и крушить тоталитаризм. Старый сатирический плакат ушел в прошлое, но и "перестроечный" продержался недолго. Государству он был не нужен, и наиболее способные художники ушли в рекламу.

**Список литературы**

expert.rosdesign.com