

## ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ШРИФТОВОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЛАКАТА В НАЧАЛЕ XXI В.

*Работа представлена кафедрой художественного образования и музейной педагогики.  
Научный руководитель – доктор искусствоведения, профессор О. Л. Некрасова-Каратеева*

Основываясь на результатах анализа произведений современного шрифтового художественного плаката и знаниях его традиций, автор статьи рассуждает о возможных перспективах дальнейшего развития этого явления искусства. По его мнению, определяющими визуальный строй этого типа плакатов в ближайшее время будут направления модернизма и постмодернизма в их крайностях, а также эклектика.

**Ключевые слова:** плакат, шрифт, искусство, модернизм, постмодернизм.

**The author of the article writes about the possible perspectives of further artistic font poster development on the basis of its history and the analysis of its contemporary pieces. In the author's view, modernism and postmodernism in their extremities and eclecticism will probably be the trends that would modify the visual form of this kind of a poster in the nearest future.**

**Key words:** poster, font, art, modernism, postmodernism.

Наступление XXI в. в целом не принесло графическому дизайну и другим областям искусства каких-либо потрясений и революционных перемен. Основным художественным направлением, определяющим в настоящее время форму и содержание типографического искусства, принято называть постмодернизм, зародившийся еще полвека назад. Сегодняшняя форма постмодернизма многослойна и визуально сложна. В его русле шрифтовой плакат получает все большее распространение как торговая реклама, как часть процесса обучения в художественных учебных заведениях,

как средство рекламы шрифта и как произведение декоративного назначения. Большинство идей и приемов, используемых в шрифтовом плакате сегодня, пришло из искусства конца прошлого века, что связано в первую очередь с тем, что в наши дни продолжают активно работать дизайнеры и художники, получившие признание еще до 2000 г. Однако наряду с ними новейшую историю шрифтового художественного плаката формируют и молодые имена.

Сегодня достаточно трудно определить, какие изменения произойдут в искусстве плаката и типографики в ближайшем буду-

щем. Существует, однако, достаточно оснований для того, чтобы из множества используемых сегодня приемов и принципов работы с крупными шрифтовыми композициями выделить наиболее перспективные, т. е. способные получить дальнейшее развитие и оказать наибольшее влияние на будущее шрифтового художественного плаката. Учитывая эти тенденции и принципы, можно сделать ряд предположений, касающихся возможного будущего композиции и идейного наполнения этого явления искусства.

В свете крайней противоречивости политических и социальных событий новейшей истории и на фоне набирающей силу глобализации и борьбы за права человека плакат как таковой и шрифтовой художественный плакат, в частности все больше становятся инструментами политико-социальной борьбы. Плакаты для экстренных случаев (демонстраций, акций протеста и пр.), как правило, создаются людьми нехудожественных специальностей, в кратчайшие сроки и вручную. Эти обстоятельства дают в результате шрифтовые композиции исключительно практического назначения, где шрифт не играет никакой иной роли, кроме как информационной. Шрифтовые художественные плакаты служат не менее острым и злободневным, но, как правило, имеющим более длительное звучание событиям.

В 2006 г. в лондонской Галерее Генри Пикока (the Henry Peacock Gallery) состоялась уникальная выставка плаката «Система, адресованная обществу» (Public Adress System). Организаторы выставки пригласили 39 известных дизайнеров и предложили им создать плакаты, средствами типографики демонстрирующие какую-либо значимую цитату на их собственный выбор. В итоге экспозиция была собрана из плакатов совершенно различного идейного наполнения – от социальных речей до цитат на тему искусства. Ни один из них не мог бы называться агитационным, но все они выполняли две роли: информационно-гуманитарную и художественно-эстетическую. Часть

плакатов выглядела остро-актуально – например, плакат британской студии «FL@33» демонстрировал зрителю текст речи Далай-ламы перед Европейским парламентом о необходимости и возможных путях поддержания мира на Земле. Этот шрифтовой плакат очень прост по форме и необычайно глубок по содержанию. Три фигуры – первобытного воина, викинга и современного солдата – изображены в виде силуэтов, заполненных текстом, форматированным по левому краю каждой из фигур, и менее строго соблюдающим правые границы силуэтов. Текст набран мелко – с высотой буквы в пять пунктов, – шрифтом *универс 55* (Univers 55), с цветовым выделением ключевых фраз (выделение сделано не идеально ровно, имитируя маркировку цветным фломастером). Малый кегль вызывает у зрителя желание подойти ближе и погрузиться в чтение, а минимум цветов (черный и флюоресцентный оранжевый) в сочетании с белым фоном задают вдумчиво-серьезное настроение плакату.

Экспонаты выставки, посвященные искусству, были вопреки общепринятым представлениям образа искусства предельно просты в исполнении и лишены каких-либо дополнительных декоративных элементов, кроме простейшей геометрии. В целом они продолжили традицию агитационных плакатов, но в отличие от них средствами типографики и простейших фигур и линий они зрительно выражают суть излагаемого текста.

Плакаты социальной направленности в связи с трудностью задач, которые они призваны выполнять, требуют от современного художника особенно острых и запоминающихся решений. Обычно такие решения строятся на изобразительном материале фотографии, реже – рисунке. Что же касается шрифтовых плакатов, то проблематика темы и неочевидность иллюстративных возможностей шрифта в сумме рождает в высшей степени уникальные произведения искусства, в которых идея определяет все: и средства, и форму. На третий день после

атаки террористов на США 11 сентября 2001 г. канадский дизайнер Эндрю Льюис (Andrew Lewis) отправил по электронной почте более восьмидесяти дизайнерам из разных стран просьбу написать от руки фразу: «11 сентября 2001 года». Откликнулись почти все, и первые варианты надписи Льюис получил уже через 2 часа после того, как был отправлен запрос. Из семидесяти девяти полученных в ответ файлов художник составил композицию плаката, так и названного «11 сентября 2001» (11 September 2001). Плакат был напечатан со сплошным черным фоном и разноцветными рукописными словами на разных языках. Это была работа-отклик на то, что произошло: колоссальную трагедию, остро-актуальная в дни ее создания и, к сожалению, остающаяся актуальной и до сих пор. Льюис использовал практически неизменными почерки людей в классической вертикальной прямоугольной композиции, без какого-либо явного новаторства. Сама идея и суть плаката в данном случае требовали искренности и простоты решения. Сам Льюис говорит о многоплановости, которая должна быть присущей излагаемой плакатом информации, и в то же время – о цельности создаваемой в сознании зрителя реакции на плакат [1, с. 100].

Простота средств художественной выразительности и композиционных решений социально-политических шрифтовых художественных плакатов уже сегодня оказывает влияние на рекламный плакат. Это влияние пришло в современное искусство еще от советского конструктивизма, через швейцарскую функциональную типографику. Сегодня все больше и больше художников плаката прибегают к средствам простой типографики с целью создания оригинальной, ясной и запоминающейся рекламы.

Уникальная серия работ для рекламной фотосессии одежды марки «Дизель» (Diesel) была выполнена в 2007 г. испанской дизайн-студией «Вазав» (Vasava)\*. Эти работы имели вызывающе упрощенный вид: по не-

сколько слов слогана на каждом, шрифт без засечек одними прописными буквами, белый фон, черный и красный цвета печати, крупные прямоугольники в качестве дополнительного элемента, подчеркивающего то или иное слово и разделяющего группы слов. Подобного рода плакаты – с минимумом текста одной гарнитуры и без декоративных элементов – построены на значении или звучании слов (здесь можно вспомнить стихи-плакаты дадаиста Хаусмана). Плакат дизайн-студии француза Филиппа Апелюга (Philippe Apeloig) для Театра Шателе в Париже (Theâtre du Châtelet) содержит всего несколько слов, самое крупное из которых – «chatelet» – разбито на три слога, напечатанных строчными знаками строго один под другим: cha, -te-, let. Такая разбивка, в сочетании со словами «Музыкальный театр Парижа», по одному под каждым из трех слогов, подчеркивает, по замыслу автора, ценность и уникальность театра как места гармонизации звуков. Две черты, стоящие по бокам «te», обозначают, кроме того, две паузы, если говорить с позиции теории музыки [2, с. 102].

Минималистичное направление в дизайне шрифтовых художественных плакатов чрезвычайно широко распространено в современном Китае. Там на сегодняшний день сформировался национально-международный модернизм, основанный на глубокой разнице письменностей Китая и Европы. Большинство работ этого типа основано на игре с формой иероглифа: со сходствами и различиями разных слов по написанию. Функционально такие плакаты в Китае относятся к области искусства или художественного образования. Плакаты Ван Хуна (Wang Hong) 2005 г. посвящены общему в иероглифах, связанных с традиционным китайским изобразительным искусством. Каждый из плакатов выглядит как черный лист со сложным белым знаком в центре и мелким текстом по левому и правому краям. В качестве шрифта выбран самый древний печатный и поэтому привыч-

ный для китайского зрителя *сун ти*, в старинном написании, таким образом ничто в этих плакатах не отвлекает от восприятия смыслов сложносоставных иероглифов. В одном случае Ван совместил знак «каллиграфии» и «живописи» за счет их общих элементов так, что стало возможным прочтение третьего знака – «источник» – у каллиграфии и живописи общий источник. В другом случае Ван использовал иероглифы «кисть» и «тушь», составив с их помощью иероглиф «сокровище». Эти плакаты демонстрируют смысловые лингвистические возможности китайского письменного знака, способного выразить сразу несколько понятий, оставаясь при этом единым целым.

Можно предположить, что шрифтовые плакаты, простые по форме и сложные по содержанию, продолжат свое существование в новом столетии и будут повсеместно активно развиваться. Их функциональное назначение в ближайшем будущем, как и сегодня, судя по всему, будет заключаться в двух основных областях: социально-политическая и рекламная. Во второй области простейшая типографика, возможно, будет завоевывать все новые пространства, до тех пор пока не станет доминировать. После этого, по законам рекламы, стремясь выделиться из общей массы, дизайнеры начнут прибегать к визуально более сложным шрифтовым композициям. Таким образом, наиболее вероятным сегодня представляется сосуществование простого и сложно-декоративного шрифтового художественного рекламного плаката, в периодическими изменениями доминирующего типа.

Модернизм (а к нему можно отнести плакаты, о которых говорилось выше) и его принципиальная противоположность постмодернизм уже несколько десятилетий существуют и развиваются параллельно. Начатая еще в конце XX в. традиция графически и эмоционально перенасыщенных шрифтовых плакатов имеет место и сегодня. Плакаты Криса Рубино (Chris Rubino)

для конференции «Креативность сейчас!» (Creativity Now), ежегодно устраиваемой журналом «Токион» (Tokion) на Манхэттене, полностью заполнены ретрошрифтами и орнаментами в стиле наборных афиш рубежа XX–XXI вв.\*\* Весь текст на плакатах информативен, и именно его большое количество стало первоначальной причиной выбора стилистики старых шрифтовых афиш. От прямого подражания плакаты Рубино отличаются в первую очередь цветовыми сочетаниями (светло-зеленый с золотисто-серым, различные зеленые с розовым, красный с желтым и зеленым) и, кроме того, современностью некоторых сочетаний шрифтов и узоров. Этот пример показателен не только как представитель тенденции сложной типографики, но и как образец новейшего дизайна, основанного на произведениях искусства ушедшей эпохи. Все это сегодня принято относить к постмодернизму.

Интерес к искусству прошлого возник в разных странах почти в одно время и коренится в человеческом желании обратиться к собственной истории и через нее – к собственной индивидуальности, возникшем на фоне всеобщей стандартизации и глобализации. Серия плакатов молодого китайского художника Чень Гуанжуна (Chen Guangrong), названная им «Происхождение китайских иероглифов», представляет собой своего рода размышление современного дизайнера о далеком прошлом простых вещей, которые его окружают. На одном из плакатов серии свободными каллиграфическими линиями обозначена клавиатура компьютера, часть кнопок которой содержит привычные глазу обозначения, а часть – древнейшие пиктограммы. Этот плакат имеет некоторый задумчиво-философский оттенок, а для тех, кто подолгу работает за компьютером, – оттенок некоторой грусти, желания стать ближе к тому, что далеко, и удалиться от того, что рядом. Вообще тенденция к переосмыслению своей истории и культурного насле-

дия чрезвычайно актуальна в современном Китае. Об этом свидетельствует, в частности, предпочтение старинного, более сложного, написания иероглифов в новейшем искусстве. Старинное письмо молодые художники изучают, как правило, самостоятельно, по книгам. Это говорит о личном стремлении людей приобщиться к древнейшим традициям родной культуры.

Аналогичные процессы переосмысления традиций – как древнейших, так и относительно недавних – происходят сегодня в той или иной степени во всех развитых странах мира. В России наиболее востребованным сегодня является стиль советского конструктивизма и дореволюционной афиши, в США – шрифтовая эклектика конца XIX – начала XX в. и т. д. В целом, много указывает на то, что поиск источников вдохновения в прошлом искусстве будет продолжаться, особенно в развитых и быстроразвивающихся странах. Возможно, что в скором времени этот поиск принесет миру новые открытия и неожиданные идеи адаптирования художественных элементов прошлых стилей к современной действительности.

Особое место в новейшем дизайне постмодернизма занимают компьютерным образом созданные эффекты традиционного ручного труда. Плакат голландской художницы Хансе ван Халем (Hansje van Halem) для выставки «Вышитое» 2006 г. в голландском Музее текстиля в Тилбурге остро современен по способу создания и иллюзорно-рукотворен при взгляде на него издали. Композиция текста в целом традиционна, и основные крупные слова имеют вид напечатанных антиквенным шрифтом, способом ручного набора, ненасыщенными чернилами, к тому же расплывшимися по бумаге. При близком рассмотрении обнаруживается компьютерная природа шрифта: его неравномерный серый тон создан тонкими ломаными линиями, многократно повторяющимися (обводящими) конструкцию каждой буквы.

Два плаката уже ставшего известным во всем мире дизайнера Хэ Цзяньпина (He Jianping) из китайского города Уси, сделанные им по случаю 75-й годовщины Академии искусства Китая, совмещают новейшие технологии с глубочайшим уважением к традициям. Один из этих плакатов – правый – содержит большой иероглиф «уі», другой – левый – «shu», в старинном написании, и читаются они тоже по традиции – справа налево, вместе означая «искусство». Белый фон, черные знаки – каждый из них написан множеством разных компьютерных шрифтов, прозрачно наложенных друг на друга, – все это создает зрительный эффект китайской каллиграфии по мокрой бумаге. Такого рода ассоциация не оставляет зрителя равнодушным.

Компьютерный эффект ручного письма или старинной наборной типографики может быть назван новым для современного искусства приемом, который сегодня продолжает еще развиваться и имеет огромный потенциал развития в ближайшем будущем. Гораздо более распространенным сегодня является тенденция к использованию настоящих рукописных букв. Эта традиция берет свое начало еще в XIX в., когда в Европе появились первые наборные каллиграфические шрифты. Прошлое столетие привнесло в искусство плаката уникальную ненаборную каллиграфию с подчеркнuto рукотворными краями и помарками. Сегодня можно сказать, что эти «помарки» породили в итоге целое направление, «современную каллиграфию», основной ценностью которой считается небрежность, живость и искренность. Если классическая каллиграфия стремится к единообразию букв, к тому, чтобы одни и те же знаки в разных словах максимально повторяли друг друга по характеру и пропорциям, то современная каллиграфия исходит из особенностей человеческого почерка, в котором одинаковая буква имеет бесконечное число написаний при общей конструкции.

Одна из интереснейших работ – плакат голландца Густаво Лацерда (Gustavo Lacerda) под названием «Мультикультурализм Сейчас» (Multiculturalism Now). В основу плаката легла строчка из голландской газеты «Тrouw»: «Мультикультурализм – это шаг к сохранению культурной идентичности, того, что по определению невозможно сохранить» (Multiculturalism is an attempt to preserve a cultural identity something that by definition is impossible to preserve). Строка была напечатана в верхней части плаката газетным антиквенным шрифтом. Ниже фраза была многократно повторена вручную, каждый новый раз усугубляя ошибки и небрежности предыдущего варианта. Оригинал плаката был написан фломастером на гладкой пленке, так что какие-либо исправления были просто невозможны\*\*\*. В итоге получилась очень эмоциональная композиция, по замыслу автора, выражающая многокультурность современной Голландии.

Каллиграфия – как классическая, так и современная – особенно широко используется сегодня в шрифтовых художественных плакатах в странах Восточной Азии, где искусство красивого письма имеет древние традиции. В частности, автор настоящей статьи, работая совместно со своим отцом, живописцем, каллиграфом и дизайнером Лю Цинсяо (Liu Qingxiao), создает шриф-

товые плакаты декоративного назначения, компьютерные по способу создания и наряду с цифровыми шрифтами содержащие в себе иероглифы классического написания тушью.

В качестве вывода можно сказать, что, несомненно, ближайшее будущее продолжит традиции модернизма и постмодернизма, существующие в настоящее время, однако чем они обернутся в более далекой перспективе, пока сказать трудно. Тенденция к смешению и взаимопроникновению различных видов и жанров искусств уже сегодня придает отдельным шрифтовым художественным плакатам уникальные формы и дает им возможность использования неожиданных материалов и способов нанесения текста. Все меньше становится плакатов «средней насыщенности». Художники стараются максимально обострить выбранный ими стиль художественной выразительности – либо минимализировать типографику плаката, либо перенасытить ею всю плакатную плоскость. Такое стремление к крайностям неизбежно приведет к определенному тупику, из которого родится нечто абсолютно новое, непредсказуемое современным искусством, поскольку будет, скорее всего, в значительной степени определено будущими открытиями и новаторством в сфере технологий дизайна.

#### **ПРИМЕЧАНИЯ**

\*На суд зрителей плакаты были представлены как элемент заднего плана рекламных фоторабот, сделанных художником Филлипом Толедано (Phillip Toledano).

\*\*Рубино был вдохновлен американскими старинными цирковыми афишами, комиксами и наборной типографией начала прошлого века [2, с. 108].

\*\*\*Кроме того, пленка эта была закреплена на стене, что создавало дополнительные трудности при письме, особенно нижних строк, а вся работа была закончена практически «на одном дыхании» – в течение одного дня, с небольшими перерывами [2, с. 79].

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Foster J., *FUSZION Collaborative*. New Masters of Poster Design. Poster Design for the Next Century. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc. 256 p.
2. *Риверз III*. Новое в дизайне постеров. М.: РИП-холдинг, 2007. 160 с.