

ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОЕ РЕШЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА КАК СРЕДСТВО ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В контексте современной гуманистической парадигмы одной из главных задач системы высшего образования является формирование гармонически развитой личности студента. Особую роль при этом приобретает эстетическое воспитание, направленное на формирование определенного эстетического отношения к действительности.

Основываясь на исследованиях ряда авторов (Ю. Б. Борева, Л. А. Никитича, П. С. Гуревича и др.), можно выделить три взаимосвязанные группы средств эстетического воспитания: искусство, окружающая действительность (включая природу) и художественно-творческие виды деятельности. В данной системе средств особую роль играют объекты графического дизайна (книжная графика, пиктограммы, рекламная графика и плакаты, системы визуальных коммуникаций, фирменный стиль и др.), которые активно функционируют в предметно-пространственной среде, оказывая непосредственное воздействие на человека. Это связано с тем, что графический дизайн направлен на решение задач, связанных с визуальными коммуникациями, то есть решение проблем общения, ориентации и эстетического состояния среды.

Одним из активных и доступных частных средств эстетического воспитания студентов учреждений высшего образования является социальный плакат и непосредственно его художественно-образное решение. Это связано с тем, что, с одной стороны, плакат представляет собой произведение искусства, обладая эстетической ценностью, с другой – плакат, располагаясь в предметно-пространственной среде, органичным образом включается в общую эстетически организованную структуру.

Плакат, с точки зрения дизайна, представляет собой «крупноформатное (листовое) издание (обычно в виде рисунка, изображения, сопровождаемого кратким текстом), выполняющее задачи наглядно агитации и пропаганды, информации, рекламы, инструктажа или обучения» [3, с. 124].

При восприятии плаката человек раскрывает его смысловую идею, его содержание через художественно решенную форму. Для художественного решения плаката характерна простота и лаконичность, экспрессивность и визуальная активность форм и композиционного построения. Это непосредственно связано с основной задачей плаката – привлечь внимание и донести необходимую информацию за короткий период времени.

Современный плакат использует широчайшую шкалу выразительных средств: от геометрических композиций формального характера до гиперреализма и фотографий, от графических знаков до нюансированной живописи. В настоящее время безграничные технические возможности подготовили почву для особых форм мышления дизайнеров-графиков, что привело к раскрепощению искусства рисования, обнаружило условность приемов и техник плакатного языка, усилило ценность индивидуальной графики.

Синтез содержания и формы плаката позволяет создать его художественный образ, рассматриваемый в эстетике как форма художественного мышления, отражения действительности и выражения мыслей и чувств художника [1].

Художественный образ рождается в воображении автора (художника, дизайнера), воплощается в создаваемом им произведении и воссоздается воображением воспринимающего искусство зрителя. В целом, художественному образу присущи такие черты как метафоричность, иносказательность, ассоциативность, многозначность, недосказанность, типизация, оригинальность, единство мысли и чувства, объективного и субъективного [2]. Это имеет прямое отношение и к художественному образу плаката, передающего духовные ценности посредством условного языка художественных форм.

Рассматривая социальный плакат как один из видов плаката, необходимо отметить, что его специфика заключается в направленности на пропаганду основополагающих социальных ценностей. Целью социального плаката является изменение отношения общественности к какой-либо проблеме, привлечение внимания людей к конкретным социальным проблемам, сообщение о социальных инициативах властей, а в долгосрочной перспективе – выработка новых социальных ценностей [4].

Смысловая идея социального плаката находит свое непосредственное выражение в художественном образе, реализованном в конкретных графических формах и композиционных решениях.

Характер художественно-образного решения плаката зависит от ряда факторов: передаваемого смысла, времени создания, художественных традиций региональной или этнической группы, господствующего художественного стиля, личности автора, техник и технологий выполнения и воспроизведения плаката и др. Очевидно, что совокупность данных факторов определяет в социальном плакате выбор художественных приемов, пластических средств, композиционного строя, стилистики и манеры исполнения произведения.

Художественно-образное решение плаката, имея первоочередное значение для восприятия передаваемого смысла, обладает непосредственной художественной и эстетической ценностью. Вместе с тем художественно-образное решение социального плаката позволяет формировать эстетически-ценностную ориентацию личности студента. Художественный образ плаката, обладая лаконичностью и визуальной активностью, помогает студенту выработать ориентиры в мире эстетических ценностей и приобщиться к этим ценностям.

С другой стороны, восприятие художественно-образного решения социального плаката способствует развитию эстетически-творческого потенциала студентов. Это непосредственно выражается в том, что у студентов формируется и развивается способность к эстетическому восприятию и переживанию, их эстетический вкус и идеал, а также способность к творчеству по законам красоты, к созданию эстетических ценностей. Следовательно, важным фактором воздействия социального плаката как объекта графического дизайна является побуждение студентов к творческой деятельности в искусстве или вне его. Это особенно важно при подготовке студентов творческих специальностей (будущих дизайнеров, художников, педагогов-художников и др.).

Таким образом, художественно-образное решение социального плаката обладает большим потенциалом в системе эстетического воспитания студентов учреждений высшего образования посредством реализации задач формирования системы эстетических ценностей и развития творческого начала личности.

Литература

1. Бореев, Ю. Б. Эстетика / Ю. Б. Бореев. – 3-е изд. – М. : Политиздат, 1981. – 399 с.
2. Гуревич, П. С. Эстетика : учеб. пособие / П. С. Гуревич. – М. : КНОРУС, 2011. – 456 с.
3. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов и др. : под общ. ред. Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко. – М. : «Архитектура-С», 2004. – 288 с.
4. Шалганова, М. В. Социальный плакат в формировании мировоззрения современного человека [Электронный ресурс] / М. В. Шалганова, М. В. Никитина // Молодежь и наука : сб. материалов IX Всероссийской науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Красноярск, 15–25 апреля 2013 г.; Сибирский федеральный университет. – Красноярск, 2013. – Режим доступа: conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s002/s002-043.pdf. – Дата доступа: 22.08.2016.