

ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ИЗОБРАЖЕНИЯ ФИГУРЫ ЧЕЛОВЕКА В МИРОВОЙ ЖИВОПИСИ

Щербаков О.Ю.

Криворожский государственный педагогический университет

Анотація. В статті розглядається проблема методів і прийомів узагальнення форм фігури людини в різні історичні періоди образотворчого мистецтва з метою використання накопиченого часом досвіду для розвитку творчих здібностей студентів.

Ключові слова. епоха, стиль, форма, зміст.

Annotation. In the article are examined the problem of summarize methods of man-figure forms in the different historic periods of graphic arts with the aim to use time-accumulated experience for developing the students creative abilities.

Keywords: the historic period, the style, the form, the maintenance.

Annotation. In the article are examined the problem of summarize methods of man-figure forms in the different historic periods of graphic arts with the aim to use time-accumulated experience for developing the students creative abilities.

Keywords: the historic period, the style, the form, the maintenance.

Постановка проблемы.

На художественно-графических факультетах педагогических вузов курс композиции в разделе живопись по теме “От портрета до многофигурной тематической композиции” ставит своей целью выработать умение изобразительными средствами, связанными воедино, раскрыть содержание, идею произведения, подчеркнуть основное и главное, ввести зрителя в мир своих переживаний и размышлений.

То есть, главная задача студента научиться создавать гармонию содержания и формы в произведении на основе знаний законов изобразительного искусства, знаний анатомии и правил построения пропорций человеческого тела.

Анализ исследований и публикаций на данную тему.

Художественные школы разных стран и эпох создавали свои приемы, отвечающие задачам искусства своего времени. Одна из целей художника вобрать в себя это многообразие и воплотить его в своих произведениях. Без знания истории искусств невозможно по-настоящему понять значение и роль образности в живописи. Владая этими знаниями и изобразительными средствами, студенты могут глубоко анализировать историю искусства и отдельные произведения мастеров, познать специфику синтеза содержания и формы.

В современном искусстве художественный отход от анатомической фигуры и ее традиционных особенностей не подрывает основы творчества. Чтобы выразить новые взгляды на окружающий мир, необходимо начинать с твердой базы знаний, так как новые "открытия" в изобразительном искусстве всегда имеют основу в достижениях прошлого. В искусстве, как и в других областях, экспериментирование является условием роста мастерства, качества профессионального творчества на основе фундаментальных знаний.

В частности, вопросы обобщения форм фигуры человека с целью создания образа в живописной композиции, рассматривают в своих исследованиях и публикациях такие авторы, как Бери Хогарт, Георг Клебер, Соловьева Б.А., Ене Барчай, Готфрид Баммес, Рославец Е.Н., Полевой В.М. и другие. Но многие из перечисленных авторов не достаточно глубоко рассматривают этот вопрос в контексте использования накопленного в изобразительном искусстве опыта при создании живописного произведения, либо вопрос рассматривается не в контексте специфики художественно-графических факультетов педагогических вузов.

Цели статьи. Целью данной статьи является формирование у студентов осознанного, системного подхода при исполнении творческой композиции в жанре от портрета до многофигурной композиции с учетом создания образа, глубокого содержания картины, воплощенного в необходимо правильную форму на основе накопленного веками опыта в изобразительном искусстве.

Полученные результаты. Современное искусство находится, как считают искусствоведы, на критической стадии развития. Сегодня заметна концентрация многообразия стилей, новшеств в визуальных видах искусства. Никогда общество не было столь тесно связано с искусством всех видов и эпох – от искусств первобытных народов, искусства великих эпох прошлого до искусства современности.

Следовательно, чтобы молодой художник не прибывал в растерянности от многообразия целей, задач и направлений в искусстве, он должен исследовать мир искусства, опираться на науку, как эффективное средство

развития. Художник, воспринимающий науку как ущемление его “свободного” взгляда на мир, обречен на кризис, дилетантское искусство.

Поэтому, чтобы искусство было высокопрофессиональным, оно должно нести ответственность за передачу своих идей и понятий, отражать жизнь и время художника, его нравственность, этические принципы, демократические идеалы в развитии человека. Искусство должно свидетельствовать о мастерстве, обретенном художником, о его рассудительности и оригинальности при передаче эстетического переживания. И, прежде всего, оно должно возникать из окружающего мира, вырастать из общественной, научной и культурной почвы как критерия творчества [2.25]

Это не означает, что на художника следует возлагать какие-то жесткие условности или ограничивать его свободу индивидуального самовыражения в экспериментировании. Художник не должен приспособливаться под кем-то установленное правило, предписание, догму или традицию, однако художнику следует полагаться на ценности и традиции, сложившиеся в ходе развития теории и практики изобразительного искусства. Необходимо поддерживать принципиальные связи с прошлым, как с исторической основой, которая согласовывалась бы с развитием искусства наших дней.

Современная жизнь сложна и разнообразна и ее многомерность растет с каждым днем, поэтому художник должен мгновенно реагировать на постоянно меняющуюся жизнь, понимать ее природу, чувствовать постоянную связь с жизнью общества.

Что бы ни говорили об общем историческом развитии искусства, изображение человеческой фигуры означает наиболее глубокое постижение общественных и культурных концепций искусства, начиная с племенной культуры и до наиболее передовых цивилизаций прошлого и настоящего. Если искусство рассматривать как образец человеческих устремлений, то фигура в искусстве – его наиболее выразительная квинтэссенция. Специфической проблемой ее художественного изображения служит стремление художника передать свой опыт и восприятие в выразительной, исполненной смысла

зрительной форме. Но всегда существовали какие-то ограничения, накладываемые общественными и культурными воззрениями, в результате чего ощущения художника концентрируются в художественную форму, стиль, характерные его социальной среде. Эти признаки не надо путать с манерой исполнения того или иного художника, что, конечно же, может впоследствии быть использовано начинающим художником в его творчестве. Только определив черты стиля, можно говорить об общем художественном стиле эпохи.

Чтобы представить себе эволюцию изображения человеческой фигуры в конкретных зрительных образах, ее надо рассматривать обобщенно, сконцентрировав главные черты.

В период первобытного искусства можно выделить характерные особенности изображения фигуры человека, которые продиктованы суровой реальностью. Сюжеты, которые человек рисовал на стенах своей пещеры, представляли, как правило, в основном животных, имевших для него большее значение, чем человеческие фигуры. Причем, они настолько значимы, что в них нет и намека на абстракцию. Фигурки же людей упрощены, плоски, примитивны, не индивидуализированы. В эпоху родового общества изображение человека это обрядовая фигура, которая является больше символом, чем образом, тяготеющим к упрощенной форме, носящий характер симметричности и статичности. Подобные изображения нередко включают декоративный мотив, подчеркивающий выразительность. [3.65]

В период бронзового века (древнеегипетская, месопотамская, древнеиндийская, древнекитайская, древнеамериканская цивилизации) развитие человеческого бытия заметно изменила религия: от духов предков люди обратились к богам природы, от ритуалов перешли к организованному религиозному культу. Фигура человека превратилась в изображение бессмертного бога. Ее формы устойчивы, развиты, полунатуральны и статичны в пределах их замкнутых контуров, расположенных фронтально для удобства восприятия.

Переход от династических авторитарных обществ к более развитым, в социальном и культурном отношении цивилизациям Греции и Рима, связан с усилением общественной значимости личности. Это время веры в идею добродетели, созидательной первопричины мироздания, создающее гармоничную связь мироздания с личным миром. Идея человеческого совершенства воплощалась в образах богов и богинь. Поэтому совершенная фигура изображалась, как живая, и была задумана в соответствии с математически рассчитанными идеальными пропорциями. Греческая идеальная фигура отличается от фронтальной двухмерной структуры египетского искусства живым движением тела, гибкой атлетической формой и пластикой движения.

В период средневековья язычество и пантеизм были вытеснены монотеистическим нравственным христианством, которое основано на вере в то, что явления природы суть творения божественной власти. Целью жизни человека становится добро души, а бренное тело оказалось средством обретения конечной оценки своим деяниям. Фигура духовного человека, в представлениях церкви, была напряженно суровой, глубоко эмоциональной в религиозном экстазе. Она имеет, как правило, удлиненную форму, носящую характер искаженной реальности. Религиозная иерархия часто отражена в иерархии размеров и положения фигур в соответствии с религиозной значимостью. По своему значению это иконографические символы, которые служат декоративной цели, провозглашая идею о том, что церковь – это убежище от соблазнов земного существования.

Эпоха Возрождения это время бурного творческого подъема, освободившегося от церковной схоластики, эпоха больших открытий. Своими правильными анатомическими, живыми и полными энергии формами, фигура человека символизировала жизнь и какой она могла бы быть, доказывая родство разума и природы, веру человека в Бога. В самой фигуре ее упругость и напряжение передавались с помощью широкой, выразительной и прихотливой динамики линий. Тело доводилось до совершенства в соответствии с греческим идеалом. Линейные контуры осязаемы, они передают пластику мускул и

точность анатомического строения, создавая тем самым форму героической монументальности.

Искусство эпохи Просвещения в Западной Европе отражало беспокойность и меняющийся характер жизни. Идеалы свободы завладели воображением людей, что, в свою очередь, провоцировало интерес к человеческой индивидуальности. В основном это было искусство портрета. Предшествующая монументальность была сведена к жанровому изображению человека в его социальной среде. Символ героического обобщенного занял место обыкновенной личности. В искусстве барокко художников интересовала светотень во всех ее проявлениях. Разрабатывалась пластика тела, равно как и его объемность. Время сделало заметный шаг к передаче непосредственного мгновения, эффектной мимики в изображении человека. Четкий линейный контур уступил место мягкой передаче в пространстве предметов, а безупречная поверхность полотна – мазкам, выявляющим материальность.

Промышленный век в Европе (период романтизма, реализма, импрессионизма): итогами рационализма, свободомыслия, научного и социального прогресса XVIII века стали производительность труда в век машин, расширение торговых взаимосвязей и, как итог, конфликты и кризисы в общественной жизни. Искусство тяготеет к инакомыслию, покровительство предлагалось только тем художникам, которые отражали консервативные взгляды и академические традиции, чему возникает противодействие в вопросах содержания и стиля неакадемическим экспериментированием, субъективным пристрастием. Искусство этого периода характеризуется разнообразием в изображении фигуры. Реалистическая передача форм во всех ее проявлениях придает искусству XIX века своеобразную действительность и убедительность. Предметом внимания становятся обычные, незаметные, ничем не выдающиеся люди: убогие, увечные, нищие. В них художники искали внутреннюю, а не внешнюю красоту, которая раскрывает благородство, человеческое тепло. Вся силу пафоса реализм черпает из невыразимых человеческих мучений. Импрессионистическое направление, отличаясь

светоносностью, раскрывает досуг обычных людей, предающихся безделью, выступающими зрителями сложного времени.

Современная эпоха – постимпрессионизм, кубизм, экспрессионизм, сюрреализм, абстракция и т.д. Художник направляет свою творческую энергию на создание множества идей и форм, выходящих за пределы понимания современников – публики. Оказавшись в эпицентре социальных катаклизмов, художник ищет интерес в собственных переживаниях. Закат импрессионизма стал и закатом объективного зрительного образа в искусстве. Объективное переродилось в субъективное, абстрактное. Образы превращены в символы эгоцентрического начала. Неомодернизм ставит своей целью превращение представлений о фигуре в искусстве прошлого в продукт размышлений и переживаний, что синтезирует новые приемы изображения фигуры в современном искусстве [5.150]

Подводя итог, необходимо сказать, что канон пропорций человеческой фигуры есть лишь ориентир, критерий в современном искусстве, являющийся лишь подготовительным этапом для творческого поиска художника. Таким образом, в зависимости от тематической направленности, содержания учебно-творческой композиции, студенту необходимо свободно ориентироваться в приемах и методах изображения фигуры человека в различные исторические периоды изобразительного искусства для того, чтобы научиться сводить воедино форму и содержание произведения.

Перспективы дальнейших исследований. Актуальность проблемы для художественно-графических факультетов высших учебных заведений предусматривает продолжение исследования вопросов обобщения форм фигуры человека с целью создания образа, как в учебных, так и творческих работах студентов, а полученные результаты – внедрения в творческий процесс при выполнении академических и дипломных работ.

Литература.

1. Бери Хогарт. Динамическая анатомия для художников. – М.: Астрель, 2004, с. 216.
2. Гюэре Клебер. Полный курс рисунка обнаженной натуры. – М.: Внешсигма, 2000, с. 120.
3. Дмитриева Н.А. Краткая история искусств. – М.: Искусство, 1985, с. 319.
4. Полевой В.М. Малая история искусств. – М.: Искусство, 1991, с. 303.
5. Рославцев Е.Н. Разрушение образа. – К.: Мистецтво, 1984, с. 200.

ФОРМУВАННЯ ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК ПРИ ВИКОНАННІ ПРОГРАМНИХ ЗАВДАНЬ ДИСЦИПЛІНИ “ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ”

Томашевський В.В.

Криворізький державний педагогічний університет

Анотація. У статті розглянуто питання формування практичних навичок при виконанні програмних завдань дисципліни “Основи зовнішньої реклами” в підготовці майбутнього вчителя образотворчого мистецтва.

Ключові слова: практичні навички, основи зовнішньої реклами, фірмовий стиль.

Анотация. Томашевский В.В. Формирование практических навыков при выполнении программных заданий дисциплины «Основы наружной рекламы». В статье рассматриваются вопросы формирования практических навыков при выполнении программных заданий дисциплины «Основы наружной рекламы» в подготовке учителя изобразительного искусства.

Ключевые слова: практические навыки, основы наружной рекламы, фирменный стиль.

Annotation. Tomaszewsky V.V. Forming of practical experience in the execution of programme tasks of discipline “Principles of external advertisement”. In article is considered the questions of forming of practical experience in the execution of programme tasks of discipline “Principles of external advertisement” in preparing of teacher Fine Art.

Key words: practical experience, principles of external advertisement, firm's stile.

Постановка проблеми. Розвиток сучасної української освіти передбачає утвердження духовних, моральних, естетичних цінностей та розвиток творчих якостей особистості як пріоритетний напрямок навчальної діяльності. Шлях до цього лежить через гуманітаризацію освіти, яка передбачає використання новітніх технологій в освітньому процесі і спрямування його на формування цілісної гармонійної картини світу. За таких умов основними завданнями реалізації фахових дисциплін в системі підготовки майбутнього вчителя образотворчого мистецтва є вміння орієнтуватися в сучасних світових та національних тенденціях розвитку мистецької освіти, і зокрема в дизайнерській діяльності.

Розширюючи діапазон дисциплін, які в змозі задовольнити якісну підготовку випускника, що володіє теоретичними основами та практичними навичками дизайнерської діяльності, більшість вищих навчальних закладів мистецького спрямування не відокремлюють дисципліну “Основи зовнішньої реклами” в системі фахової професійної підготовки, елементи якої слугують окремими розділами певних навчальних дисциплін, таких як “Шрифт”, “Основи фірмового стилю”, “Кольорознавство”, “Комплексне проектування” тощо. Все це ускладнює цілісне сприйняття окремого напрямку дизайнерської діяльності,

який за сучасних умов розвитку послуг в сфері виконання дизайн-продукції на ринку збуту посів одне із чільних місць.

Аналіз останніх досліджень. Різні аспекти та розділи вищезгаданої проблеми, а саме історичний та теоретико-методологічний аспект, розділи з основ проектування фірмового стилю, психології сприйняття продуктів дизайнерської діяльності знайшли своє відображення в працях С.Антоновича, У.Аренса, В.Бикова, Л.Бове, І.Вікентьєва, М.Воронова, В.Глазунова, Ф.Джефкінса [1], С.Канєвського, І.Крилова, Л.Кулеєва, М.Ліфінцева[3], О.Маторіна, С.Міхайлова, М.Рогожина, С.Рибіна, І.Рожкова, Є.Ромата, В.Рунге, В.Сеньковського[4], В.Сьомкіна, В.Тихоновського та інших.

Формулювання цілей статті. Зважаючи на зростаючий попит в сфері виготовлення рекламної продукції та підготовці студентів до майбутньої професійно-практичної діяльності в галузі зовнішньої реклами, ми намагалися надати теоретичне обґрунтування формуванню практичних навичок при виконанні програмних завдань дисципліни «Основи зовнішньої реклами».

Результати дослідження. Оскільки одним із основних завдань підготовки з дисципліни «Основи зовнішньої реклами» спеціалізації «Дизайн реклами» є оволодіння навичками практичної роботи із сучасними матеріалами для виготовлення продуктів зовнішньої реклами та застосовування знань з основ образотворчого мистецтва щодо втілення творчого задуму в матеріалі, слід визначитися, якою є візуальна складова довколишнього середовища як об'єкту дизайнерської творчості.

Звертаючись до історії розвитку вітчизняного художнього конструювання, слід зауважити, що в 60-і роки дизайнерський підхід у прикладну графіку був введений через промислову графіку та упаковку. Візуально-комунікаційна теоретична концепція будувалася на базі науки, що досліджувала особливості знаків та знакових систем – семіотики та теорії інформації з врахуванням соціально-технічного аспекту. Так, О.Черневич вважала, що «в структуру візуальної комунікації входить джерело тексту, що несе невізуалізований зміст, візуальний комунікатор, канал зв'язку та приймач тексту, де візуальним комунікатором в цьому випадку стає дизайнер»[2].

На сьогодні об'єкти творчої уваги дизайнерів числені та багатопланові. На думку В.Рунге, В.Сеньковського та інших при розгляді візуальної складової середовища існування можна відокремити декілька шарів. Перший рівень, з яким контактують практично всі верстви населення, створюють засоби та системи візуальних комунікацій в міському, сільському та інших середовищах та транспорті. До них відносяться вивіски, рекламні установки, вітрини магазинів, інформативні знаки з найменуваннями вулиць, номерів споруд, покажчики маршрутів транспорту, знаки дорожнього руху та ін.

Другий рівень – це засоби візуальних комунікацій в приміщеннях будівель, інтер'єрах: вказівники, піктограми, таблички, рекламні об'єкти, плакати тощо.

Третій, найбільш специфічний, пов'язаний з експлуатацією приладів та оснащення виробничого, офісного, побутового та іншого призначення. При проектуванні та виготовленні елементів третього рівня головними є ергономічні вимоги, тоді як художній бік дещо відходить на другорядні ролі [4;67].

Стосовно розробки та практичної роботи над елементами другого рівня, зокрема, вказівниками, піктограмами, табличками для виробничих та суспільних інтер'єрів, в першу чергу, необхідно виявлення і врахування оптимального образного стереотипу візуального сприйняття, характерного для якнайбільшого відсотка персоналу, та населення, що обслуговується.

Нарешті, у візуальних засобах першого рівня (вивісках, рекламі), найбільш чітко виявляється перехід від ергономічної зумовленості до творчої свободи задуму та втілення, як в змістовній частині, так і в частині формотворення.

При формуванні практичних навичок у виконанні завдань дисципліни слід пам'ятати, що найбільш ефективним є комплексне вирішення елементів візуальної складової середовища існування та життєдіяльності на всіх вищезгаданих рівнях. Це можливо при розробці та реалізації графічної частини фірмового стилю підприємств, фірм в окремих випадках, та більш широких

понять як певні галузі господарства, транспорт, заходи державного масштабу, фестивалі, чемпіонати тощо.

Якщо вести мову про зовнішню графічну рекламну діяльність художника-дизайнера, то головним комплексом понять, яким необхідно оволодіти і вміти його відтворювати практично є графічний фірмовий стиль, що розповсюджується майже на всі об'єкти зовнішньої візуальної реклами. За висловом А.Діжур, графічний фірмовий стиль, це термін, яким позначають систему візуально-комунікативних засобів, що проектується з метою створення певного постійного зорового образу. Вона містить в собі основні елементи, такі як знак, логотип, колір, шрифт, а також все розмаїття візуальної інформації: від документації, упаковки, сувенірів, реклами до елементів візуальної комунікації, графіки на одязі, транспортних засобах, спорудах тощо[3].

В контексті вищезгаданого товарний знак як знак обслуговування – це офіційно прийнятий термін, що є зареєстрованим у встановленому порядку означенням, що має на меті відрізнити товари та послуги одних юридичних або фізичних осіб від аналогічних товарів та послуг інших осіб. Синонімами терміну товарний знак є фірмова марка, просто марка, фірмовий знак та емблема. При розробці поняття товарного знаку у практичній роботі не слід змішувати з суміжним йому об'єктом – фірмовим найменуванням. Фірмове найменування означає назву підприємства, яке індивідуалізує організацію і особливо не реєструється.

При оволодінні практичними навичками студент повинен чітко усвідомлювати, що елементи графічного вирішення починають своє життя у двовимірному аркуші паперу. Але носіями графіки можуть бути і об'ємні об'єкти (предмети), а також їх поверхні. Більше того, знаки, зображення, написи, частіше за все, самі стають об'ємними. Це і визначає значну складність у розробці знаків та логотипів, її багатоплановість з врахуванням комплексу факторів.

З огляду на це, зображувальні товарні знаки у виконанні студентів можуть являти собою малюнки (реалістичні або абстрактні) на найрізноманітнішу тематику. Це і різновиди орнаментів, і символи, і

зображення тварин та птахів, і стилізовані зображення різних предметів. Вони також можуть містити в собі не тільки предмети, але й слова в особливій формі. Іноді важко провести чітке розмежування поміж літерними, словесними та зображувальними знаками. Комбіновані товарні знаки містять в собі знаки зображувального та словесного характеру, а композиційне поєднання їх є певним сполученням, наприклад, малюнок і слова, малюнок і літер, малюнок і цифр, слів та літер, літер та цифр тощо.

Серед значної кількості основних та часткових принципів, сформульованих теоретиками реклами [1;23], в оволодінні практичними навичками при виконанні практичних завдань дисципліни «Основи зовнішньої реклами» передбачається врахування наступних моментів, таких як:

- емоційність тексту;
- новаторство та розважальність;
- помітність (яскравий, такий, що запам'ятовується);
- ландшафтність;
- персоніфікація;
- врахування ментальності регіону;
- звернення, що швидко діє;
- стислість.

На нашу думку, до вищезгаданих принципів слід додати принцип модульності, якому підпорядковується виконання практичних завдань з дисципліни (вивіска як система планшетних модулів).

Стосовно основних функцій продуктів зовнішньої реклами, що розділяють на основі універсальності їх впливу на різноманітні об'єкти та суб'єкти реклами, то серед них слід визначити інформування, переконування, руйнування рекламних стереотипів, збудження, нагадування, позиціонування, розвиток конкуренції, утримування, зв'язування, формування (іміджу) мислення та стимулювання.

Висновки. Формування практичних навичок при виконанні програмних завдань неможливе без усвідомлення теоретичних засад означеної проблеми, її

історичних аспектів, розкриття основних принципів та функціонального забезпечення.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Практичний досвід роботи студента-випускника надасть можливість орієнтуватися в сучасних проблемах дизайнерської діяльності і, зокрема, зовнішньої реклами, надасть можливість застосовувати свої знання у навчально-виховному процесі середньої загальноосвітньої школи, оформлювальної діяльності в рамках громадського навантаження. У подальшому є необхідність у розробці методичних рекомендацій з конкретних практичних питань на допомогу вчителю образотворчого мистецтва при роботі з сучасними рекламними матеріалами.

Література

1. Дижур А.Л. *Фирменный стиль* // Серия «Художественное конструирование за рубежом». – М.: ВНИИТЭ, 1970.
2. Лифшица Н.А., Лифшица С.Н., Воронина Т.Н. *Реклама: теоретико-методологический аспект (опыт теоретического исследования)*. Учебно-методическое пособие. – К.: ИППР, 2002. – 62 с.
3. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. *Основы теории и методологии дизайна*. М: МЗ Пресс «Социально-политическая МЫСЛЬ», 2005. – 368с.
4. Серов С.И. *Стиль в графическом дизайне. 60-80-е годы*. – М.: ВНИИТЭ, 1991.