

Апанасенко К.А. студент

Научный руководитель – Орешко Т.Д.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНЫХ АФИШ

Сегодня афиши встречаются нам на каждом шагу: объявления о концертах в метро, киноплакаты на остановках и баннерах, театральные афиши на рекламных столбах. Это явление настолько привычно, что мало кто задумывается, насколько это древний вид рекламы.

Истоки афиши берут свое начало в наскальных рисунках – первых попытках письменной коммуникации. По мнению некоторых авторов, первые рекламные надписи на скалах появились в 2278 г. до н.э. Одним из таких примеров является надпись на горе Энг Шан [1].

Слово афиша происходит от французского «affiche» — объявление, прибитое к стене. Как правило афиша сообщает читателю о предстоящем мероприятии, чаще всего о платном. Потребность информировать публику о предстоящем спектакле или театральном действе возникла вместе с рождением театра, поэтому мировая история театральной афиши исчисляется не годами, и даже не сотнями лет, а тысячелетиями.

Во всех римских городах на улицах устанавливались так называемые альбумы – предназначенные для оставления объявлений стены. Они были выбелены известью и часто богато украшены, а сообщения, предназначенные для населения, наносились черной либо красной краской. В это же время на улицах городов, людных и шумных, расцветала частная реклама. К ней относились и нарядные театральные афиши, с написанными крупными буквами именами актеров, а иногда и с изображениями отдельных сцен предстоящего спектакля. Техника исполнения рекламных надписей понемногу совершенствовалась, но создавать их было все еще довольно сложно: нужные тексты писались от руки, а то и вовсе выбивались на твердых материалах, поэтому общее количество афиш было минимальным, как и требования к ним. Афиша должна была

правдиво и как можно более кратко отражать информацию, ведь ручная работа требует много времени.

Так продолжалось до середины XV века, пока Иоганн Гутенберг не изобрел печатный станок. Теперь нужно было создать лишь одну матрицу, а затем уже с ее помощью печатать афиши любым нужным тиражом. Афишный промысел начал бурно развиваться. По старой привычке, первые афиши содержали только текст, но в 1482 г. книготорговец Батдольд выяснил, что размещение на плакате рисунка привлекает больше внимания и дольше остается в памяти читателя, чем простой текст [1].

С XVI с помощью рекламного плаката начинают рекламировать все более широкий спектр товаров и услуг, а также мероприятий, ярмарочных представлений и лотерей. Наиболее известны плакаты Эбельхардта Альтдорфера для ростовской лотереи в 1518 г. и Ганса Сачса, который создал рекламу для салона пения [2].

Афиши становятся массовым явлением и все более нуждаются в зрелищности. Особое внимание стоит уделить театральным афишам, поскольку именно театр внес огромный вклад в развитии этого типа рекламы. Театральные представления были известны еще со времен античности и любимы многими, поэтому организаторы театральных представлений уделяли много внимания рекламе. Все начиналось с ярмарочных афиш, которые давали информацию о спектаклях, которые должны были быть показаны на той или иной ярмарке. Ярким примером служит изданная в Женеве в 1625 году афиша «Ярмарка развлечений».

По мере распространения, афиша приобретает все большую значимость в общественной и политической жизни государств, поэтому власти стремились ограничить ее влияние. Так, во Франции 5 февраля 1652 и 15 января 1653 были изданы законы, ограничивающие приемы оформления афиш, а также свободу их издания [2].

За пределами Франции атмосфера для развития афиши была более благоприятной. Однако чем больше афиша распространялась в европейских

странах, тем больше теряла свое качество. Среди создателей афиш стало встречаться все больше недобросовестных мастеров, и со временем афиша перестала считаться произведением искусства. В 1764 году был опробован новый способ печати – медная гравюра. Она давала несоизмеримо лучшие результаты, чем гравюра на дереве, и это помогло афише подняться в глазах читателей. Однако такой способ печати был достаточно дорогостоящим, особенно для создания афиш большого формата [3]. Поэтому издатели афиш часто оставляли на них место для рукописного текста, используя одну и ту же заготовку для нескольких разных афиш.

Театральные афиши Франции уже изобилуют различными цветами, причем каждый театр имел свой фирменный цвет, чтобы можно было легко отличить один театр от другого. Появились наиболее популярные цветовые решения. Так, по мнению французских печатников, самой эмоциональной комбинацией цветов является сочетание красного и светло-голубого, серого либо желто-зеленого. Украшались афиши узнаваемыми и всем понятными элементами.

Изменился и подход к расклейке объявлений. Расклейщики афиш должны были уметь писать и читать, а также быть представленными книготорговцами и полицией, что было закреплено в Указе Государственного Совета от 13 сентября 1722 года. Но, несмотря на это, незаконных афиш расклеивалось немало.

В 1796 Алоизом Зенефельдером была изобретена литография, что существенно удешевило изготовление афиш [2]. К XIX веку многие художники стали работать в этом направлении. Так, граф Анри Мари Раймон де Тулуз-Лотрек-Монфа, более известный под своим кратким именем Анри Тулуз-Лотрек, считается общепризнанным мастером театральной афиши. Другим известным мастером становится современник Лотрека, Теофиль-Александр Стейнлен. В России прославился театральный художник Борис Кустодиев, рисовавший не только афиши, но и декорации к спектаклям. Театральной афишей увлекались также К.Сомов, Л.Бакст, С.Самокиш, С.Судейкин, М.Дабужинский, Ф.Шехтель, А.Головин, Бродский, К.Коровин, Н.Альтман, И.Билибин [1].

В XX для создания афиш московских театров использовались различные динамические шрифты, без дополнительных изображений. Афиши для русских театров в то время создавали А. Родченко, К. Петров-Водкин, Н. Шлепянов, а также Пабло Пикассо и Сальвадор Дали.

Сегодня актуальность афиши нисколько не снизилась. Благодаря развитию информационных технологий и печатной техники, создание и печать афиш стали проще, дешевле и доступнее. Несмотря на то, что сейчас афиши создаются не вручную, а с помощью графических редакторов и печатаются на огромных промышленных станках, сами афиши принципиально не изменились с древних времен. Как и много веков назад, их первостепенной задачей остается привлечение внимания и передача информации о каком-либо событии, с привлечением всех доступных их создателям средств.

1. Афиша: история появления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.menupnz.ru/articles/afisha>. – Дата доступа: 09.03.2018.

2. История рекламы: афиши [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.24print.by/news/istoriya-reklamyi-afishi>. – Дата доступа: 09.03.2018.

3. Область культуры. Афиша — искусство, как двигатель прогресса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://okultureno.ru/articles/20963-afisha-iskusstvo-kak-dvigatel-progressa>. – Дата доступа: 07.03.2018.

Апраксина А.А. студент

Научный руководитель – Бодунова И.И.

БАЛЕТМЕЙСТЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВАЛЕНТИНА ЕЛИЗАРЬЕВА

Белорусский балет – яркий пример плодотворного и интенсивного развития хореографии в едином русле мирового музыкального искусства. Важно, что белорусский балет всегда стремился и стремится реалистически