

Ramil Əliyev
Azərbaycan Dövlət Rəssamlıq Akademiyası
Sənətşünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
E-mail: ramil_art@mail.ru

Plakatda rəsmnin rolu

Təsviri və tətbiqi sənətin bütün sahələrində rəsmnin aparıcı rolunun danılmazlığı qarşısında demək olar ki, plakatın bədii-estetik tutumunun cəlbedici və yaddaqalan olmasında rəsmnin rolu duyulası dərəcədə böyükdür. Bu da ilk növbədə həmin uğurlu rəsmetmənin yaradılan plakatların daşdığı məna-məzmun yükünün qabardılmasına güclü təsir etməsi ilə bağlıdır. Başqa sözlə desək, plakat elə uzaqdan tamaşaçısına məhz ifadəli rəmzlə çəkilmiş təsviri ilə maraqlı görünməli, onu özünə cəlb etməlidir. Bu amil plakatın bütün növlərində çox vacib hesab olunur. Onların hər birində rəsmnin rolunu şərh etmək üçün gəlin əvvəlcə qısa da olsa onlarla tanış olaq:

Siyasi plakat – siyasi təbliğatın ən təsirli formalarından sayılır və özündə siyasi vəzifələri və şüarları ehtiva edən təsviri vasitələri əks etdirir. Siyasi plakatların mövzu dairəsi qeyri-adi dərəcədə genişdir. Onlar daha çox sülh uğrunda mübarizəyə, düşmənin ifşa olunmasına, seçki təbliğatına və s. həsr olunurlar.

Bir çox plakatlar isə siyasi bayramlarla, eləcə də beynəlxalq hadisə və tədbirlərlə bağlı hazırlanır. Onların arasında satirik ruhlu plakatlara da rast gəlmək olur. Bütün bu çoxşaxəli və təzadlı tətbiq sahəsinin mövcudluğunu nəzərə almalı olsaq, onda deməliyik ki, siyasi plakatların əmələ gəlməsində duyulası rolu olan rəsmlər daha aydın, inamlı, səlis və ifadəli olmalıdır...

Sosial plakat – aktualığı ilə seçildiyindən onun əhatə dairəsi daha çox problemlərlə bağlı olur. Burada narkomaniya, alkoqolizm, doğuşun azalması, əlillərin vəziyyəti, ekoloji vəziyyətin pisləşməsi, məsuliyyətin azalması və gənclərin sosial fəallığı kimi məsələlərin bədiiləşdirilməsinə rast gəlmək mümkündür. Belə plakatların bədii şərhində xətlərin və cizgilərin ifadəli və aydın olması vacibdir. Yalnız belə rəsmnin hakim olduğu kompozisiyalar tamaşaçıya bütün aydınlığı ilə çatır...

İnformasiya-reklam plakati – informasiya vəzifələrini həll edir, müxtəlif mədəni-maarifçilik tədbirləri barəsində məlumatları ictimaiyyətə çatdırır. Bəzən də belə plakatlar reklam rolunu oynayaraq istehlakçıları yeni məhsullarla və xidmətlərlə tanış etmək məqsədi daşıyır. Belə plakatlarda tətbiq olunan rəsətmə ərsəyə gətirilən kompozisiyaların lakonikliyinə əldə olunmasına xidmət etməlidir. Ona görə də belə rəsmləri bədii yığcamlıq səciyyələndirməlidir.

Teatr və kino plakatları – xüsusi keyfiyyətlərə malikdirlər. Tamaşaları və yaxud kinofilmləri reklam etməklə, həmin tamaşaya xas olan üslubu və müəlliflərin yaradıcı söylərini əks etdirməlidir. Onların çəkilişində də rəsmnin önəmli rolu vardır. Lakin buradakı lakoniklik və aydınlıq həm də süjetin və yaxud qəhrəmanın səciyyəvi xüsusiyyətlərini qabartmağa xidmət etməlidir.

Tədris-təlimat plakati – elmi biliklərin, əmək metodlarının, müxtəlif qaydaların təbliği və s. məqsədi daşıyır. Plakatların digər növlərindən fərqli olaraq mətnin həcmi baxımından daha zəngin olur, silsilə rəsmlərin yerləşdirilməsi ilə fərqlənir və uzun müddətli istifadə üçün nəzərdə tutulur. Belə plakatlarda rəsmnin inandırıcılığının əldə olunmasına yönəldilməsi vacib şərtidir. Çünki tamaşaçı görünənlərin-tövsiyə olunanların əyaniliyinin əldə olunması ilə təbliğat vasitəsinə inanır.

Texniki icrasına – yerinə yetirilmə formasına görə plakatlar müxtəlif olur: çap olunur, qəlib vasitəsilə hazırlanır və yaxud da işıqdan istifadə ilə təqdim olunur. Hər iki hal üçün ümumi kompozisiyanın aydın rəsətmə ilə gerçəkləşməsi önəmli məsələdir. İcra vasitələrinə görə plakatlar ya qrafik, yəni, ağ-qara, ya da ki, rəngli (burada rəngin ən müxtəlif formalı təqdimatından istifadə edilir) olurlar.

İfadəli rəsətmə ilə gerçəkləşən plakat tamaşaçı ilə təmasda olub cəmiyyət üçün önəm kəsb edən hansısa hadisə barəsində məlumat verərkən, insanları rəssam tərəfindən irəli sürülən ideyalara reaksiya verməyə çağırırlar. Onlar adətən qəzet-jurnal səhifələrində çap olunur və yaxud ayrıca çap olunduqdan sonra müəyyən lövhələrdə, nəqliyyatda və digər yerlərdə yapışdırılırlar (1). Rəssam tərəfindən çəkilmiş orijinal təsvirin çoxaldılması çap üsulu ilə baş tutur. Reklam plakatlarının bədii-texniki məziyyətlərini şərh etməklə, onun daha təsirli alınmasında rəsmnin rolunu müəyyən etmək olar...

Reklam plakatlarının məzmunu tamaşaçılara təsviri vasitələrlə ötürülür və

sırf mənfəət götürmək məqsədilə istifadə olunur. Bura ən müxtəlif - maddi və mənəvi-intellektual dəyərlərin reklamı daxildir.

Reklam plakatları əslində qısamüddətli, özü də müxtəlif şəraitdə qavranılması nəzərdə tutulan bədii obyektidir. Elə onun rəsmetmənin ifadəliliyinin qabarıqlığı duyulan bədii vasitələrinin özünəməxsus xüsusiyyətlərə malik olmaları da bununla izah olunur. Ancaq plakat təsviri sənətin ayrılmaz tərkib hissəsi olduğundan və bu səbəbdən də plakatın təsvir dili ilk növbədə onun ümumi qanunları ilə müəyyənləşir. Təsviri sənət dilinin şərtiliyə xidmət edən əsas növləri bunlardır:

- Təsviri sənətin bütün növləri üçün ümumi sayılanlar (ikiölçülü səthdə üçölçülü məkanın təsviri və rəngli obyektlərin axromatik təsviri).

- Müəyyən epoxa və üslub üçün səciyyəvi olan şərtilik (düz və yaxud əks perspektiva, kolorit sistemi və s.).

- Bu və yaxud digər rəssamın manerası üçün səciyyəvi olan şərtilik (2, 15).

Bu üç şərtin yüksək estetikaya malik olması onun təsvirin ifadəli rəsmə malik olmasından keçir. Plakat dərhal və bütün aydınlığı ilə müəyyən ideyanı tamaşaçıya çatdırmalıdır. Bu məsələdə rəsmnin rolu böyükdür. Bədii formanın kamill rəsmetmə nəticəsində gerçəkləşən lakonikliyi, məkanın yastılanması, planların bir-ikiyə qədər azaldılması, işıq-kölgədən qənaətlə istifadə, konturun dəqiqliyi, təsvirin siluettliliyi, hava perspektivasının yoxluğu və s. də buna xidmət edir.

Plakatın bütün bu formal xüsusiyyətləri onun bədii ifadə vasitələrini məhdudlaşdırır və onda şablonçuluğun-qəlibçiliyin yaranmasına səbəb olur. Plakat üçünsə bu məhvedici amildir. Belə bir plakat heç vaxt tamaşaçını ayaq saxlamağa məcbur edə bilməz, elə bu səbəbdən də öz başlıca vəzifəsini yerinə yetirə bilməz. Bu isə plakatın dəyərləndirilməsində əsas meyardır. Plakatda kompozisiyaya inamlı rəsmetmə ilə ümumiləşdirici anlayışların daxil edilməsi, onların işarə və rəmzlər səviyyəsinə çatdırılması böyük rol oynayır. Plakatda mövzunun traktovkası çox vaxt şərti süjet şəraitinin mövcudluğunu tələb edir. Rəsmetmənin gücü ilə bəzən real həyatda rast gəlinməyən, miqyasına görə birləşdirilə bilməyən və insanın istehsal edə bilmədiyi əşyalar təsvirdə birləşdirilir. Çox vaxt şüurlu şəkildə məkanın və zamanın birliyinin pozulması vacib və qanunauyğun sayılır. Süjetin baş verdiyi şəraitin bu cür şərtiliyində reklam obrazının inandırıcılığının və bütünlükdə təsvirin bütövlüyünün əldə olunması üçün, buna müvafiq forma tapmaq lazımdır. Plakatda şərtilik obrazlaşmanın əldə olunmasında plastik metafora, hiperbola və alleqoriyadan istifadəni, eləcə də hərəkətlərin, səciyyəvi və dəqiq siluetinin mübaligə edilməsini nəzərdə tutur. Bu da hər müəllifdən inamlı rəsmetmə tələb edir.

Ə.Əzimzadənin plakat-təbliğat vasitəsi kimi istifadə olunan siyasi karikaturlarında doğrudan da almanların xoşuna gəlməyən mənə-məzmun və bədii həll formaları kifayət qədər idi. İfadəli rəsmlərlə çəkilmiş “Şir və pişik bala-sı”, “Faşizmin sifəti”, “Füherin töhfələri”, “Dahilik iddiası”, “Vurulmuş kartlar”,

“İmperializmin zəncirli itləri”, “Hərbi şura”, “Təcavüzkarların kölgəsi” və s. anti-faşist əsərləri ilə rəssam Hitleri və onun ətrafını gülüş obyektinə çevirməklə, bədii ifadə vasitəsinin kəskin silaha çevrilməsini şərtləndirmişdi.

İ.Axundovun plakatlarında da düşməni ifşa edən bədii təsir vasitələri kifayət qədər idi. Bu mənada onun “Keçinin buynuzu gicişəndə...” və “Frits və Hans” kimi ifşaedici plakatlarının adını çəkmək olar. Bu əsərlərdə də rəssam mənə-məzmun təsirli ifadəsində cəlbedici rəsmətməyə əsaslanmışdı.

Q.Xalıqovun “Cəbhə üçün isti əşyalar”, “Hərbi dövrün istiqrazlarına yazıl!”, “Cəbhəyə çoxlu yanacaq göndərək!” və “Neft ilğımı” plakatları arxa cəbhənin insanlarına ünvanlanmaqla, onlarda ruh yüksəkliyi və əzmkarlıq yaratmağa köklənmişdi.

Ə.Hacıyevin təsirli rəsmi önəmli rol oynadığı “Düşmənlər Sovet İttifaqını arzulayırdılar...!” və “İsti əşyaları cəbhəyə”, M.Vlasovun “Böyük Vətən Müharibəsi”, “Bizim Hitlerçi işğalçılar üçün nəzərdə tutulan menyumuz”, “Faşist hücumunun nəticələri”, S.Şərifzadənin “Qoy bu müharibədə bizi dahi sələflərimizin mərdanə obrazları ruhlandırın!” (1943) plakatlarının adını vurğulamaq olar.

S.Şərifzadənin xalq qəhrəmanları Cavanşir, Babək və Koroğlunun obrazlarını hücum keçən Sovet Ordusunun əsgərləri ilə vəhdətdə təqdim edən rəssamın ərsəyə gətirdiyi plakatlar xüsusilə ruhlandırıcı və təsirli idi. Məhz müharibə illərində - 1943-cü ildə Moskvadakı Tretyakov Qalereyasında İ.Stalinin göstərişi ilə Azərbaycan rəssamlarının vətənpərvərlik ruhlu əsərlərindən ibarət sərgisinin təşkili də, döyüşən ordunu yanacaq təmin edən Bakının həm də ideoloji sahədə uğurla fəaliyyət göstərmələrinin nəticəsi və rəsmi səviyyədə dəyərləndirməsinin göstəricisi idi...

Bu yerdə qeyd edək ki, müharibədən sonra SSRİ-nin iri şəhərlərində ixtisas təhsili alıb Bakıya qayıdan qrafik-rəssamlar bu sahənin müxtəlif sahələrinin, o cümlədən də plakatın inkişafında fəallıq göstərmişlər (3). Elə dövlətin də bu sahəyə xüsusi qayğı göstərməsi onun daha sürətlə təşəkkülünə təkan vermişdir. Respublika Bədii fondunda təbliğat plakatı (1959) və estamp emalatxanalarının (1963) açılması, plakat üzrə Ümumittifaq və respublika (1959, 1963) sərgilərinin keçirilməsi vurğuladığımız diqqətin göstəricisi hesab olunmalıdır.

Reklam plakatının məzmun və bədii həll yeniliyi potensial alıcıların və müştərilərin diqqətini cəlb etmək işini uğurla yerinə yetirmiş olur. Bu prosesdə də rəsmi önəmli rol oynadığını söyləmək lazımdır. Bu mənada tanınmış plakat ustası Arif Əzizovun hazırladığı bir-neçə plakatın adını qeyd edə bilərik. Onun “Abşeron”, “Azərbaycana gəlin” (iki variantda) və “Qobustan” (hamısı 1980-ci illər) plakatlarında inamlı rəsmətmənin nəticəsində ərsəyə gətirilən lakonik təsvirlərin estetikasında yüksək bədii məziyyətlər duyulmaqdadır.

Milli memarlıq və etnoqrafiya elementlərindən, qədim qaya rəsmlərindən ustalıqla istifadə edən rəssam, son nəticədə, plakatlarda Azərbaycana ilk dəfə

ayaq basan turistlərin məkanın qədim tarixi və zəngin mədəniyyəti barəsində gərəкли informasiya verə biləcək reklam nümunəsinin yaranmasına nail olmuşdur. Bu əsərlərin rəng həllindəki şərtilik və rəmzilik də diqqətçəkəndir. Bütün bu müsbət məziyyətlərin əldə olunmasının müəllifin ifadəli və ciddi rəsətmə potensialına malik olmasından keçədiyi birmənalıdır...

Bədii formanın obrazlaşması ideyanın dərki prosesini yüngülləşdirməklə yanaşı fəallaşdırır, onu assosiasiyalarla, yaşantılarla zənginləşdirir, eyni informasiyanın quru təqdimatından fərqli olaraq emosional-obrazlı tutumu ilə daha çox yadda qalmasını şərtləndirir. Plakatın “oxunuşu”nun ən sadə yoxlanması ona baxış üçün hesablandığı məsafədən ona baxmaqdır. Təbii ki, plakat nə qədər ifadəli rəsmlə çəkilib, cəlbedici və təsirli rənglərlə təqdim olunubsa, onun qəbulu xeyli asan olur.

Buna əmin olmaq üçün Elmira Şahtaxtinskayanın “Qələbə” (1975), Cabbar Qasimovun “Xoş gəlmisiniz” (1980-ci illər), eləcə də Hacığa Nəzərovun “Azadlıq” (1960-cı illər) plakatlarının bədii həllinə diqqət yetirmək lazımdır. Hər üç plakatda əsərin məna-məzmun daşıyıcısı olan təsvirlərin iri - cəlbedici tutumda təqdimatı, onların elə uzaqdan diqqətçəkənliyini şərtləndirmişdir...

Plakat mümkün qədər lakonik olmalıdır. Artıq onun ilkin eskiz variantında-rəsmlə çəkilişində onun son nəticədə necə baxılacağı uzaqgörənliklə nəzərə alınmalıdır (4, 15). Lakonikliyi şərtləndirən səbəblərdən biri də onda ən çox 3-4 müstəqil təsvir fraqmentinin olmasıdır. Bütün bu hissələr eyni ideya ətrafında birləşməlidir, bu tələbin pozulması tamaşaçı diqqətinin parçalanmasına gətirib çıxarır və plakat düzgün anlaşılmır, bu da nəzərdə tutulan məqsədin əldə olunmasına “mane” olur.

Qeyd etdiyimiz məziyyətləri Nəcəfqulu İsmayılovun “1937-ci il” (1985), Cabbar Qasimovun “Yer kürəsi bizim ümumi evimizdir” (1970-ci illər), Elmira Şahtaxtinskayanın “Bizim siyasətimiz-dünya siyasətidir” (1980-ci illər) və “Bilik həyatın qanadadır” (1970-ci illər) plakatlarında izləmək mümkündür.

Plakatın rəsm edilməsində fiqurların, əşyanın və digər detalların ekspresiyasına diqqət yetirilir. Belə rəsətmə təsirliliyi artırır. Eyni zamanda plakata məntiqli-düşülmüş ümumiləşdirmə, təsvirə gətirilən əşyanın mahiyyətini bütün çılpəqlığı ilə təqdim edə biləcək lakoniklik xasdır. Fikrət Fərəcovanın “Nizami dünyası” (1980-ci illər), Arif Əzizovun “Qılıncıyatma” (1980-ci illər) və “Təbiəti qoruyun!” (1980-ci illər) və Valentina Ağababayevanın “Yer üzündə sülh naminə!” (1980-ci illər) plakatlarında (5, 25) mövzunun ekspressiv bədii forma-cizgi ilə ifadəsi kifayət qədər görünəndir...

Bir çox hallarda zaman bütövlüyü pozulur, məkan planları qarışdırılır. Və obrazın təsirliliyini əldə etmək üçün müvafiq inandırıcı bədii formanın tapılması tələb olunur. Plakatda şərtilik dedikdə təsviri metaforaların, hiperbolaların, alqoriyaların, ölçülərin mübaliğəsinin, hərəkətlərin, o cümlədən işıq intensivliyi-

nin istifadəsini nəzərdə tutur. Bunların əsərin uğurunu təmin edilməsinə yönəldilməsində əlbəttə ki, rəsmnin duyulası rolu vardır.

Kompozisiya vasitəsi kimi düzgün rəsətməni şərtləndirən bədii vasitələr - xətlər, cizgilər, ləkələr, xətti perspektiva, işıq-kölgə, hava və rəng perspektivəsi çıxış edə bilər. Bunlar kompozisiyanın yalnız əsas vasitələridir. Sənət tarixi real gerçəkliyin obrazlarla ifadəsi sahəsində kifayət qədər ifadə vasitələri məcmusu yarada bilmişdir. Onları sayıb qurtarmaq sadəcə çox çətindir.

Lokal rənglərin məhdudlaşdırılması, təsvirlə şriftin rənglərinin uyğunlaşdırılması, səthi təsvir, anlaşıqlı rəmzlər, siluetlər və konturlar, obrazların effektiv müqayisəsi və satirik obraza yer ayrılması plakatın səciyyəvi vasitələri hesab olunur.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Azərbaycan incəsənəti. (Monoqrafiya). Bakı, 1992.
2. Nəcəfov N. Əzim Əzimzadə. Bakı, 1959.
3. Həbibov N. Azərbaycan sovet rəssamlığı. Bakı. 1966.
4. Əliyev Z. Cizgilərin hikməti. Bakı, 2014.
5. Tərlanov M., Əfəndiyev R. Azərbaycan sovet qrafikası. Bakı, 1963.

Рамиль Алиев

Роль живописи в жанре плаката

Резюме: Как и в других областях изобразительного и прикладного искусства, в плакате особая роль принадлежит живописи. Статья посвящена изучению особенностей жанра плаката. Автор выделил типы плакатов - политический плакат, социальный плакат, информационно-рекламный плакат, театрально-кинематографический плакат, учебно-инструктивный плакат, дал исчерпывающее объяснение каждого типа плаката. В статье плакаты также классифицируются по способам исполнения и делятся на графические, т.е. черно-белые и цветные. Отдельно изучается место плакатного жанра в творчестве А.Азимзаде, И.Ахундова, Г.Халигова, А.Гаджиева, С.Шарифзаде и других художников.

Ключевые слова: Живопись, изображение, графика, плакат, описание, пластика, художник

Ramil Aliyev

The role of painting in the poster genre

Summary: As in other areas of fine and applied arts, painting plays a special role in the poster. The article is devoted to the study of the features of the poster genre. The author identified the types of posters - political posters, social posters, informational and advertising posters, theater and film posters, educati-

onal and instructional posters, and also gave an exhaustive explanation of each type. In the article, posters are also classified according to the method of execution and are divided into graphic ones, i.e. black and white and color. The place of the poster genre in the works of A. Azimzade, I. Akhundov, G. Khaligov, A. Hajiyev, S. Sharifzade and other artists is studied separately.

Key words: Painting, image, graphics, poster, description, plastic, artist

