

УДК 725.31

ТИПОЛОГИЯ ПЛАКАТА И ЕГО ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРИЕМЫ

Арыстатұлы Адлет

begimbai@hotmail.com

Студент 2 курса кафедры «Дизайн и инженерная графика» архитектурно-строительного факультета ЕНУ им.Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Научный руководитель – Бегімбай К.М.

Основная задача плаката это привлечение внимания, и донесения информации посредством изображения с минимальным количеством текста, то к нему предъявляют следующие требования: возможность быстрого и не искаженного восприятия на расстоянии, высокая информативность всех элементов (изображения, текст) и подача информации таким образом, чтобы она воспринималась цельным образом и надолго запоминалась.

По этой причине в плакатах чаще всего применяется изображения предметов, фотографии мест или событий, контурная графика и другие подобные изображения. Также очень важным является правильный подбор текстовой информации и выбор наиболее подходящего шрифта, выбор цвета и грамотный выбор места, в котором будут располагаться элементы плаката [1].

Во второй половине XIX века в связи с развитием рекламы и появлением новых технологий печати возникла новая форма графического искусства – плакат. Первооткрывателем этого направления считают французского графика и театрального художника Жюля Шере (1836–1932). В 1866 году он создал собственное литографическое издательство и начал выпускать концертные и театральные афиши. Благодаря плоским формам, ярким цветовым пятнам, сложным волнистым линиям и декоративному шрифту они выглядели очень декоративными, динамичными и эмоциональными. Это было новое и доступное искусство.

Плакат – крупное, заметное издалека изображение, обычно с кратким рекламным, информационным, обучающим или агитационным текстом и делится на несколько типов.

Типы плаката делятся:

1.Плакаты для политической агитации. Эти плакаты как видно из названия применяют различные политические партии и течения, во время предвыборной агитации в качестве наглядной рекламы своего кандидата.

2. Рекламно-информационные плакаты. Применяются в тех случаях, когда необходимо проинформировать людей о каких либо намечающихся событиях, акциях, распродажах товара или появлении нового товара на рынке.

3. Учебные плакаты и наглядные пособия. Предназначены для разъяснений новых научных знаний и принципа действия, каких либо механизмов или размещения наглядных схем применяемых в обучении студентов, проведении тренингов и мастер-классов [2].

По-настоящему хороший дизайн призван передавать суть идеи буквально в первые мгновения. А действительно великолепный дизайнерский проект, при умелом использовании, способен повлиять на мнение многих людей и даже подтолкнуть их к совершению определенных действий. И все это осуществляется через их восприятие мира и через их образ жизни.

Соответственно, многие дизайнеры верят в важность своей роли и видят предназначение в том, что бы создать что-то действительно достойное. Неважно, будет ли это убеждающим политическим плакатом, определяющей эру обложкой журнала или располагающей рекламой благотворительной организации, иногда дизайн на самом деле способен изменить мир – и хочется надеяться, к лучшему. Ниже собрана подборка вдохновляющих примеров действительно сильного дизайна.

Вербовочные плакаты Первой мировой войны. В начале XX века, особенно во время Первой мировой войны, плакаты были наиболее популярной формой пропаганды, топя военную экономику с обеих сторон Атлантики. Как показано на рисунке 1, на газетном листе большого формата использовалась беспроегрывная комбинация из мощной иллюстрации и волевого, прямого призыва миллионов молодых людей следовать к ближайшему призывному пункту.



Рисунок 1 –Плакаты времен Первой мировой войны, призванные мобилизовать массы в Британии и в Америке

Введение воинской повинности перед началом Второй мировой войны помогло использовать общие вербовочные плакаты в кампаниях, проводимых профильными службами для повышения производительности в других сферах. Особенно это касалось работы женщин в промышленной и сельскохозяйственной отраслях, соответственно рисунку 2.



Рисунок 2 – Пример вербовочного плаката для женщин

Пожалуй, помимо Time, существует не так много изданий, способных стать определяющими для своей эпохи. Звездная обложка упомянутого журнала стала тем, что обобщает достижения фантастических высот в различных областях. Его крупные планы на обложке, как показано на рисунке 3, в сочетании с долгоиграющим конкурсом «Человек года» на протяжении десятилетий делали сам журнал и обложку своеобразной лакмусовой бумажкой для культуры [3].



Рисунок 3 – Мощные заголовки на обложках журнала Time создают резонанс по всему миру

Следующий важный аспект заключается в том, что как отличить хороший плакат от плохого. Это, конечно, вопрос вкуса, однако правильно спроектированный плакат обладает некоторыми признаками, описанными внизу.

Хорошая читаемость. Допустим, у нас есть плакат, который сообщает о каком-либо приближающемся событии, например, о концерте популярного исполнителя. Ключевая информация, размещенная на плакате, должна считываться издалека и привлекать внимание людей. Соответственно, в тексте плаката должна присутствовать визуальная иерархия. Если текста достаточно много, как показано на рисунке 4, то должно быть как минимум три иерархических слоя.

плакат – нужно «оставить воздух». Есть несколько действенных способов, как показано на рисунке 8, повысить читаемость плаката. Например, можно увеличить расстояние между буквами. Тесный кернинг, может быть, хорошо смотрится, на открытке, но для плаката все же важнее читаемость. Если буквы расположены слишком близко, то издали текст становится плохо различимым, что крайне не рекомендуется. Так же можно увеличить расстояние между строками – это тоже пойдет плакату на пользу.



Рисунок 8 – Пример плаката, ориентированного на читаемость

Призыв к действию. Цель любого плаката – заставить людей совершить какое-то действие, например, посетить шоу, выставку, купить какой-либо товар или прийти на выборы. Призыв к действию – это самый главный, центральный элемент плаката и дизайнер должен уделить ему основное внимание. В отличие от веб-дизайна, в графике не работает интерактив, поэтому в обычном плакате нельзя использовать его принципы. У графического дизайнера другие инструменты донесения сообщения для людей и он должен приложить все усилия к тому, как показано на рисунке 9, чтобы призыв к действию был понятен с первого взгляда.



Рисунок 9 – Пример плаката, ориентированного на читаемость

Ручная работа. Появление компьютерной графики явно не пошло на пользу искусству плаката. Раньше дизайнер работал с живыми материалами и плакаты выглядели совершенно не так, как в наши дни. Сегодня признаком хорошего плаката является его техника исполнения. И неважно, что дизайнер создал его на компьютере – если у плаката есть душа и создается впечатление, как показано на рисунке 10, что дизайнер нарисовал его вручную – это хороший плакат. Ну а если плакат пошел в печать как раньше, с физического носителя – это вообще замечательно.

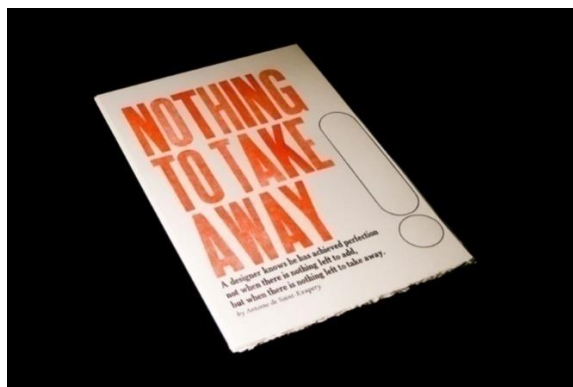


Рисунок 10 – Пример плаката, нарисованного в ручную

Дерзость. Любому хорошему плакату присущ некоторый эпатаж – это очень усиливает эмоциональный посыл. Так что не стоит бояться выходить за рамки и использовать в плакате необычные элементы. Нарушая какие-то устоявшиеся правила, как показано на рисунке 11, дизайнер привлекает внимание к плакату, а это как раз то, что нужно[5].



Рисунок 11 –Пример плаката, которому присуще эпатаж

Подводя итог вышесказанному, хочется отметить, что искусство плаката по прежнему актуально, только по истечению времени приходит понимание его уникальности и насколько он является действенным инструментом в умелых руках дизайнера.

Плакат очень интересный вид графики, который позволяет дизайнерам дать волю своему воображению. К тому же это отличный способ освоить новую технику или улучшить свои навыки. Иногда создание плаката дается очень трудно – ведь требуется донести идею, используя минимум средств. Но в любом случае это интересно – особенно когда плакат получился удачным и привлекающим внимание людей.

Список использованных источников

1. Бегимбай К.М. Значимость плаката в искусстве. Материалы научной конференции, Астана, ЕНУ, 2012. – С. 231-238.

2. <https://habr.com/ru/company/ua-hosting/blog/306344/>
3. <https://design.wikireading.ru/2201>
4. <https://freelance.today/poleznoe/10-priznakov-horoshego-plakata.html>
5. Самойлов О.Д. Искусство плаката и современность. – Самара, АртПринт; 2013, - 94 с.