

УДК 74

СОВРЕМЕННЫЙ ПЛАКАТ КАК ЧАСТЬ ВИЗУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Бокарева Ю.С., ст. преп., кафедра МСТ ХНУРЭ

Слепнёва Е.О., студент, кафедра МСТ ХНУРЭ

***Аннотация:** В данной работе рассмотрены знаковая специфика плаката, функции и задачи визуального языка. Выявлены некоторые тенденции развития плакатной графики на современном этапе.*

***Ключевые слова:** ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН; ПЛАКАТ; ВИЗУАЛЬНОЕ СООБЩЕНИЕ.*

В современном обществе с его развитой инфраструктурой, с первенством глобальных средств коммуникации традиционный плакат, как он сложился в конце XIX – первой половине XX в., подвергается значимой модификации.

При этом он сохраняет два своих основных компонента – эстетический и социальный. Они изменяют собственные формы в соответствии с изменением эстетических вкусов общества и введением новейших средств коммуникации, отображающих социальные перемены. Можно утверждать, что эстетическая сторона плаката все более подчиняется его общественной функции, конкретным прагматическим задачам, которые определяют организации-заказчики. В особенности хорошо данный процесс прослеживается в рекламном плакате.

В современном дизайне плакат принимается как «сведённое в конкретную визуальную формулу сообщение, предназначенное для выводов и определенных действий». Данная формула отображает установленный уровень графического дизайна и сообщает о предмете коммуникации.

К особенностям жанра можно отнести следующее: плакат должен быть заметен на расстоянии, быть понятным и отлично восприниматься зрителем. В плакате нередко употребляется художественная метафора, разномасштабные фигуры, изображение событий, происходящих в разное время и в различных местах, контурное обозначение предметов. Для текста принципиальным является шрифт, размещение, цвет. В плакатах употребляется также фотография в сочетании с рисунком и с живописью. Плакат стал неотъемлемой частью новейшего визуального пространства. Он активно формирует визуальные стандарты в рекламе, городской среде, социальной сфере [1].

Задача создателя плаката – показать не моменты реальной жизни, а ее всеобщие законы. Задача образов плаката – обобщение. Особенность плаката как искусства состоит в концентрированном донесении информации через образную сферу. От того, каким станет плакат, во многом зависят эстетические вкусы поколения, так как плакат – это тот вид искусства, с которым человек встречается ежедневно. Поэтому плакат относится к явлению эстетической повседневности, окружающей человека.

Целью данной работы является анализ современной плакатной графики как проявление сегодняшнего визуального языка [2-6].

Для большей эффективности воздействия плаката проводятся поиски новейших способов привлечения внимания. Сегодня они все чаще базируются на знании психологических механизмов восприятия информации, требуя от зрителя интеллектуальной деятельности, побуждая осознать и запомнить увиденное. Привлекая психологию к созданию плаката, современные авторы ненавязчиво, не напрямую создают условия для изменения настроения зрителя, вызывают необходимые впечатления, нужные для коммуникативного процесса. Главная идея плаката должна быть выражена очень ясно и доступно, так как время его непосредственного воздействия на зрителя ограничено. Результативность по срокам создания и процессам восприятия предъявляет особые требования к образному строю плаката и стилю его исполнения. Поэтому современный плакат начал тяготеть к простым и лаконичным художественным решениям. Авторы пользуются такими приемами, как ограничение глубины пространства, ограничения планов до одного-двух, минимально используют светотени, принимают локальные цвета, употребляют силуэтность изображения, простоту и резкость контура. Поэтому современные плакаты нередко содержат очень близкие и понятные знаки и символы, такие, как глаза, кисти рук, части тела, цветы, деревья, звезды, кресты и т.д. Достаточно часто в работах художников различных государств наблюдаются повторы, использование авторами определенных символов, знаков, фигур. Это еще раз говорит о «интернациональном характере единого информационного пространства» [3, с. 16].

Современные плакаты многофункциональны, они исполняют рекламную, агитационную, информационную, справочную функцию. С каждым годом возрастает объем работ, находящихся в виртуальной среде.

Современные плакаты разнообразны и по решению, как правило, они постоянно повышено эмоциональны и метафоричны. Авторы употребляют сочетание разных тонов, фактур, создавая многообразие, многослойность (полифонию) изобразительного плана.

Новейшие формы развития плаката обусловлены развитием современной коммуникации: в данный момент плакат имеет возможность взаимодействовать с видео- и медиа-объектами, интерактивными акциями. Трансформируясь через медианосители, плакат изменяется, становясь новым по форме, интерактивным.

Синтезируя новейшие способности графики, применяя фотографию, типографику, новые технологии, формируются интерактивные плакаты. Создается пространственная среда, в которой скрыто большинство поверхностной информации.

Одной из вех развития современного плаката считается технология дополненной реальности [4]. Плакаты с технологией дополненной реальности используют в афишах кино или же театра. Зритель поднимает телефон к плакату и с помощью специальной программы может видеть рекламный клип данного кинофильма в телефоне. Используют данную технологию и в рекламе товаров: на

упаковках устанавливают не только QR-код, но и плакат с возможностью применения технологии дополненной реальности. Усиливая эмоциональное восприятие, плакат переходит в динамическое средство воспроизведения образа: анимацию, видео, в основе которых заложен единый с плакатом изобразительный принцип.

Сочетание плакатов с современными технологиями, такими как QR-код, анимация, позволяют утверждать, что современный плакат, благодаря расширению собственных функционально-морфологических рамок, считается перспективным объектом дизайнерских инноваций.

Внедрение закодированной информации, а конкретно QR-кодов, позволяет плакатам выйти на иной уровень информативности и интерактивности. Возникновение «отзыва» от плаката, возможности взаимодействия с ним, поднимает плакатное искусство на новый уровень развития и содействует удержанию его актуальности. QR-код помогает привлечь интерес, позволяя закодировать и получить еще больше информации.

Таким образом, современному плакату присущи общие веяния единого информационного поля: тенденция превращения однозначного сообщения в многозначное, тенденция использования знаковых конструкций, лишенных определенного смысла. Одной из ведущих тенденций развития визуального языка плаката может оказаться технология дополненной реальности. Возникновение «отзыва» от плаката, возможности взаимодействия с ним, переносит плакатное искусство на новый коммуникативный уровень развития. QR-код, позволяет выйти плакатам на другой уровень информативности.

Литература.

1. Гладун, О. Візуалізація інформації: інфографіка / О. Гладун // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – 2012. – № 4. – С. 11-14.
2. Гладун, О. К национальному вопросу в визуальном языке графического дизайна / О. Гладун // Строгановские чтения. Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. – 2010. – С. 196-199.
3. Калашнікова, О.А. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плаката) : автореф. дис. ... канд. мист. 17.00.07 / О.А. Калашнікова. – Х., 2011. – 20 с.
4. Гладун, О. Язык современного плаката: тенденции развития / О. Гладун // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологи. 2013. – С. 154-159.
5. Lyashenko, V. V., Matarneh, R., & Deineko, Z. V. (2016). Using the Properties of Wavelet Coefficients of Time Series for Image Analysis and Processing. *Journal of Computer Sciences and Applications*, 4(2), 27-34.
6. Lyashenko, V. V., Matarneh, R., Baranova, V., & Deineko, Z. V. (2016). Hurst Exponent as a Part of Wavelet Decomposition Coefficients to Measure Long-term Memory Time Series Based on Multiresolution Analysis. *American Journal of Systems and Software*, 4(2), 51-56.