

УДК 74

ШРИФТ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ПЛАКАТА

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

Шипова М., студент, кафедра МСТ, ХНУРЭ

Аннотация. В данной работе рассмотрен шрифтовой плакат как уникальное явление искусства, имеющее разнообразные современные формы и богатый потенциал развития в будущем.

Ключевые слова. ПЛАКАТ, ШРИФТ, ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, РЕКЛАМА, ШРИФТОВАЯ ГРАФИКА, АКЦЕНТ.

В настоящее время плакат является одним из основных видов графического дизайна. Чаще всего разнообразные виды плакатной графики можно заметить на улицах города и в основном это рекламный вид. Внимание потребителя обычно привлекает яркая качественная фотография или графический рисунок. Но существуют факторы, благодаря которым можно вызвать интерес у потребителя к плакату по средствам шрифтового дизайна. Конечно, это отдельный вид плакатной графики и на сегодняшний день с ним работают с меньшим интересом, это связано с большей трудоемкостью работы. Правильно подобрать гарнитуру и передать эмоцию и настроение только шрифтом и фоном намного сложнее, чем использовать фотографическое изображение товара.

Шрифтовой плакат – это явление искусства, возникающее на стыке жанров шрифта и плаката, уникальное благодаря скрытому в нём противоречию. Под плакатом, как таковым, принято понимать иллюстративную крупноформатную композицию агитационного или информационного содержания с минимумом текста (шрифта). Будучи шрифтовым, плакат как бы теряет одно из своих характерных качеств – иллюстративность.

Главная задача шрифтового плаката – заинтересовать потребителя. Такой вид графического дизайна открывает почти безграничные возможности для игры со шрифтами, в нем возможно реализовать практически все нестандартные идеи [1].

Целью данной работы является анализ современной плакатной графики с точки зрения композиционных особенностей.

Шрифтовой плакат лишен всякого украшения и зрительно воздействует на человека гармонической слаженностью всей композиции, характером рисунка букв, его органической связью с содержанием, цветовым строем, ритмом.

Работа над плакатом выдвигает следующие основные требования: согласованность всех элементов композиции, зависимость рисунка букв от содержания текста, ритм, стилевое единство шрифтов в плакате, акцентировка в шрифтовой композиции.

Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтом в плакате:

- четкость, ясность, простота графических форм;

- органическая связь рисунка букв с содержанием текста, образность шрифта;
- зависимость рисунка букв от техники их исполнения;
- ритм;
- цветовая гармония;
- стилевое единство шрифтов в плакате;
- смысловая акцентировка в шрифтовой композиции;
- целостность, композиционная слаженность всего построения.

Содержание текста, несомненно, важно, в плакатной графике, но первая задача – привлечь внимание зрителя. При этом если страдает удобочитаемость, это компенсируется визуальным восприятием, тем более, что сначала охватывается взглядом весь объем плаката, форма, и только потом прочитывается вся информация. Для того чтобы взгляд «зацепился» за плакат, типографическое воплощение слова и его смысл должны быть согласованы (рис. 1). Например, слово «красный» можно набрать красным цветом, можно переворачивать или переставлять местами буквы, менять кегль, применять другие визуальные эффекты.



Рисунок 1 – Современный плакат

Достоинством шрифтового плаката является нестандартное преподнесение той или иной информации в отличие от плаката, основанного на фотографии или графическом рисунке. Если акцент сделать на представлении текста в художественном виде, то плакат будет оригинальным, тем самым вызовет большой интерес к нему. С помощью шрифтового оформления можно создать рекламу динамического характера – рис. 2 [2]. Благодаря правильному дизайну, динамику текста можно передать с помощью работы с элементами типографики: кеглем, интерлиньяжем, линиями, кернингом или обводкой букв.

Шрифтовой плакат лишен всякого украшения и зрительно воздействует на человека гармонической слаженностью всей композиции, характером рисунка букв, его органической связью с содержанием, цветовым строем, ритмом.

Пространственные иллюзии в шрифтовых композициях [3] достигаются наложением одних надписей на другие или фоновых решений (рис. 3).



Рисунок 2 – Динамика в шрифтовых плакатах

Этот эффект может быть подкреплён цветом или тоном – то, что холоднее или ближе по тону к фону – может казаться дальше, то, что смотрится более контрастно, резко, окрашено в тёплый цвет – кажется ближе.

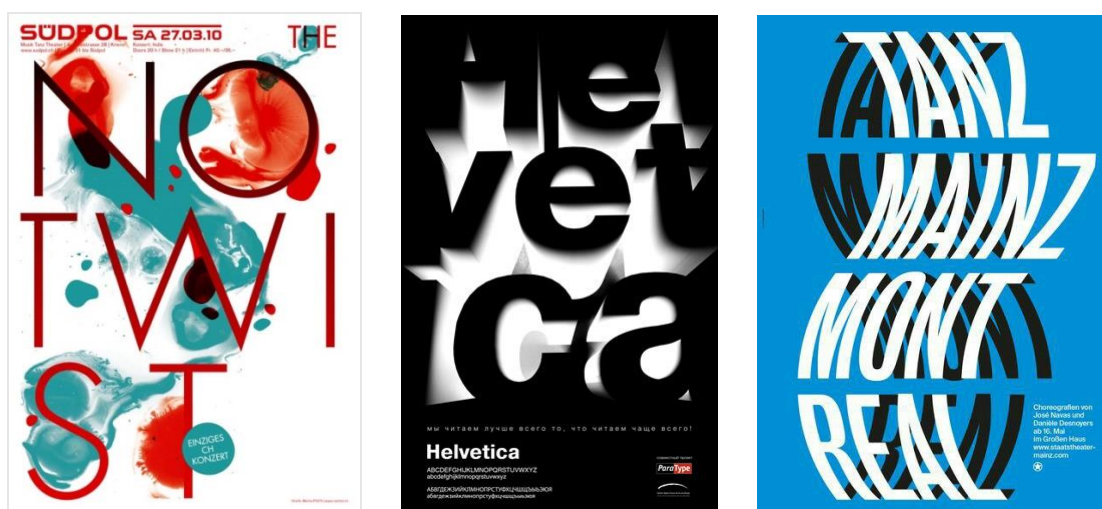


Рисунок 3 – Пространственные иллюзии в плакатах

У дизайнеров есть всего одна возможность привлечь внимание зрителя, поэтому плакат должен «цеплять». Добиться этого можно при помощи контрастных элементов. Особенно популярны сегодня в графических работах всевозможные графические акценты: такие знаковые элементы, как тире, стрелки, восклицательный или вопросительный знаки (рис. 4). Эти символы универсальны и многозначны. Они также по-своему озвучивают текст, заставляют прочесть его. С помощью графических акцентов и символов сразу выделяется основное в той или иной рекламе слово.

Любому хорошему плакату присущ некоторый эпатаж – это очень усиливает эмоциональный посыл. Так что выходить за рамки и использовать в плакате необычные решения необходимо для привлечения аудитории (рис. 5). Нарушая какие-то устоявшиеся правила, дизайнер привлекает внимание к плакату, а это как раз то, что нужно.



Рисунок 4 – Графические акценты в плакатах

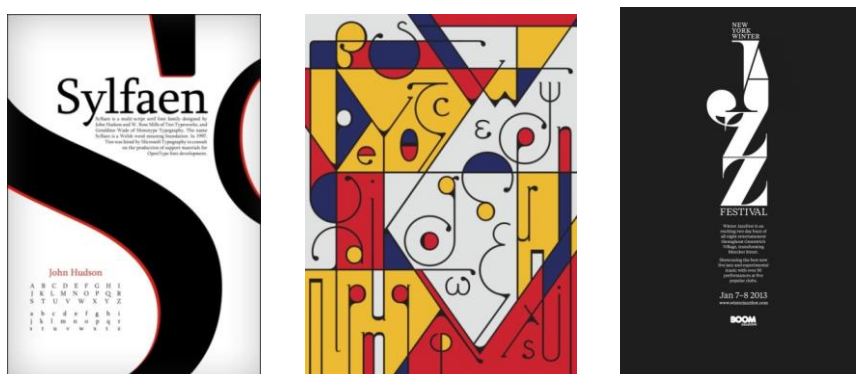


Рисунок 5 – Современный шрифтовой плакат

Таким образом, можно сказать, что шрифтовые плакаты могут быть не менее интересные, чем изобразительные или комбинированные плакаты. Применяя различные визуальные эффекты можно создать шрифтовой плакат, который будет выделяться своей оригинальностью и нестандартностью на фоне других. В зависимости от используемого шрифта можно создать динамику композиции или сделать акцент на определенном слове или фразе. Правильно подобранный шрифт четко может передать смысл или фактуру задуманного. В соответствии с требованиями времени и новыми технологиями, шрифты постоянно видоизменяются, тем самым позволяя автору создавать композиции, основой которых является именно шрифт.

Литература.

1. Глинтерник, Э.М. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы / Э.М. Глинтерник. – СПб: Петербургский институт печати, 2002. – 136 с.
2. Ньюарк, К. Что такое графический дизайн? / К. Ньюарк; пер. И.В. Павловой. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 256 с.
3. Шевченко, В.Я. Композиция плаката / В.Я. Шевченко. – Харьков: Колорит, 2004. – 123 с.
4. Бокарева, Ю. С., Дейнеко, Ж. В., & Черемський, Р. А. (2016). Інфографіка: сучасний засіб цифрового контенту. In Полиграфические, мультимедийные и web-технологии. Т1. Тез. докл. 1-й Международ. науч.-техн. конф.(16-20 мая 2016)/редкол.: ВФ Ткаченко, ИБ Чеботарева и др.–Харьков: ХНУРЭ, 2016.–208 с. (р. 140).