

Композиційні особливості у проектуванні плакату

Проаналізувавши сучасні тенденції в мистецтві плаката, можна виділити наступні художньо-композиційні особливості його проектування. Великим успіхом користуються плакати з одним домінуючим зображенням, яке обіймає 60-70% площі оголошення. Якщо на плакат потрібно помістити кілька картинок, можна виділити одну головну, а решту зробити більш дрібними і розташувати їх блоком. Ці цифри досить умовні, картинка може займати до 85% площі або бути зовсім маленькою. У цьому випадку головну роль в композиції відіграє поле листа. Образотворча частина плаката може бути реалістичною фотографією або мальованою - все визначається темою. Головними є вибір ідеї, стилю, народження образу плаката. Потім йде робота над самою композицією, в результаті якої потрібно досягти єдності, цілісності і підпорядкування всіх її елементів. На цьому етапі доводиться перебирати безліч варіантів розмірів і взаємного розташування тексту, заголовка, ілюстрації, фірмового блоку. Цю роботу зручно виконувати за комп'ютером.

Особливо потрібно звернути увагу на головний елемент, що привертає увагу, - заголовок. Він повинен бути коротким (краще, якщо він займає один рядок). Тема може розташовуватися в будь-якому місці плаката. Найчастіше заголовок займає 10-15 відсотків площі листа. Фірмовий знак може займати не більше 10-15% площі. Часто він розташовується внизу плаката, але можуть бути й інші варіанти. Дотримання традиційних прийомів дозволяє створити якісний твір, але не потрібно забувати, що несподівані рішення іноді дають набагато більш цікавий результат.

Специфічна мова сучасного плаката, як і плакатної графіки, направлена насамперед на вдосконалення комунікативних функцій. Прискорення життєвих процесів вимагає швидкого відгуку на нову інформацію, отже, і сприйматися вона повинна так само швидко, оскільки час її безпосереднього візуального контакту обмежений. Необхідність відповідати сучасним реаліям,

викликати інтерес до конкретної ідеї або інформації привела до інновацій в художньому рішенні, ще більшого тяжіння до простих і лаконічних рішень. Для досягнення необхідного ефекту автори користуються такими прийомами, як скорочення глибини простору, обмеження планів до одного-двох, використовують силуетність зображення, простоту і різкість контуру, мінімально використовують світлотіні, застосовують локальні кольору. Світла і тепла пляма частіше виступає на холодному тлі, зворотне зустрічається набагато рідше. У сучасній плакатній графіці активно застосовуються образотворчі метафори, загальнозрозумілі символи, зіставлення різномасштабних зображень, узагальнення форми предметів. У композиційному рішенні листа обов'язково присутній контраст між прийомами, які підкреслюють площину, конкретну і абстрактну. Графічні дизайнери все частіше використовують різні точки зору, масштаби, пряму демонстрацію факту поруч з символами, асоціаціями, аналогами. У плакаті не використовують надмірну пластичність, ілюзію глибини, а вважають за краще узагальнену композицію, кілька широких кольорових площин, підкреслений контур. Актуальним на сьогоднішній день стало застосування геометричних плашок, використання типографіки, символічні позначення, поєднання різних масштабів, узагальнення зображення, відмова від другорядних деталей. Часто графічні дизайнери застосовують рукописні шрифти, каліграфію. Леттерінг стає все більш популярним. Леттерінг - це графічний малюнок, накреслення слів і знаків, які становлять певну стильову шрифтову композицію, також можуть використовуватися і інші мальовані елементи. Функція сучасного плаката не тільки в оголошенні і демонстрації чогось, сьогодні він, перш за все, переконує, вражає, приковує, надає майже гіпнотичний вплив. Художня мова графічної подачі є складною багаторівневою художньої конструкцією, завжди зверненою до глядача, вона використовує мову візуальної комунікації, не терпить багатослівності, здатна бути навіть агресивною, тобто зачіпати емоційно і візуально, взаємодіє з глядачем шляхом одночасного розглядання і читання.

Сьогодні все частіше використовують психологічні прийоми сприйняття інформації, вимагаючи від глядача інтелектуальної діяльності, спонукаючи осмислити і запам'ятати побачене. Залучаючи сучасні технології спрямованого сприйняття навколишньої дійсності до створення плаката, дизайнери поволі створюють атмосферу для зміни настрою глядача, працюють більш цілеспрямовано, викликаючи необхідні емоції для включення в двосторонній комунікативний процес. Безумовно, ці прийоми при всій їх універсальності не можуть застосовуватися механічно, вони змінюються в залежності від місця і практичної мети плаката. Кожен плакат пред'являє до дизайнера свої особливі вимоги, будь то плакат невеликого формату для малої поверхні, або величезний - на зовнішній стіні будівлі, або ж, призначений для внутрішнього приміщення.

Плакат створюється, насамперед, для публіки, встановлюється в середовищі, одночасно його бачить безліч людей, і вихід в медіапростір значно розширює простір комунікації. Функціонально і традиційний, і інтерактивний плакати, веб-банери прагнуть до одного: бути естетично виразними, зрозумілими, комунікувати, спонукати до дії. Розвиток дизайну, безумовно, зачіпає і графічний дизайн, який повинен відповідати духу часу, бути актуальним, модним. Не можна не відзначити потужний вплив на художню мову сучасних графічних дизайнерів наявність якісного програмного забезпечення, яке сьогодні є запорукою високопрофесійної роботи і отримання якісної рекламної продукції. Унікальна можливість за допомогою комп'ютерних технологій і сучасної цифрової техніки реалізовувати свої ідеї швидше відкриває широкі простори для проектування плакатів. Навіть в світі мультимедійних технологій, плакат залишається одним з основних способів, що об'єднує різні види комунікації. Зберігаючи за собою головну функцію - донести для глядача потрібну інформацію, ідею, максимально ефективно, використовуючи мінімум засобів, продовжує існувати в цифровому та друкованому вигляді. Незмінними залишаються вимоги до цілісності композиції, наявність тексту, застосування лаконічних і композиційно

обумовлених кольорів. Плакатна графіка стає більш спрощеною, розрахованою, майже математично, на те щоб зачепити погляд людини за кілька секунд, адже стояти і розглядати інформацію у сучасного жителя мегаполісу просто немає часу. Новою особливістю в сучасному плакаті є перетворення однозначного повідомлення в багатозначне, вплив плаката на глядача методом психології, поява інтерактивних плакатів і технології доповненої реальності. Доповнена реальність переносить плакатне мистецтво на інший комунікативний рівень розвитку. Процес проектування та виконання подібного роду продукції є складним, що включає в себе ряд послідовних, взаємопов'язаних етапів.

Сучасний плакат вийшов за рамки друкованої продукції, дає широкі можливості інноваційного пошуку, чим обумовлюється високий комунікативний ефект. Головні ж вимоги до проектування плаката базуються на традиційній мові графічного плаката. Застосування цифрових технологій багато в чому спрощує процес втілення ідей і змінює сам підхід до проблем подачі візуальної інформації, але все ж не здатне цілком і повністю витіснити друкований плакат. Нові особливості утворення змісту і форми, оригінальність візуальних трактувань і креативність подачі у сучасному плакатному мистецтві, безсумнівно, будуть сприяти подальшому розвитку графічної культури і розширенню комунікативних можливостей плаката.