

В сучасному дизайні плакат воспринимается як:
«Свідоцтво в чіткій візуальній формулі повідомлення, призначене сучаснику для висновків і конкретних дій».

Плакат - це вид графічного мистецтва, назва якого походить від французьких слів placard - оголошення, афіша або plaquer - приклеювати.

Рекламний плакат з'явився в Європі у 2-й половині XIX століття на основі вже існуючих шрифтових об'явлень про театральні вистави та книготоргові оголошення.

Афіша (франц. affiche – оголошення чи afficher – виставляти на показ) збереглася до наших днів як вид рекламного оголошення про театральні вистави, концерти, лекції, спортивне змагання.

У технічному відношенні афіша - набірна шрифтова композиція, в якій вказується число, час та місце проведення будь-якого заходу.

Шрифти, що застосовуються для набору афіші, не відрізняються витонченістю, що є обов'язковим, що став афішною класикою, стилем. Композиція будується на рівномірному заповненні паперової площини великого формату, друк одноколірний або двоколірний на тонкому низькоякісному папері.

Все говорить про короткочасність афіші як носія рекламної інформації. Згодом в оформленні афіші, окрім наборного шрифту, з'являються додаткові графічні елементи, орнаменти та зображення.

На наступному етапі розвитку на перше місце за інформативністю та емоційним впливом на глядача виходить сюжетне зображення, і афіша переродилася в нову графічну форму - плакат.

У сучасному графічному дизайні плакат можна розділити на три основні види, кожен з яких має тільки йому властиві стильові особливості: образотворчий плакат, шрифтовий плакат і комерційний плакат.

Шрифтовий плакат у графічному дизайні завжди займав особливе, привілейоване становище. Це специфікою образотворчих засобів шрифтового плаката, коли шрифту відводиться головна роль емоційному впливі на глядача, й у його принципове на відміну афіші.

Афіша традиційно трактується як оголошення, інформація про театральний спектакль і у свідомості людини асоціюється саме з театром, де химерно переплітаються історія і сучасність.

У цій ситуації афіша за формою та змістом має бути нейтральною до різноманітності репертуару, при цьому вона повинна створювати зоровий образ самого театру, його атмосферу та традиції.

Плакат, на відміну афіші, повинен надавати емоційний вплив і якщо афіша інформує, то шрифтовий плакат рекламує.

Перша та найважливіша функція плаката привертати увагу і викликати інтерес у глядача. Ця функція передбачає знання споживчих суспільних груп.

Важливо враховувати навколишнє середовище, в якому функціонує плакат. Ці умови сприйняття плакатної інформації і диктують колірні прийоми побудови композиції.

У композиції шрифтового плаката допускається застосування змістовних образотворчих елементів, але вони повинні сприйматися на другому, третьому планах.

Відрізнити шрифтовий плакат, у композиції якого присутні образотворчі графічні елементи, від плаката образотворчого можна за наступним принципом, якщо при погляді на плакат ви

насамперед звертаєте увагу на шрифт - це шрифтовий плакат, якщо на зображення - плакат образотворчий.

При проектуванні композиції шрифтового плаката дизайнер вирішує технічні, естетичні та емоційно-психологічні питання, поставлені концепцією проекту.

Творчий пошук, відчуття міри, висока вимогливість до себе та розвинений художній смак дозволяють дизайнеру створювати високохудожні плакатні форми.

Плакат повинен відповідати певним вимогам:

- максимально активний вплив на почуття людини у процесі короткочасного зорового сприйняття;
- майстерне композиційне рішення;
- розстановка точних смислових акцентів;
- образна виразність та облік вимог естетики;
- грамотне колірне рішення.