

У сучасному дизайні плакат сприймається як:
«Зведене в чітку візуальну формулу повідомлення, призначене сучаснику для висновків та конкретних дій».

Шрифтовий плакат

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

Рекламний плакат виник в Європі в 2-ій половині XIX століття на основі вже існуючих шрифтових об'явищ про театральні спектаклі і книготоргових оголошень.

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

Це пояснюється специфікою образотворчих засобів шрифтового плакату, коли шрифту відводиться головна роль в емоційній дії на глядача, і в цьому його принципова відмінність від афіші.

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

Шрифтовий плакат, як правило, рекламує інформацію для вузького кола фахівців та професіоналів у галузі дизайну, науки, культури.

Перша і найважливіша функція плакату привертати увагу та викликати інтерес у глядача. Ця функція припускає знання споживчих громадських груп.

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

Шрифтовий плакат повинен відповідати певним вимогам:

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









