

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ДИЗАЙНА СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА УКРАИНЫ

Антонина ДУБРИВНА¹,
Юлия РУССОЛ^{2*}

¹КНУТД, факультет дизайна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры рисунка и живописи, Киев, Украина

²КНУТД, факультет дизайна, кафедра рисунка и живописи, группа БДР4-17, Киев, Украина

*Автор корреспонденции: Руссол, Юлия, julchenkrasova@gmail.com

Аннотация. *Исследуется плакат как разновидность графического дизайна и визуально-пластического языка. Проанализировано развитие рекламного дизайна в Украине и за ее пределами, что способствовало определению основных технологий создания плаката. В работе углублённо рассматриваются основные исторические этапы и периоды создания национальной рекламы, что даёт понимание в использовании новейших методов проектирования в дизайне современного плаката Украины. Проанализированы основные приёмы и решения в работе с плакатным дизайном. Выявлены основные правила информационного и визуального наполнения плаката, его задачи, важность идеи и способы её изображения.*

Ключевые слова: *графический дизайн, национальная реклама, визуально-пластический язык, проектирование, серия плакатов, современные методы.*

Вступление

Вопрос актуальных тенденций дизайна в Украине является одним из важнейших факторов в создании современной рекламы. Поэтому этот вопрос требует определённого прогресса и выработки новой методики создания любых видов рекламы. Из всех её видов мы рассмотрим именно плакаты, их развитие в Украине и других странах мира. Истоки и особенности развития украинского плаката исследовали: М. Яковлев, А. Храмова-Баранова, О. Лагутенко, М. Станкевич, Н. Сбитнева, А. Северина.

Постановка задачи

Целью исследования является рассмотрение периодизации развития плаката в Украине и других странах мира, выявление основных новейших методов проектирования плаката, проведение анализа приведённых технологий и создание собственной серии плакатов.

Результаты исследования

История развития визуально-пластического языка в сознании человека и общества в целом – это то, что охватывает все времена нашего существования. Начиная с древних времён и продолжая настоящим, наше восприятие и воспроизведение окружающего мира через изображение, их оформление и представление перед другими проходит миллионы путей трансформации и предстаёт перед нами в совершенно разнообразных видах. Плакат – один из интересных видов этого визуального языка-графики. Иногда создание плаката может быть очень трудоёмким, ведь нужно донести идею, используя минимум средств. Украинский плакат, как целостное художественное явление на современном этапе, ещё не стал предметом исследования ни с позиций изобразительного искусства, ни с позиций рекламы. Определяя, что «одним из самых распространённых вариантов графического дизайна стал плакат» [1, с. 132], мы выстраиваем собственную систему развития украинского графического дизайна. Принимая во внимание его информационную,

композиционную, образную составляющие и учитывая его современные виртуальные трансформации, изучение плаката происходит в области общей культуры.

Плакат также выступает как принципиально инновационное явление, поэтому можно говорить о его национальной принадлежности. Данная реминисценция является весьма важной для нашего исследования, поскольку определение «Украинский плакат» и «плакат Украины» не являются тождественными. По мнению учёных, термины «Украинский плакат», «польский плакат», «иранский плакат» и другие, означают существование целостного явления, соответственно, «плакат Украины», как и «плакат в Украине», больше указывает на существование данного вида искусства в конкретной стране. А. Лагутенко рассматривает украинский плакат как синтез разных жанров, форм, стилей и художественных направлений [2, с. 29]. Для чёткости терминологического аппарата также стоит отметить, что в современных научных исследованиях знаковые, визуально-коммуникативные системы, начиная со времён палеолита, называют графическим дизайном. Так, Н. Сбитнева, выстраивая собственную концепцию развития графического дизайна, указывает: «история графического дизайна может изучаться на основе нескольких различных концепций: с точки зрения выдающихся личностей, которые, как известно, творят историю, с позиции фактов, значимых событий, фиксирующие важнейшие моменты исторического процесса» [3, с. 6].

Если говорить о технологиях, а именно о приёмах, используемых в современном плакате, то в отличие от художников монументального или декоративно-прикладного искусства, художники-рекламисты должны разбираться в тонкостях потребительской психологии.

Итак, первый шаг – выбор идеи, рождение образа плаката. Затем идёт работа над композицией, в результате которой нужно достичь единства, целостности и подчинение всех её элементов. На этом этапе приходится перебирать множество вариантов размеров и взаимного расположения текста, заголовка, иллюстрации.

Проанализировав современные тенденции в искусстве плаката, можно выделить следующие закономерности. Большим успехом пользуются плакаты с одним доминирующим изображением, которое занимает 60-70% площади объявления. Эти цифры весьма условны, картинка может занимать до 85% площади или быть совсем маленькой. В этом случае главную роль в композиции играет поле листа. Изобразительная часть плаката может быть реалистичной фотографией или рисунком - всё определяется темой.

Следующий элемент, привлекающий внимание – заголовок. Он должен быть коротким и ёмким. Чаще всего заголовок занимает 10-15 процентов площади листа.

Соблюдение традиционных приёмов позволяет создать качественное произведение, но не нужно забывать, что неожиданные решения иногда дают гораздо более интересный результат. В контексте нашего исследования выделим актуальные новые методы проектирования в дизайне плаката, которые будут способствовать развитию современных форм в графическом проектировании плакатов в Украине.

Прежде всего, плакат не должен содержать слишком много информации. В некоторых ситуациях более разумно использовать только графику, а в других – небольшое количество текста. Вместе с этим плакат должен быть информативным. Люди должны мгновенно считывать сообщение – и задача дизайнера состоит в том, чтобы представить идею плаката в максимально понятной форме. И совсем не важно, какими средствами это будет сделано – главное, чтобы люди сразу же понимали, что им хотят сообщить.

Внешний вид плаката является важнейшим аспектом. Люди ценят визуально приятные вещи, но им нравятся и творческие работы. Эстетический плакат, украшающий уличный пейзаж, несомненно, будет интересовать случайного прохожего. К тому же, гениальный плакат не только заинтересует, но и заставит искать дополнительную информацию о событии. Поэтому нужно делать сообщение простым и понятным получателю.

У дизайнеров есть всего одна возможность привлечь внимание зрителя. Добиться этого можно с помощью контрастных элементов. Чем резче текст или иллюстрация отличается от фона - тем заметнее плакат. Приступая к дизайну, нужно в первую очередь определиться с контрастом элементов и постоянно проверять его во время работы. Если дизайнер работает над цветным плакатом, нужно периодически проверять, как он выглядит в оттенках серого – контраст основных элементов должен быть хорошо заметен и в этом режиме.

Если в плакате используется изображение, то оно должно занимать доминирующую позицию, так же, как и в случае с текстом. Изображение должно быть хорошо заметно издали, при этом очень важно позаботиться об узнаваемости образа. Сильно усложнять визуальный ряд не стоит – нужно использовать столько элементов, сколько нужно, чтобы донести основную идею.

Подчеркнём, что плакат – это именно тот жанр, где можно смело экспериментировать с типографикой. Некоторые из самых известных плакатов сделаны без использования иллюстраций и графических элементов, и при этом отлично выражают идею. Использование качественной типографики придаст плакату индивидуальности – главное, чтобы дизайнер не перестарался. Не стоит использовать 10 шрифтов в одном плакате. Лучше уделить внимание визуальной иерархии и использованию негативного пространства. Буквы сами по себе несут определённый посыл и правильное понимание принципов типографики позволит дизайнерам создавать эмоционально наполненные плакаты.

Выводы

Итак, исходя из вышеизложенного можно сделать вывод: чтобы стать не только эстетически привлекательным, но и донести основную идею, плакатный дизайн не должен быть сильно затруднён большим количеством шрифтов или разнообразным визуальным рядом - в современности нужно использовать ограниченное количество главных элементов. Сформированные в исследовании методы будут способствовать развитию, учитывая общие условия и технологические инновации графического дизайна в Украине.

Литература

1. ХРАМОВАЯ-БАРАНОВА, О.Л. *«Некоторые страницы истории развития графического дизайна в Украине в XX в. и его периодизация»*.
2. ЛАГУТЕНКО, О.А. *Украинская графика первой трети XX века: тенденции и национальные особенности развития: нац. акад. изобраз. искуств. и арх.* Киев, 2008. 38 с.
3. СБИТНЕВА, Н.Ф. *История графического дизайна: учебное пособие.* гос. акад. дизайна и искусств. Харьков: 2014.