

ПЛАКАТ

Как сделать плакат



- Очень часто в просветительской работе нам всем не хватает ярких графических работ, которые и привлекают внимание к проблеме, и заставляют людей задуматься.

Что такое плакат?

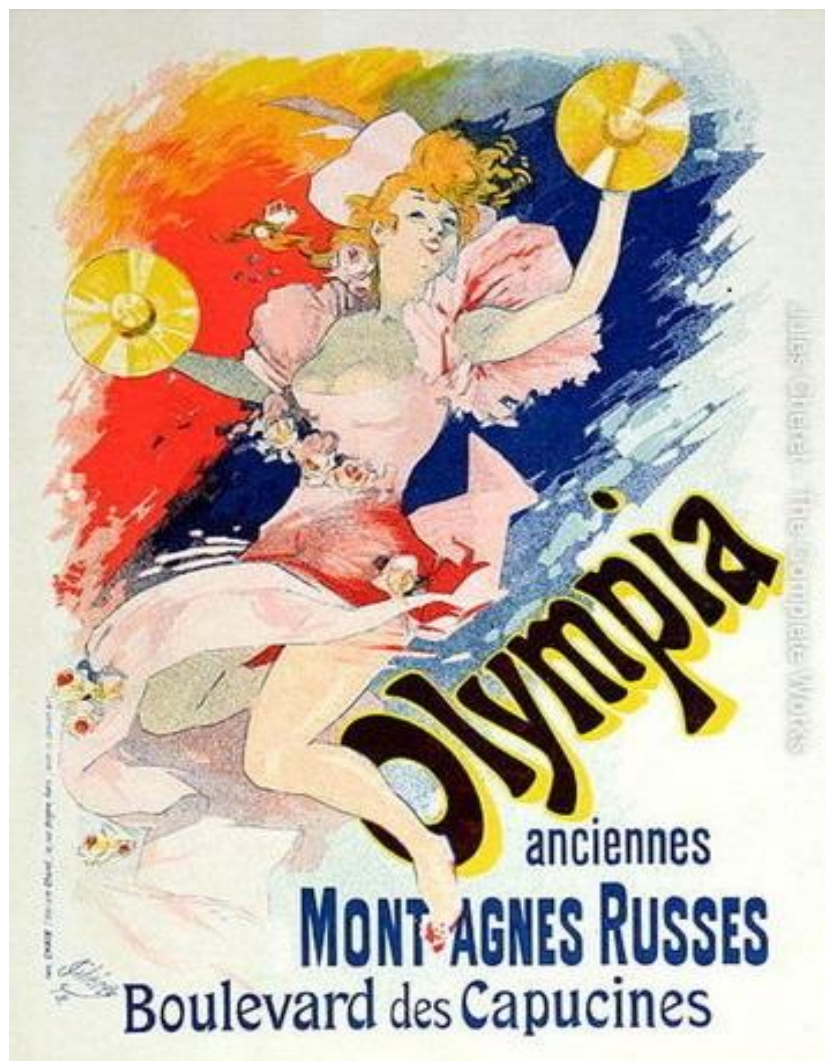
Плака́т — объявление, афиша, налепить, приклеивать — броское, как правило, крупноформатное изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях.

В современном дизайне плакат воспринимается как «сведённое в чёткую визуальную формулу сообщение, предназначенное современнику для выводов и конкретных действий». Данная формула отражает определённый уровень графического дизайна и информирует о предмете коммуникации.

История плаката

- Считается, что плакат возник в результате эволюции от шрифтовых театральные афиш и объявлений, на которых всё большее место занимали орнамент и фигурные изображения в Западной Европе во второй половине XIX века.
- Несмотря на то что первые «следы» плакатов встречаются еще в Древнем Египте (изображения с информацией о сбежавших рабах), отцом плаката все же принято называть художника **Жюль Шере**. Француз, по мнению многих, — художник относительно небольшого дарования, что, однако, не помешало ему стать создателем нового жанра. В 1866 году он открыл мастерскую по изготовлению литографических картин, что и стало началом плаката.

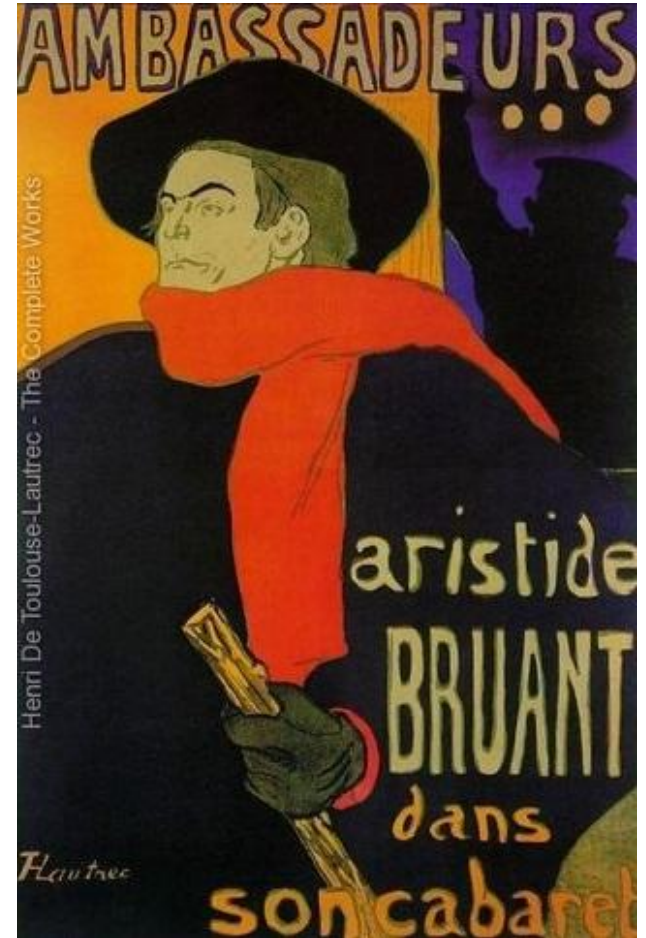
Жюль Шере



- До второй половины XIX века плакатом называли иногда крупные гравюры, выполнявшие агитационную роль (например, «летучие листки» периода Крестьянской войны и Реформации в Германии (XVI век) (их также относят к жанру лубка).
- Рост популярности плаката связан с увеличением общественно-политической и культурной жизни (развитие зрелищных учреждений, увеличение количества промышленных и художественных выставок, с появлением митингов и манифестаций). Тогда плакаты создавались вручную или методом литографии.

- В большинстве плакатов этого времени в основном используется большое количество орнаментально-декоративных композиций (стиль модерн), за исключением работ французского художника А.Тулуз-Лотрека. В течение этого времени наблюдается постепенный переход от книжно-журнальной графики в стиле модерн и натуралистически-картинного стиля к стилю станковой картины.

Другой француз, Анри де Тулуз-Лотрек, поднял плакат до уровня высокого искусства.



Советский плакат

- Настоящий расцвет плаката наступил в СССР. Советский плакат — яркий пример социальных постеров XX века.
- Плакатным искусством занимались все: от начинающих рекламщиков до поэтов и писателей. А работы поэтов-футуристов можно смело относить к шедеврам. Например, плакаты Вл. Маяковского.
- Плакаты времен войн и революций поражают своей политической прямотой и идеологичностью. В сложные для страны времена газеты выпускались не очень часто — их заменяли плакаты.
- Советский социальный агитационный плакат — это понятная широким массам картинка и короткий энергичный текст.



171. Родченко А., Маяковский В.
 Самый деловой, аккуратный самый... 1923



174. Родченко А.
Ленгиз. Книги по всем отраслям знания. 1925



170. Родченко А., Маяковский В.
Читайте журнал «Молодая гвардия»... 1924



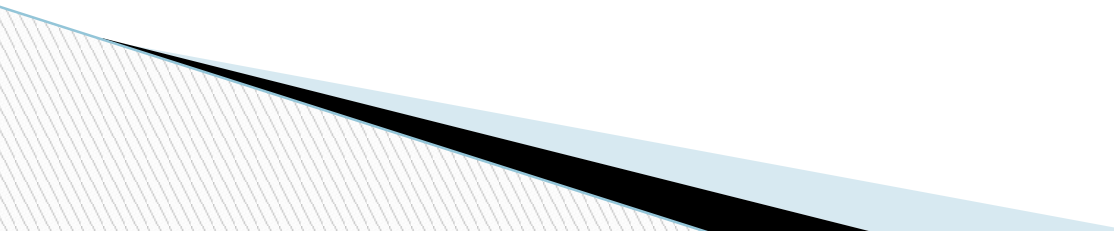
315. Ватопина Н., Денисов Н.
Не болтай! 1941

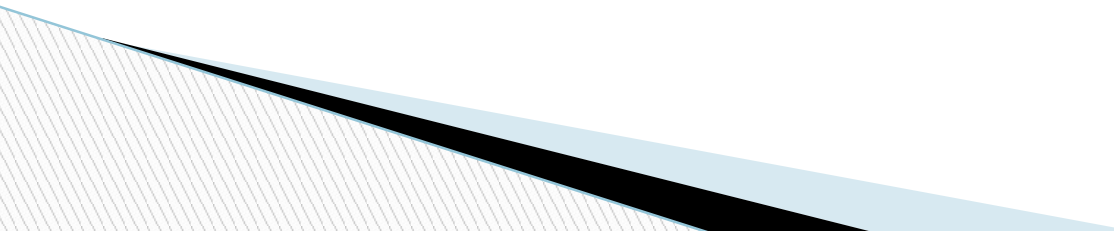


329. Голубь П.
Не болтай у телефона!.. 1951

- Русские конструктивисты, «пионеры советского дизайна», оказали колоссальное влияние на развитие мирового дизайна в XX веке. Большинство ведущих европейских дизайнеров считают своими учителями Владимира Татлина, Александра Родченко и Эля Лисицкого.
- Однако для отечественных дизайнеров они так и не стали учителями. Авангард 20-х годов остался совершенно неизвестен в своей собственной стране. Заочными учителями отечественных дизайнеров стали Эмиль Рудер, Йоханес Иттен. Русский авангард вернулся к нам с Запада в обратном переводе. Реклама повторяет достижения художественного авангарда с опозданием в несколько десятков лет.

Отличия рекламы от «чистого искусства»

- ▣ Отличие любой рекламы заключается в связи с массовостью аудиторий и, следовательно, в простоте:
 - ▣ восприятие произведения искусства требует подготовленности зрителя, эрудиции и интеллектуального напряжения;
 - ▣ в восприятии рекламы это напряжение должно быть сведено к минимуму. Главное, чтобы яркий образ быстро воспринимался, понимался и побуждал к конкретному действию. Это диктует необходимость обращения в рекламе к проверенным средствам воздействия на зрителя. Реклама – это искусство убеждения и вовлечения.
- 

- Для художника на первом плане является самовыражение, он руководствуется «чувством прекрасного» в поиске новых образов и форм.
 - При создании рекламы невозможно использовать неизвестные образы, ведь все новое не может пользоваться массовым спросом. Поэтому приходится прибегать к общедоступным образам, знакомым всем. Только тогда возникает понимание и восприятие информации.
 - Реклама обречена всегда оставаться «пасынком» искусства именно в силу необходимости решать практические задачи, отказываясь при этом от просветительских функций искусства.
- 

Как сделать рекламный плакат?

- Плакат, как и любой рекламный продукт, должен привлекать внимание. Поэтому очень важно сделать его привлекательным.
- К особенностям жанра можно отнести следующее: плакат должен быть виден на расстоянии, быть понятным и хорошо восприниматься зрителем. В плакате часто используется художественная метафора, разномасштабные фигуры, изображение событий, происходящих в разное время и в разных местах, контурное обозначение предметов. Для текста важным является шрифт, расположение, цвет. В плакатах используется также фотография в сочетании с рисунком и с живописью.

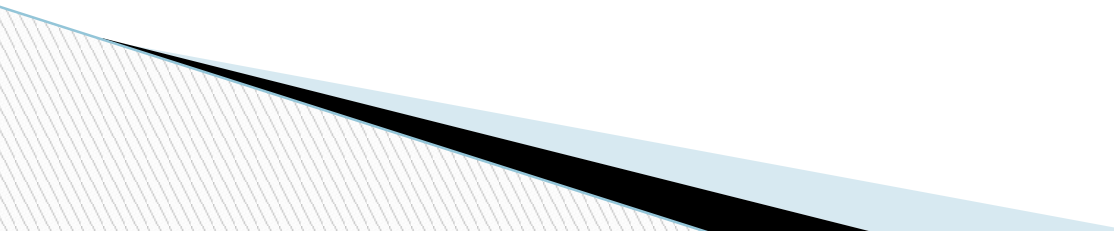
Яркий образ — ай-стоппер.

- Главная задача — привлечь внимание, вызвать любопытство. В качестве ай-стопера может выступать нестандартный образ или яркая картинка.
- Используйте одно изображение и не забывайте, что плакат будет большого размера, так что и картинка должны быть с хорошим разрешением!
- Упрощайте. Плакаты должны моментально привлекать внимание и быстро рассказывать основную идею.

Заголовок или слоган

- Заголовок не обязателен, но в большинстве случаев он не помешает. Как и картинка, он должен привлекать внимание, а значит — читаться на расстоянии.
- В качестве заголовка может выступать призыв к действию, название рекламной акции, название продукта, сообщение о распродаже.

Текст

- Чем меньше текста, тем лучше. Шрифт должен быть крупным.
 - Текст должен быть максимально легким и удобным для чтения.
 - Используйте не более двух шрифтов: один — для основного текста, второй — для заголовка.
 - Избегайте двусмысленности. Не все могут сразу понять вашу игру и правильно отреагировать. Если вы не уверены на 100%, лучше не использовать неоднозначные образы и тексты.
- 

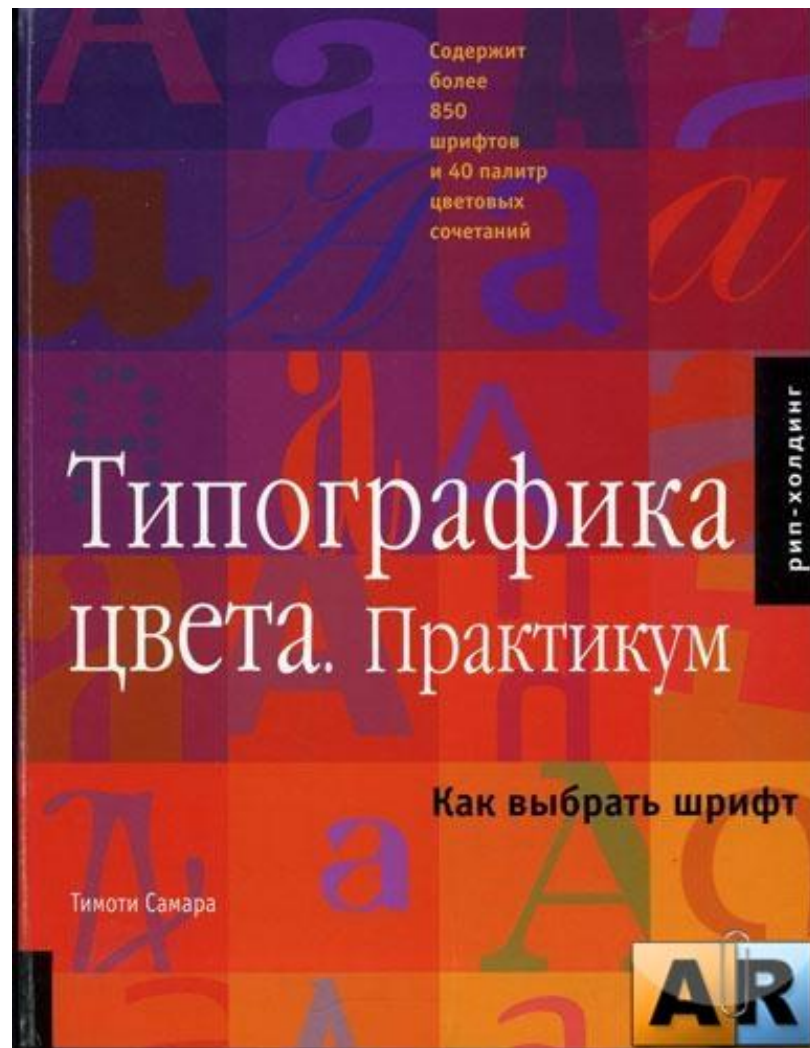
Цвет

- Используйте возможности цвета. Чем ярче реклама, тем лучше. Но в умеренном количестве.
- Выбирайте яркие, контрастные цвета. Контрастирующие оттенки лучше сочетаются и помогают легче читать плакат.
- Цвет должен быть «убедительным». При выборе цвета используйте знания по семиотике цвета, психологии восприятия разных цветов и их сочетаний

- Для тех, кто уделяет большое внимание цвету. Новинка рынка книг — исследование французского медиевиста Мишеля Пастуро об истории синего цвета в западной культуре. Должно быть очень интересно.



- Еще один замечательный автор – Тимоти Самара, американский дизайнер и автор ряда книг, в том числе «Типографика цвета. Практикум.», где вы найдете простые и понятные рекомендации по сочетанию цветов и шрифтов.



Спокойный цвет

Оттенки с короткой длиной волны – синие, сине-фиолетовые, сине-зеленые – легко воспринимаются глазом и не требуют много энергии для восприятия человеком, что выражается в физиологическом ответе организма – процесс метаболизма замедляется.

Увеличивая процент белого и уменьшая яркость этого узкого спектра, т.е. изменяя оптическую плотность и насыщенность, мы получаем частичную палитру холодных, мягких, но не слишком «освежающих» оттенков. Теплые нейтральные цвета с оптической плотностью от средней до легкой ассоциируются с комфортом и безопасностью, особенно если оттенки отходят от красно-желтой гаммы и приближаются к коричневой. Особенно расслабляющими являются светлые теплые оттенки серого, которые несут дополнительное ощущение неопределенной нейтральности, граничащей с задумчивостью. При использовании комбинации цветов необходимо выдерживать сходную оптическую плотность оттенков – тогда их края будут казаться смягченными и ощущение безмятежности сохранится. Если эти цвета еще и близкие, а не противоположные, или близкого оттенка, активность их взаимодействия так же будет снижена.

>
28 C
13 M
0 Y
0 K

>
10 C
22 M
5 Y
0 K

>
43 C
0 M
10 Y
0 K

>
82 C
48 M
0 Y
0 K

>
6 C
13 M
0 Y
14 K



AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYy
Zz0123456789!@#%&*(){}:;“”

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

D. T
ITC Bookman® Light
Serif | Moderate Contrast |
Slightly Extended |
Linotype Library GmbH
www.linotype.com
info@linotype.com
+49 (0) 6172 484.418

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYy
Zz0123456789!@#%* : ; ”

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

D. T
JY Raj
Stylized Sans Serif | Slightly
Extended | Medium Weight |
JY&A Fonts Distributor
www.jyanet.com/fonts

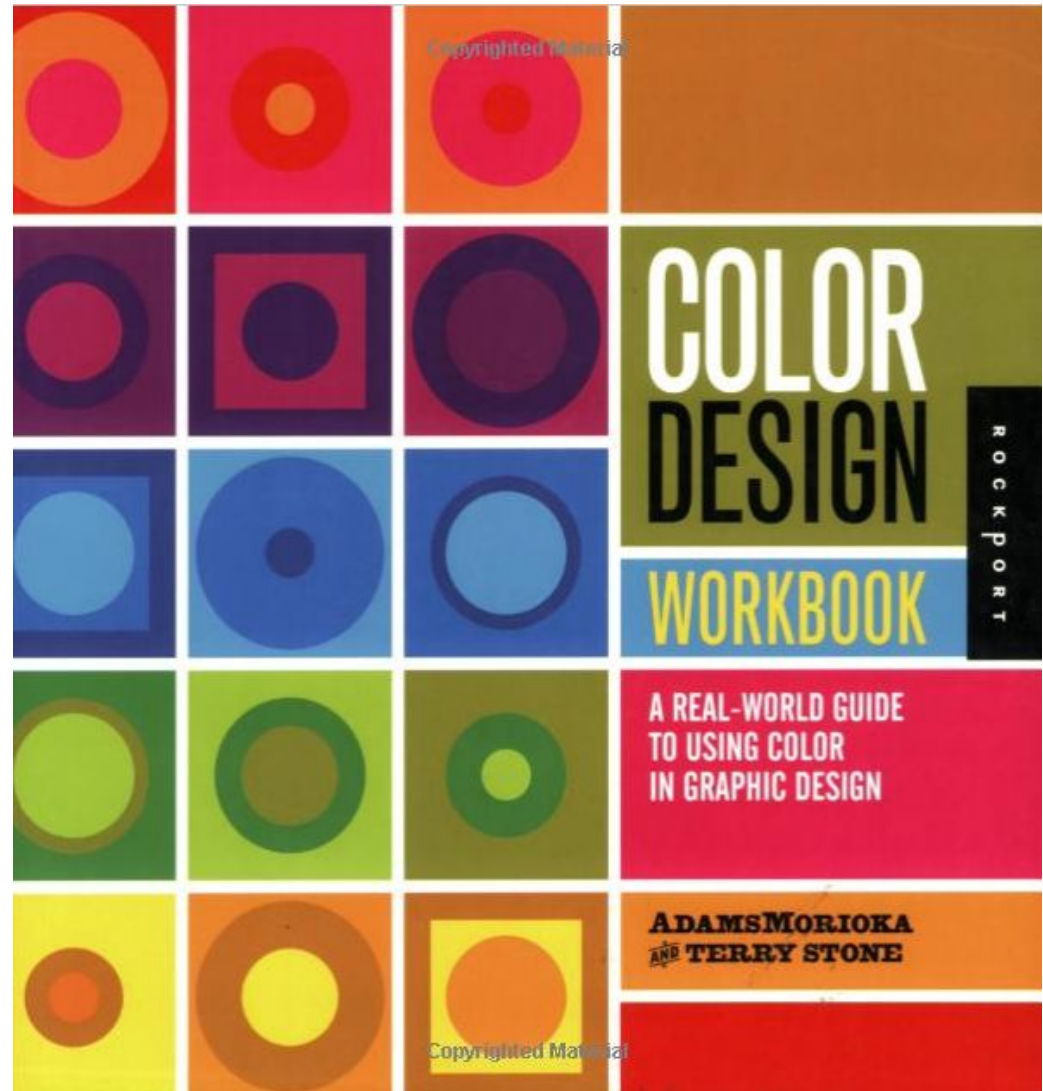
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz01
23456789!@#%&*(){}:;“”

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

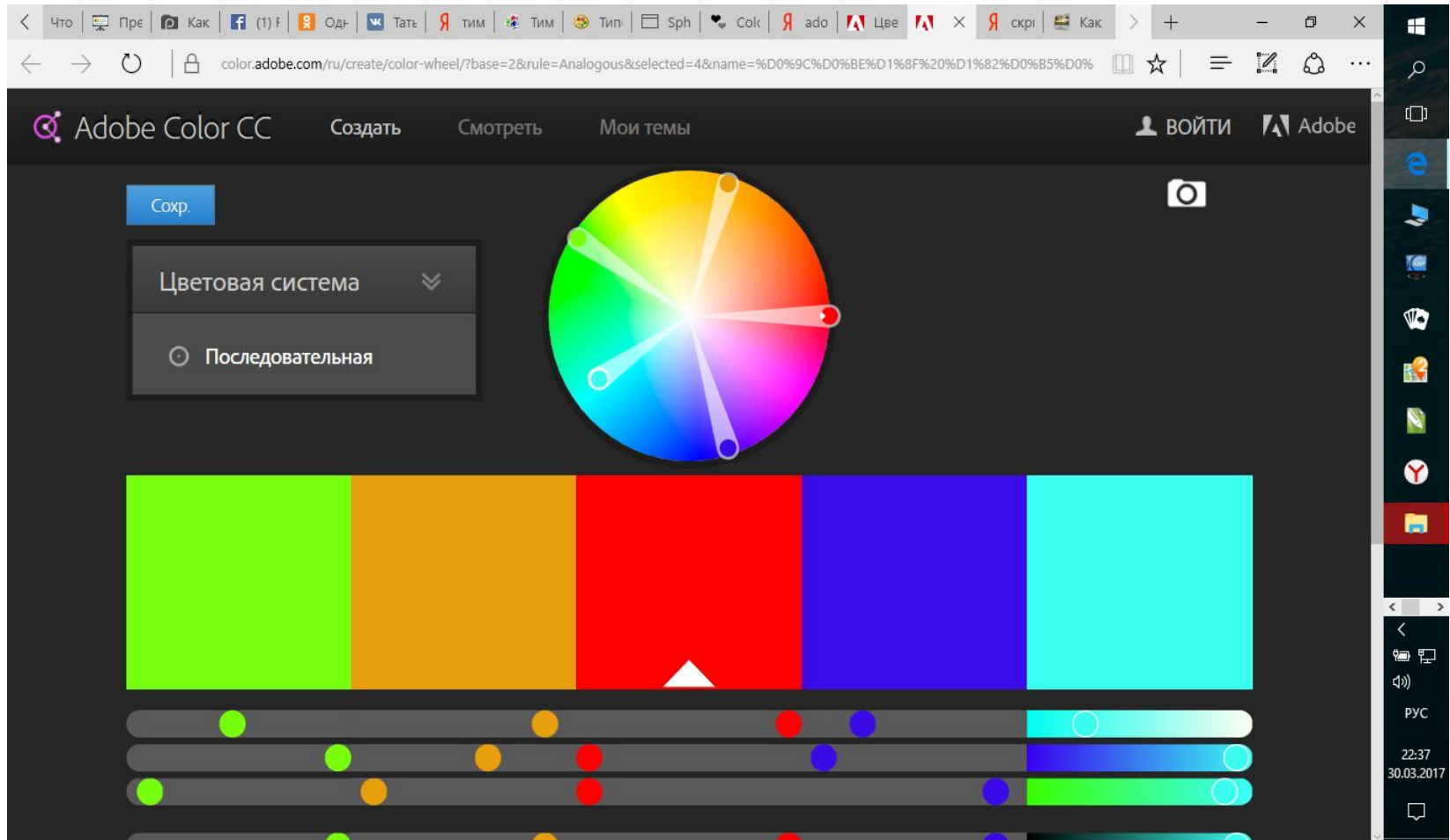
D. T
Cisalpin® Std Regular
Sans Serif | Medium Weight |
Large x-Height |
Abrupt Ter
Linotype
www.lin
info@lin
+49 (0)



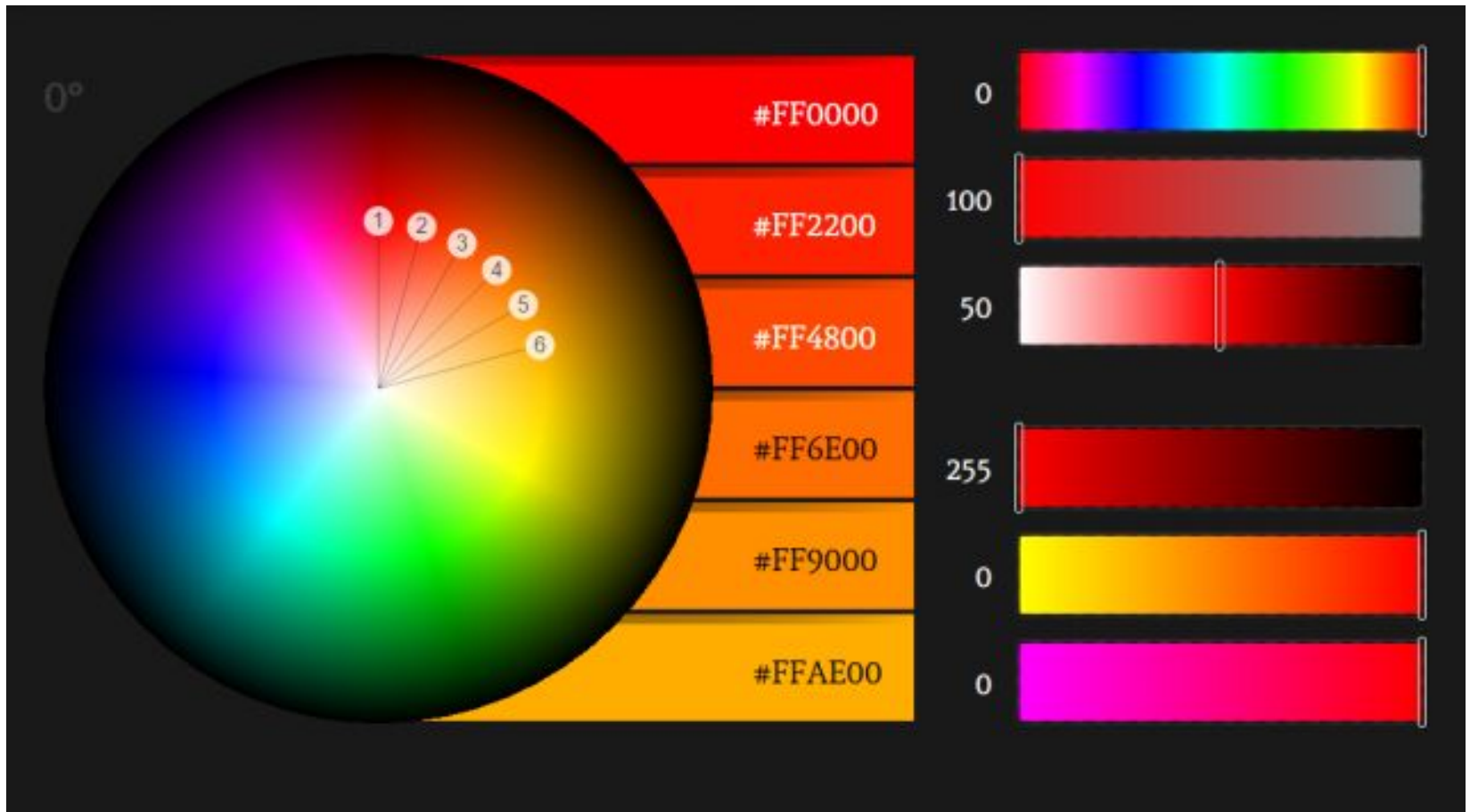
- Для тех, кто свободно владеет английским языком, — отличная книга по использованию цвета в дизайне.



WEB-ресурсы









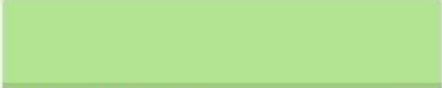








www.color.adobe.com



www.galactic.ink/sphere

www.colourlovers.com

PALETTES +	PATTERNS +	COLORS +
 <p>cambodia 1 by anthonymerciar 0</p>	 <p>Buy Lumigan Acc by gamixa 0</p>	 <p>Discount Zebeta Or I by KatherineM 0</p>
 <p>Misty View by Trixsta T 0</p>	 <p>Buy Combigan Wi by gamixa 0</p>	 <p>Активити Бук 7 класс by пресакмачпо 0</p>
 <p>Youtube Network by gauqe 1</p>	 <p>Buy Glucophage by gamixa 0</p>	 <p>Diktat 2 klasse grun by nonlaivingfrac 0</p>
 <p>Builders Cleans by alvabrinweb 0</p>	 <p>No prior prescr by gamixa 0</p>	 <p>Математика 6 класс в by karsgenciorew 0</p>
 <p>Rich Hues by Trixsta T 0</p> <p>View More ></p>	 <p>Buy Valtrex Onl by gamixa 0</p> <p>View More ></p>	 <p>Решебник по английск by lasynloocen 0</p> <p>View More ></p>
SHAPES		

Где взять изображения для плаката?

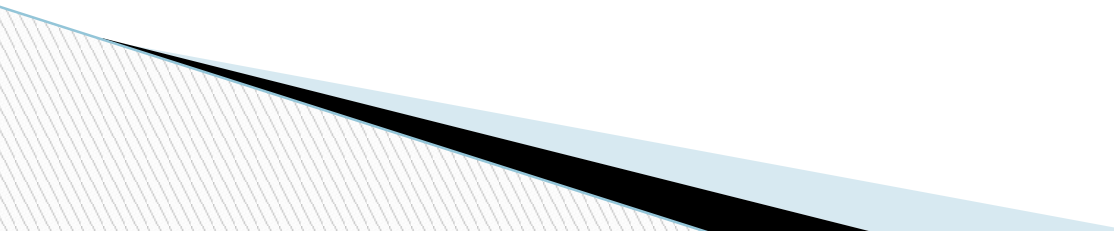
- ▣ Нарисовать самому. Если вы не хотите использовать существующие в доступе изображения, чтобы ваши картинки использовал в работе кто-то еще, создавайте их сами!
- ▣ Можно использовать графический планшет, Adobe Illustrator, Photoshop или другие инструменты для создания изображений.

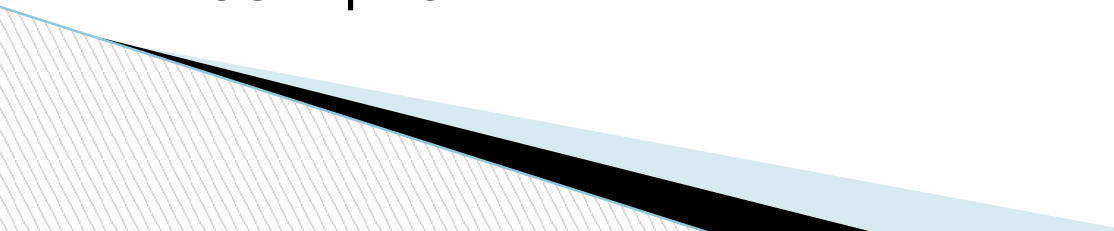
- Скачать в свободном доступе. Существует достаточное количество ресурсов с бесплатными картинками. Тот же [Flickr](#). Но опасность в том, что тысячи таких же авторов как вы могут искать изображения на этих ресурсах. К тому же не все фотографии можно использовать в рекламе, в первую очередь потому, что никто из людей на фотографиях не подписывал релиз модели.
- Купить на стоке. Оптимальный вариант — купить изображение в фотобанке.

Конструкторы плаката

- Если постараться, плакат вполне можно сделать самому, даже не прибегая к помощи дизайнеров. Посмотрите очень удобные и многофункциональные инструменты для создания постеров. Например:
- Canva
- Отличный ресурс для создания не только плакатов, но и баннеров, визиток и различных иллюстраций. Не обязательно обладать специальными навыками, чтобы нарисовать крутой постер.
- Большой инструментарий и возможности как для рисования, так и для редактирования изображений. А многочисленные шаблоны облегчат и ускорят процесс.

Признаки хорошего плаката

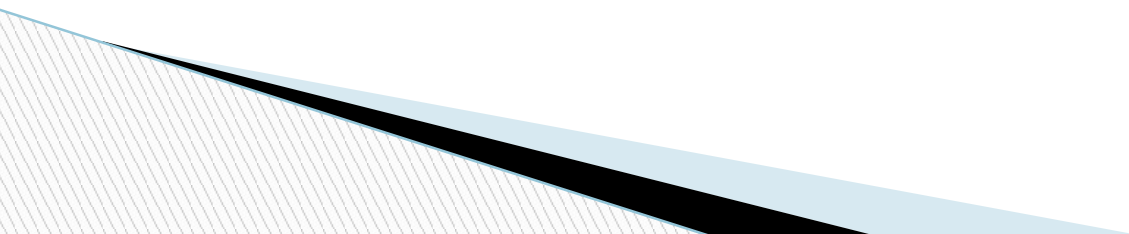
- Призыв к действию. Ведь цель плаката — заставить людей совершить какое-то действие.
 - Дерзость. Не бойтесь выходить за рамки и пользоваться необычными элементами.
 - Большие изображения.
 - Необычная типографика. Плакат — один из тех жанров, где можно смело экспериментировать с леттерингом. Но не переусердствуйте.
- 

- Хорошая читаемость и контрастность. Тональный контраст между рядом расположенными объектами - не менее 25%
 - Размер и расположение. Плакат должен работать, независимо от размера. Если ваш плакат помещают на страницы печатного издания, он все равно должен работать. Для этого важно его правильно скомпоновать.
 - Формат плаката зависит от того, где он будет располагаться. Важно, чтобы не было никаких помех. Плакат должен занимать доминирующую позицию.
- 

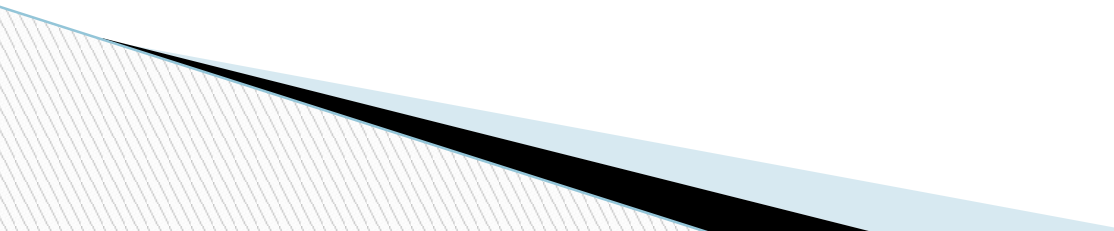
- **Пространство.**

Не стоит заполнять все пространство, нужно оставлять свободный «воздух». Для этого, к примеру, можно увеличить расстояние между буквами, словами и строками.

- **Ручная работа.** Нарисованные от руки рисунки или написанный вручную текст, привлекает внимание и высоко ценится.



И главное:

- ▣ Смотрите работы других авторов! Невозможно создавать шедевры не имея богатого опыта «смотрения» и познания.
 - ▣ Глядя на то, что создают другие и просто любуясь хорошим дизайном постеров, можно найти много идей, подсмотреть неожиданные решения, стилистические подходы и пр.
- 

Спасибо за внимание!

Удачи!

