

Студ. В.В. Корсунская, Е.М. Саенко
Науч. рук. ассист. Н.А. Савчук
(Кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ ДИЗАЙНА ПЛАКАТНОЙ ПРОДУКЦИИ В РАЗНЫХ СТРАНАХ

Плакат – разновидность прикладной печатной графики, наборно-шрифтовое или художественно-иллюстративное листовое крупноформатное печатное тиражное издание, содержащее в наглядно-компактном виде информацию рекламного, агитационно-пропагандистского, инструктивно-методического, учебного и другого характера. Лист плаката содержит броское изображение и броский заголовок или призыв. Это один из самых эффективных инструментов рекламы, который используется для привлечения внимания и повышения узнаваемости бренда. С течением времени тенденции в развитии плакатной продукции меняются.

Задача плаката – привлечь внимание зрителя. Для этого используются: крупный размер, яркий цвет, острый текст, ритм. Другая задача – донести до зрителя смысл плаката. Во имя краткости, доходчивости и выразительности в плакате применяются: ясные символы и знаки, условность, обобщение изображения, упрощение цветовых отношений, отказ от второстепенных деталей. Плакат – синтез текста и изображения.

К использованию плакатов как средства массовой пропаганды в США и СССР пик популярности пришелся на период Второй мировой войны и холодной войны (1940-1960 гг.). В Китае использование плакатов как средства массовой пропаганды было на пике популярности в период Культурной революции (1966-1976 гг.).

Стиль плакатов может быть связан с историческими событиями и политическими убеждениями, с культурой и традициями. Национальный характер также отражается в стиле плакатов.

Таким образом, стиль плакатов может быть связан с культурой, традициями и идеологией страны, что делает их не только эффективным средством рекламы или информации, но и интересным объектом изучения культурных различий и сходств. В зависимости от страны, меняется дизайн и посыл плакатов, отличается тенденция дальнейшего развития.