



УДК 7.012

МІСЦЕ ДРУКОВАНОГО ПЛАКАТУ В СУЧАСНОМУ КОМУНІКАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

СОСНИЦЬКИЙ Юрій

Харківський національний університет міського господарства імені
О.М. Бекетова, Харків, Україна
soyual@ukr.net

У дослідженні розглядається зміна ролі друкованого плаката у сучасному комунікаційному середовищі та його взаємодія з цифровим зображенням. Особлива увага приділяється моушн-плакату, його формально-композиційним ознакам і можливостям подальшого розвитку гібридних форм плакатів. Досліджується еволюція плакатного мистецтва як засобу візуальної комунікації, підкреслюючи його адаптацію до нових технологій та впливів мистецтва та суспільства. Стаття також пропонує експериментальні завдання для студентів з курсу «Рекламна графіка» та «Цифровий практикум», що спрямовані на розвиток творчого мислення та практичних навичок у сфері рекламного дизайну та образотворчого мистецтва.

Ключові слова: плакат, графіка, моушн-дизайн, анімований плакат.

ВСТУП

Постійний швидкий розвиток цифрових технологій радикально змінює наш світ і впливає на всі його сфери. Графічний дизайн, що традиційно підтримувався з початку ХХ століття за допомогою друку великими тиражами, зараз орієнтується на цифрові технології. За останні десятиліття друковане зображення практично повсюдно було замінено цифровим, що суттєво збільшило обсяг інформації і прискорило її передачу. При цьому в останні роки цифрове зображення все частіше не є статичним — в ньому з'являються анімовані елементи та відеофрагменти. Наступним кроком у зміні звичайного світу є розвиток доповненої реальності, тобто цифрових елементів, "вбудованих" у наше сприйняття фізичного світу. Усе це кардинально змінює середовище існування та життєвий цикл друкованого плаката, а також сприяє виникненню безлічі гібридних форм плакатів, перш за все пов'язаних з моушн-графікою.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою є дослідження зміни ролі друкованого плаката в сучасному комунікаційному середовищі та його взаємодії з цифровим зображенням, зосереджуючись на моушн-плакаті та його можливостях у контексті еволюції плакатного мистецтва та впливу нових технологій.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Моушн-дизайн представляє собою міждисциплінарну галузь на перетині графічного дизайну та анімації. У графічному дизайні існує широкий



спектр застосувань моушн-графіки, від анімованих шрифтів до гнучкого, динамічного ідентифікатора. Великою перевагою анімованого зображення є його легкість оновлення. Таким чином, плакат може легко транслюватися на різних екранах чи площинах, що спрощує його впровадження в сучасне міське середовище, а також не вимагає витрат на друку тиражу. Кількість можливих кольорів у екранному зображенні налічується мільйонами, а легкість його створення за допомогою камери чи телефона не має собі рівних у порівнянні з друкарськими процесами. При цьому, на відміну від друкованого плаката, для зберігання цифрового зображення складніше знайти єдину форму і технологічну базу. Багато сучасних українських дизайн-студій, таких як CodeIT [1], Belka Studio [2] або Dme Production [3], вже не уявляють процесу розробки фірмового стилю без анімації. Це пов'язано з загальним переходом більшості засобів інформації до цифрового середовища. Анімоване зображення є більш інформаційно насиченим і здатним активніше привертати увагу глядача завдяки руху, що особливо актуально в контексті сучасного інформаційного перенасичення навколишнього простору.

В інтернеті, доступному для загального користування, найбільш повним архівом анімованих плакатів є сайт The Moving Poster [4], на якому представлено розгорнуте класифікування анімованих плакатів за формально-композиційними ознаками. Розділ, представлений на сайті, виокремлює три основних підходи до анімації плаката — статичний, динамічний і кінематографічний. Статичний і динамічний вказують на активність включення анімації в плакат, а кінематографічність слід розглядати як спробу наблизити анімований плакат до кіно. Статичні: до цієї групи відносяться плакати, в яких анімація має вторинне значення. Цей тип анімованих плакатів також можна називати "умовно статичними". Такі плакати найбільше наближені до своїх друкованих версій. Вони використовують прості анімаційні прийоми, такі як зміна кольору одного чи кількох елементів, різні ефекти типу *distortion* або циклічна анімація внутрішніх ілюстративних елементів. Динамічні: плакати динамічного типу передбачають вже більш активне включення руху у формат. Для них характерні повороти "камери", активний рух композиційних елементів та зміна інформаційних блоків. Такий анімований плакат може включати в себе серію друкованих плакатів, пов'язаних складними анімованими переходами. Кінематографічність: плакати цієї групи нахилиються до прийомів кінематографа. Тут можуть з'являтися відеофрагменти, яскраво виражений сюжет, сценографія і монтаж.

Анімований плакат як художній вираз є логічним еволюційним продовженням класичного друкованого плаката, в якому анімація виступає як додатковий засіб впливу. Основними особливостями анімованого плаката, які відрізняють його від повноцінного рухомого ролика, є короткий хронометраж, відсутність аудіо доріжки та циклічна анімація (луп). Такі технічні характеристики обумовлені тим, що спочатку цей тип комунікації, подібно до друкованого плаката, призначений для експонування в міському середовищі та розрахований на миттєве сприйняття глядачем в кожному окремому кадрі. Вищезазначені параметри також роблять анімований плакат близьким до



банерної інтернет-реклами та gif-анімації, але, на відміну від них, плакат часто передбачає наявність художнього авторського висловлення.

Подальший розвиток інформаційних технологій та міського середовища передбачає все активніше використання засобів доповненої реальності. Вчений і художник Девід Гелернтер ввів термін "Дзеркальний світ" (Mirrorworld), позначаючи ним той майбутній цифровий світ, який буде не лише копіювати фізичний світ, але матиме свій контекст і значення. Ми будемо взаємодіяти з цим світом і сприймати його через певні технічні пристрої, які на сьогодні виглядають як окуляри HoloLens від компанії Microsoft або гарнітура від компанії Magic Leap. Весь цей світ буде повністю читатися і будуватися за допомогою машин і алгоритмів. Зазначити, як розвиватиметься плакат і які гібридні форми виникнуть у майбутньому, складно, проте для сучасного дизайнера важливо вже зараз звертати увагу на принципи організації цього простору та механізми взаємодії з ним. Використання графіки в цьому середовищі вже зараз відбувається дуже активно, але плакат поки ще залишається завантаженим інформацією плоскою графікою в середовищі. Відомим прикладом переосмислення простору майбутнього є робота Кейті Матсуда "Гіперреальність" (Keiichi Matsuda, Hyper-Reality) [5].

Досить провокаційне та спекулятивне відео, що поєднує фізичну та віртуальну реальність, демонструє один із можливих шляхів розвитку інформаційного міського середовища. На цих відео плакат поділяється на найдрібніші блоки, які вільно розташовані на всіх міських фасадах, поверхнях і відкритих просторах між ними. Ми бачимо буквально шарування плаката в просторі, його поділ на частини та блоки, розподіл акцентів за допомогою кольору, руху та типографії. Процеси, які відбуваються сьогодні, є величезним викликом не лише для практикуючих дизайнерів, але й для викладачів та студентів, яким доводиться переосмислювати традиційні та нові медіа протягом навчання. Сьогодні таке завдання вже стоїть перед нами, сучасними викладачами ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.

Проектний курс для студентів третього курсу кафедри передбачає розробку серій друкованих плакатів, пристосованих до нових стратегій проектування, що враховують зміни у функціонуванні та життєвому циклі плакатів у нашому оточенні. В рамках експерименту студентам пропонується робота із застосуванням розширеної реальності (AR). Знайомство із технологією AR: Студенти ознайомлюються із додатком Spark AR, який має доступний інтерфейс та дозволяє швидко розібратися із функціоналом та легко створювати прості AR-об'єкти. Перше завдання полягає у створенні AR-масок, створених за допомогою типографіки. Автопортрет на папері переноситься у 3D-маску.

Розвитком цього завдання є робота над камуфляжем — цифровою маскою, що повністю приховує обличчя від алгоритмів розпізнавання. Друкована серія: Стандартна практика роботи з плакатами дозволяє студентам вивчити формат як засіб стислого, але виразного графічного висловлення. У рамках експериментального підходу серія передбачає можливості для анімації — серія повинна працювати не тільки на друкованому



аркуші, але і у анімації. Моушн-дизайн: Студенти вибирають свої акценти: технологію, модульність, геометричність та інші. За допомогою типографіки обрані теми розвиваються у анімованих плакатах, а рішення переносяться на простий предмет побуту. Проектування аркуша для трьох різних медіа: Плакат може бути надрукованим, перетвореним у графіку та за допомогою технології AR виведеним в "середовище". При скануванні телефоном або планшетом друківаного аркуша плакат "оживає", і його анімована версія стає видимою. Паралельно із проектуванням студенти вивчають курс "Технології мультимедіа", що включає як практичні аспекти використання програм для роботи із зображенням, так і значний теоретичний блок. Таке взаємодії курсів дизайну та технологій мультимедіа дозволяє виявити два методологічних типи проектування плакатної серії з включенням анімації: від статичної до динаміки та від динаміки до статичної.

ВИСНОВКИ

Плакат, як засіб візуальної комунікації, піддавався постійним змінам, адаптуючись до нових технологій та впливів мистецтва та суспільства в цілому. Сучасні можливості комп'ютерної техніки та AR технологій надають дизайнерам нові інструменти для вираження та взаємодії з глядачем, розширюючи горизонти плакатного мистецтва в цифровій епохи. Використання AR технологій, анімаційних ефектів та графічних рішень створює новий реалізований світ друківаних робіт, перетворюючи їх на динамічні, багатшарові та інтерактивні засоби комунікації. Запропоновані експериментальні завдання для першого та четвертого курсу для дисциплін «Цифровий практикум» та «Рекламна графіка», що націлені на розвиток творчого мислення та практичних навичок студентів у сфері образотворчого мистецтва та дизайну.

ЛІТЕРАТУРА

1. Codelt. URL: <https://codeit.us/>
2. Belka Studio. URL: <https://www.belkastudio.com/>
3. Dme Production. URL: <https://dme-production.com.ua/uk/>
4. The Moving Poster. URL: <http://www.themovingposter.com/>
5. Keiichi Matsuda. URL: <http://hyper-reality.co/>

SOSNYTSKYI Y.

THE ROLE OF THE PRINTED POSTER IN THE MODERN COMMUNICATION ENVIRONMENT

This article explores the changing role of the printed poster in the modern communication environment and its interaction with digital imagery. Special attention is given to the motion poster, its formal-compositional characteristics, and the possibilities for further development of hybrid poster forms. The evolution of poster art as a means of visual communication is examined, emphasizing its adaptation to new technologies and the influences of art and society. The article also proposes experimental tasks for students in the "Advertising Graphics" and "Digital Workshop" courses aimed at developing creative thinking and practical skills in the field of advertising design and visual arts.

Key words: poster, graphics, motion design, animated poster.