

ИЗУЧЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ШРИФТОВОМУ ОФОРМЛЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ ПЛАКАТОВ, РАЗМЕЩАЕМЫХ В ПРИДОРОЖНОЙ ЗОНЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ

Елена НОВАКОВСКАЯ, Владимир МАРТАЛОВ

Технический Университет Молдовы

Резюме: В связи с тем, что рекламные плакаты располагают в придорожных зонах, водители автотранспорта отвлекаются на плакаты, а использование сложных и неудобочитаемых шрифтов может усугубить ситуацию, потребовать большей концентрации внимания и времени на восприятие рекламного текста, что может привести к дорожно-транспортным происшествиям. Во избежание подобных ситуаций при оформлении плакатов необходимо уделять большое внимание используемым шрифтам, его форме и начертанию, размеру, цвету и шрифтовой композиции в целом.

Ключевые слова: шрифт, начертание и форма, удобочитаемость, текст, плакат, реклама.

В нашей жизни реклама играет большую роль. Она в значительной степени определяет наш образ и стиль жизни, неизбежно оказывает влияние на нас и окружающую среду. В последнее время большое распространение нашла наружная реклама. К ней относят рекламные плакаты и щиты, которые являются средствами внешней печатной рекламы, изготовленные на гибкой основе полиграфическим способом и размещаемые под открытым небом.

Рекламные плакаты, как правило, располагаются вдоль улиц и магистралей города, на фасадах, торцах, крышах зданий. В связи с тем, что большинство рекламодателей пытаются разместить свою рекламу поближе к проезжей части так, как они хотят сделать ее наиболее заметной, она является одной из причин возникновения ДТП. Скоростные трассы, повороты, мосты - везде, где идет интенсивное движение, не очень эффективны для размещения рекламы, так как водитель в основном сосредоточен на дороге, и это очень часто отвлекает водителя от ситуации на дороге, что в основном приводит к дорожно-транспортным происшествиям. Раньше размещение рекламы вдоль магистралей было запрещено ГОСТом 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения». Но в то же время Закон «о рекламе» разрешал размещение рекламы в придорожной зоне автомобильных дорог. И возникшие противоречия было очень трудно разрешить, а может даже и невозможно [1-4]

Во избежание возникновения дорожно-транспортных происшествий, текст и шрифт плаката тоже требуют определенного контроля, так как они играют решающую роль в привлечении внимания участников движения. Рекламный текст, прежде всего, должен быть конкретным, целенаправленным, с ясно выраженной аргументацией. Эффективность рекламного текста может быть усилена за счёт выделения основной, самой важной его части. Этого можно добиться, используя правильные шрифты и шрифтовую композицию.

Шрифт - это графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определенного размера и рисунка. Шрифт является неотъемлемой частью оформления плаката, который способствует удобочитаемости и лучшей восприимчивости текста. Говоря о шрифте необходимо рассматривать такие параметры, как вид шрифта, его величина, шрифтовая композиция, цветовое решение шрифта, его четкость и насыщенность.

В ходе разработки научной работы проводилось анкетирование, по результатам которого было выявлено, что 38,4% респондентов предпочитают прямые шрифты на плакате; 32,3% - жирного начертания; 14,1% - декоративные; 9,1% - рукописные и 6,1% - тонкие. Также из опроса и статистической обработки данных, выяснилось, что основными проблемами оформления рекламных плакатов потребители считают размер шрифта, его компоновку с графическими элементами, цвет и удобочитаемость шрифта. На рисунке 1 представлены результаты анкетирования в виде диаграммы.



Рисунок 1. Выявление потребителями основных проблем шрифтового оформления плаката

Решениями данных проблем является соблюдение необходимых требований и правил при оформлении рекламного плаката, которые приводятся ниже. Основным требованием является использование простых и ясных шрифтов, так чтобы объявление можно было прочесть с расстояния 30 метров. Для этого хорошо подойдут прямые квадратные и слегка вытянутые по вертикали шрифты.

Размер шрифта. Дизайнер должен установить размер шрифта так, чтобы слово можно было прочесть на расстоянии 20-30 метров, а размер буквы главной надписи при 20 м был бы около 3 см, а при 30 м - не менее 5 см.

Цветовое решение шрифта. От контраста цветов шрифта и фона можно ожидать как воздействия на общее внимание, так и лучшую читабельность. Темный цвет шрифта на светлом или белом фоне воспринимается лучше, чем светлый на любом темном. Опыт, проделанный Р. Шульте о степени восприятия цветного шрифта на цветном фоне при освещении яркой полуваттной лампой, установил, что комбинации черного с желтым, зеленого с белым, красного с белым, синего с белым и т.д. составляют благоприятные сочетания. Надо также учитывать видоизменения цветных комбинаций при световых колебаниях. При выборе цветных контрастов не надо злоупотреблять „кричащими“ красками, так как это может отвлекать водителей дорожного автотранспорта.

Начертание и форма шрифта. В плакате наиболее приемлемым является простой „палочный“ шрифт, т.е. прямой, со значительными разновидностями в направлении ширины букв, толщины штриха и формы концов, но сохраняющий, в каждом случае, одну и ту же толщину штриха. Р. Шульте и профессор В. Н. Левитский, исследовавшие каждый самостоятельно вопрос о толщине палочного шрифта, пришли к одинаковому заключению, что наилучшее отношение толщины штриха буквы к ее высоте равняется 1:5. Хотя, казалось бы, что толстые „тяжеловесные“ шрифты в плакате более выгодны для усвоения, но приведенной пропорцией не следует пренебрегать, т. к. очень тонкие или толстые шрифты малоразличимы на расстоянии.

Межбуквенное расстояние. При размещении надписей весьма важно отношение величины шрифта к расстоянию между буквами. Буквы слишком придвинутые друг к другу или, наоборот, слишком раздвинутые, затруднительны для чтения. Результаты экспериментальных опытов показали, что наилучшая удобочитаемость палочного шрифта получается при отношении 1:0,5, т.е. когда буквы отдалены друг от друга расстоянием равным половине их ширины.

Ритмический строй шрифта. Ритм создается продуманным чередованием пятен букв и межбуквенных пробелов, взаиморасположением слов и строк, геометрической и оптической пропорциональностью букв, строк, композиции в целом - всем линейно-пространственным строем. Шрифт, подчиняясь всем этим зрительным закономерностям ритма, воздействует на человека, вызывая то или иное настроение, активизирует или тормозит восприятие, влияет на удобочитаемость и образность формы.

Библиография

1. Барышников, Г.М., Бизяев, А.Ю., Ефимов, В.В., Моисеев, А.А., Почтарь, Э.И., Ярмола, Ю.А.- М., *Шрифты. Разработка и использование. Издательство ЭКОМ*, Москва, 1997, 288
2. Смирнов, С.И. *Шрифт в наглядной агитации* // М., *Плакат*, 1990, стр. 50-58.
3. Писаревский, Д. А. *Шрифты и их построение*, Ленинград, 1927.
4. <http://www.nrtm.ru/index.php/kakoj-dolzha-byt-naruzhnaja-reklama.html/>