

Propagačná grafika ako forma vizuálnej komunikácie

KAROL THIRY

Kľúčové slová: abstrakcia – asymetria – dizajn – farba – grafika – geometria – harmónia – komunikácia – názornosť – plocha – tvar – línia – krivka – písmo – propagácia – proporcia – reklama – rytmus – svetlo – symetria – text – tvar – vizuálnosť – značka



Propagačná grafika je špecifická forma vizuálnej komunikácie. V začiatkoch grafickej tvorby išlo o čiernobiele umenie a až neskôr sa obsahový zámer doplnil o farebný výraz. Sila propagačnej grafiky spočíva na účinku vnímania výrazových prostriedkov: čiar, línií, plôch, farieb, kontrastov v kompozičnom celku, tj. v použití a usporiadaní výrazových prostriedkov a komponentov – kompozičných elementov v ich racionálnom použití s vysoko estetickou hodnotou. Propagačná grafika je súčasťou úžitkovej grafiky ako osobitnej a špecifickej formy výtvarnej aktivity. Jej tvorbu podmieňuje účasť zmyslových orgánov, zvlášť zraku, psychickej stránky, vedomého a podvedomého vnímania.

Propagačná grafika nie je iba vizuálnym vnemom, ale zásluhou účasti zmyslových orgánov má aj svoje bezprostredné a funkčné poslanie. Plní požiadavku zmyslovej názornosti, účelnosti, kultivácie a estetizácie, výtvarnej realizácie. Proces tvorby je podmienený proporcionálnym tvarovým a farebným riešením vychádzajúcim z návrhov uplatňujúcich výtvarno-estetické kompozičné postupy, vytvorené lineárnou alebo plošnou stopou. Realizácia propagačnej grafiky vychádzajúca z kompozície môže byť vyjadrená líniami a farebnými plochami. Farebná kompozícia sleduje harmóniu – súlad farebného riešenia. Riešenie grafického diela podmieňujú vzťahy medzi líniami, proporciami prvkov, farebnosťou, harmóniou detailov k celku, rytmom, kontrastom, atď.

Na reprodukciu – komunikáciu propagačnej grafiky používame tlačiarenské techniky, ktoré rozdeľujeme na tlač z výšky, tlač z plochy, tlač z hĺbky, filmovú tlač a sieťotlač. Klasické tlačiarenské technológie nahradili v súčasnosti moderné zariadenia, napr. xerox a i.

Aktivity tvorcu majú praktické určenie. Slúžia napríklad pre potreby propagácie štátu, inštitúcií, podnikov, firiem, individuálnych podnikateľov, politických strán či hnutí, kultúrno-spoločenských akcií, no najčastejšie ako reklamné komunikačné prostriedky tlače, slúžiace väčšinou podnikateľskej sfére. Spolupráca objednávateľa s tvorcom grafikom spočíva na požiadavke splnenia účelu výtvarného návrhu. Objednávateľ obvykle určuje formát, text, počet farieb, techniku reprodukcie, náklad a celkové finančné náležitosti.

Tvorba propagačnej grafiky si vyžaduje výtvarný nápad, ktorý môže objednávateľ predložiť v jednoduchej forme na profesionálne spracovanie grafikovi. Profesionál-

ne parametre hľadá grafik, alternuje motív a formy tak, aby dosiahol zodpovedajúci zámer s efektívnym účinkom. Z množstva alternatívnych návrhov po zvážení splnenia všetkých požiadaviek objednávateľ po dohode s autorom zabezpečuje výrobu – tlač a rozsev propagačných prostriedkov

Práce propagačnej grafiky pôsobia na verejnosti v masovom meradle a stretávame sa s nimi na rozličných miestach niekoľkokrát denne. Umiestňovaním do rôznych priestorov pôsobivo ovplyvňujú myslenie ľudí, ich vkus a cítenie. Propagačnú grafiku musí mať možnosť pozorovať, vnímať a reagovať množstvo ľudí. Jej úlohou je oznamovať, informovať, propagovať, odporúčať, vyzývať, nabádať, radiť i agitovať. Mnohé reklamné prostriedky tlače nemajú dlhodobé určenie a zanikajú – odstraňujú sa, pretože stratili aktuálnosť (plagáty, sezónne pútače apod.). Trvalé pôsobenie majú tie reklamné prostriedky, ktoré sa viažu na trvalé poznanie: značky výrobného podniku, jeho produkcie, ochranné značky. Častá výmena značky, resp. zmena vyvoláva dezorientáciu kupujúcich a spôsobila by chaos u domácich i zahraničných zákazníkov. Nová tvorba značky a jej aktívne pôsobenie na verejnosti si vyžaduje veľké finančné náklady. Na zvlášť dôležité propagačné tlačoviny alebo grafické práce sa vypisujú a zverejňujú súťaže s uvedenými podmienkami.

Propagačná grafika sa podieľa aj na všestrannom formovaní človeka. Moderné formy propagačnej grafickej tvorby majú významné postavenie a poslanie v komunikácii s verejnosťou. Preto pripisujeme veľkú dôležitosť vizuálnemu odovzdávaniu informácií formou grafickej komunikácie. Zaradujeme ju medzi formy vizuálneho – zrakového umenia, ktorého základom je opticky vnímateľné vyjadrovanie. Ide o umenie, rozvíjajúce sa na ploche, ktorého základnými výrazovými prostriedkami sú línia, tvar a farba. Čiže ide o plošný výraz realizovaný kresbou, líniou, plochou, tvarom, farbou...

Propagačná grafika nie je bezprostredným odrazom, obrazom alebo spodobením objektívnej reality, ale kladie si za cieľ zachytiť farbou a tvarom len účelové pocity, vnímať svet, chápať a hodnotiť život, jeho komerčný, ale aj výchovný a estetický efekt. Zoskupovaním tvarov a farieb má pôsobiť na človeka a vyvolať v ňom príjemné pocity, optimistickú atmosféru formou abstraktného výrazu upevňujúceho vizuálnu komunikáciu, ako sú napr. písmo, značky, oznamovacie grafické prostriedky, ale aj fotografické, filmové a televízne oznamovanie a informovanie.

Rýchle spoločenské premeny a zmeny si vyžadujú aj rýchle a presné čítanie vizuálnych znakov, ktoré používajú moderné výrazové prostriedky v grafických formách. Ide o výraznejší proces vyjadrujúci všeobecnú znakovosť cez výtvarnú abstrakciu. Nepoužíva sa zložitá obrazovosť s množstvom nadbytočných prvkov. Grafická stavba je jednoduchšia, výtvarne premyslenejšia, prehľadnejšia a tým aj účinnejšia. Vo väčšej miere sa začínajú uplatňovať grafické znaky iba z línií a plôch geometrického tvaru bez ilustratívnosti. Symbol sa stáva najvyššou formou abstrakcie. Najvyššia forma abstrakcie je geometria, vyjadrená tvarmi štvorca, kruhu, trojuholníka a viacuholníkov. Tak sa dospelo k nevyhnutnosti používať informačnú skratku. V propagačnej grafike sa upúšťa od opisnosti a zvyšuje sa podiel napovedajúcej skratky. Aj nevyhnutná popisnosť hľadá nové formy v úspornejšom vyjadrovaní. Propagačná grafika tým získava na väčšej údernosti. Viac sa tiež uplatňuje syntéza typografie a fotografie, ktorá má začiatky v reklame. Rozšírila sa aj do oblasti vizuálnej komunikácie: plagát, grafická úprava periodík, výstavníctva, ambaláže, ako vizuálne oznamovanie s najexaktnejším a najúplnejším efektom.

Estetickým znakom grafickej komunikácie je koordinovaný vizuálny štýl. Zahrnujeme tu výraznú komplexnosť použitia vizuálnych prostriedkov, ktoré majú oso-

bitný štýl riešenia ako aj spoločné vlastnosti, podľa ktorých podnik alebo inštitúciu identifikujú na prvý pohľad. Týmto štýlom riešenia je poznamenaná reklamná i výstavná grafika, podniková, firemná korešpondencia, značky, prospekty, obaly i novotvoriace tlačoviny. Grafika vizuálnej komunikácie sa tvorí v tímovej spolupráci vedy a umenia, pričom integrujúcu úlohu plní umelec – grafik. Do tvorby propagačnej grafiky sa zapája aj inžinierska psychológia. Rešpektujú sa výsledky výskumov, ktoré grafik pri tvorbe grafickej komunikácie umelecky stvárňuje tak, aby grafické umenie vizuálnej komunikácie sa organicky integrovalo do životného prostredia. Grafická vizuálna komunikácia tak tvorivým spôsobom syntetizuje úsilie vedy a techniky a tým približuje prostriedky vizuálnej komunikácie k potrebám človeka.

Spolupráca vedy a techniky s výtvarným umením, najmä s úžitkovou grafikou, prispela k vzniku novej tvorivej aktivity vo forme **grafického dizajnu**. Za grafický dizajn považujeme tvorivé výsledky grafika v rôznych oblastiach autonómnej grafickej práce rozličného obsahu a zamerania, ktoré spĺňajú výtvarne hodnotné požiadavky na určitý účel, napr. plagát, úprava kníh, súbor propagačných tlačovín, ambaláže atď. Niektoré práce úžitkovej grafiky používajú výlučne písmo ako komponent s vecnou, dekoratívnou a estetickou funkciou. Písmo sa môže kombinovať vo vzťahu k motívu, alebo iba vo vzťahu k ploche a farbe. Z horeuvedeného môžeme konštatovať, že propagačná grafika je súčasťou grafického dizajnu, ktorý vo svojej tvorbe uplatňuje vizuálnu komunikáciu, resp. je vizuálnym dizajnom, predstavujúcim súbor prvkov – kompozičných elementov, tvoriacich účinný grafický celok ako výsledok tvorby grafika. Sú to písmo, plagáty, reklamné prostriedky, vizuálna informácia, vizuálne dotvorenie výstav, obalová technika, firemné tabule, číselné a firemné označenie budov, dopravné značky a pod.

Vyjadrovacie a výrazové prostriedky

Bod je bezrozmerný základný geometrický útvar, z ktorého v početnom zastúpení sa skladajú línie a plochy. Je jedným zo základných elementov grafického vyjadrovania. Jeho umiestnenie na ploche dáva ploche určitý význam. Umiestnený v jej strede plochu spevňuje, stabilizuje. Vychýlením z optického stredu plochy vyvoláva napätie a zdanie pohybu. Dva body na ploche vyjadrujú určitý vzťah a vytvárajú úsečku. Tri body vymedzujú plochu trojuholníka. Zmnožovaním bodov alebo ich pohybom sa tvoria línie. Z bodov možno vytvárať rozličné obrazce štruktúry, znázorňovať plochy, plastickosť objemu, svetlo a tieň.

Línia je nakreslená alebo narysovaná čiara. Je odvodená z obrysu vecí, ktoré sa zo svojho prostredia nevydeľujú líniou, ale skôr siluetou, tvarom. Línie, ktoré sa dajú matematicky vyjadriť, nazývame **definovateľné** – priamky, kružnice, elipsy, sínusoidy, atď. Na ich tvorbu možno použiť rysovacie pomôcky. **Nedefinovateľné** – prírodné línie sa zobrazujú voľnou rukou, napr. koruna stromu, tvar kvetu, atď. Línie používame na znázornenie obrysov alebo hrán predmetov. Kresba je abstrakciou predmetov. Línie vyvolávajú dojem pohybu.

Definovateľné geometrické línie delíme na **priamky a krivky**. Priamka predstavuje priamočiary pohyb bodu na ploche alebo v priestore. Bod delí priamku na polpriamky. Časť priamky je **úsečka**. Podľa vzájomnej polohy na ploche alebo v priestore rozlišujeme priamky **rôznobežné, rovnobežné** a **mimobežné**. Priamka na ploche môže mať v podstate tri polohy: horizontálnu – vodorovnú, vertikálnu – zvislú a dia-

gonálnu – šikmú. **Horizontála** vyvoláva dojem pokoja, ustálenosť, nehybnosť, pasívnosť, odpočinok. **Vertikála** znamená nepohyblivosť, statickosť, štíhlosť. **Diagonála** vyvoláva dojem pohybu, nepokoja. **Šikmú** čiaru vychádzajúcu z ľavého dolného okraja a smerujúcu k pravému hornému okraju vnímame ako stúpanie a z pravého dolného okraja k ľavému hornému okraju ako klesanie.

Silný dojem pohybu vyjadrujeme **krivkami**. Sú dynamickejšie ako priamky. Krivky rozlišujeme definovateľné – geometrické. Sú vytvorené na základe zákonitostí odporovaných z prírodných útvarov a formulovaných do racionálneho matematického poriadku. Sú pravidelnejšie, vyjadrujú poriadok, usporiadanosť, racionálnosť, strohosť a stereotyp. Ich vnímanie okom je ľahšie ako pri vnímaní kriviek negeometrických, ktoré sú nepravidelné a rozmanitejšie. Geometrické krivky sú **kružnica** (uzavretý tvar kruhového pohybu), **elipsa** (rovinná krivka pripomínajúca natiahnutú sploštenú kružnicu), **ovál** (guľatejší ako elipsa), **parabola** (otvorená krivka), **hyperbola** (skladá sa z dvoch častí, podobajúcich sa parabole), **sínusoida** (tvarom pripomína vlnenie), **ret'azovka**, **závitnica**, **skrutkovnica**.

Čiara – línia – kontúra je základnou, voľnou rukou alebo pomocou technických pomôcok ohraničujúcou stopou, ktorou tvorca fixuje predstavu – návrh – koncept grafického zobrazenia, resp. vyjadrenia úlohy. V grafickej tvorbe okrem zobrazovania konkrétnych tvarov ju grafik využíva aj na vyjadrenie pocitov strnulosti, dynamickosti, statickosti, pokoja, napätia a pod. Poloha čiary vo vzťahu k ploche vyvoláva určité predstavy alebo pocity. Pri grafickej tvorbe sa uplatňuje aj diferencovaná čiara v adekvátnej sile vo vzťahu k zobrazovanému tvaru a vecnému vyjadreniu, čiže ide o kresbu, pod ktorou rozumíme lineárne vyjadrenie zvoleného námetu. Grafik vo svojej výtvarnej aktivite používa rozličné kresebné stopy, od vlásočnicovej až po hruboplošné. Kresba je teda základným výrazovým prostriedkom, ktorým začíname realizáciu grafickej práce.

Tvar v grafickej tvorbe tvorí základný pojem, pretože naše prvé skúsenosti s predmetnou skutočnosťou spočívajú v objavovaní v tvaroch. Vnímanie tvaru rozčleňujeme na vnímanie profilu, povrchu a pozadia. Dobré vnímanie objektov – tvarov závisí od **kontrastu** tvaru a jeho pozadia. Čím je väčší kontrast, tým je zreteľnejší tvar. Každý vnímateľný predmet – tvar jestvuje iba vo vzťahu k pozadiu. Kontrast možno zvýrazniť aj farebným odlíšením. Vnímaním tvaru sa rozumie vnímanie formy a veľkosti objektu. Vnímanie hĺbky umožňuje vnímať veľkosť – vzdialenejšie predmety sú menšie. Grafik využíva pri tvorbe aj ilúzie a veľkosť. Ten istý tvar v porovnaní s menším sa zdá byť väčší a naopak.

Vytvárať zmysluplné tvary s cieľom účinnosti grafického celku na upútanie človeka sa považuje za tvorivosť. Pri výstavbe tvaru sa uplatňuje rozmer, proporcia, mierka, rytmus, vyváženosť, jednota, štýl a charakter. Sú to prostriedky výrazu, ktoré z hľadiska významu tvaru majú rozličnú dôležitosť a hodnotu. Podľa kontrastu môžeme deliť tvary na mäkké-tvrde, statické-dynamické, pasívne-aktívne, plošné-priestorové, blokové-členité, otvorené-uzavreté, symetrické-asymetrické, lineárne-plošné, určité-neurčité. Tvar je teda ohraničený alebo plošne vymedzený priestor. Pôsobí opticky aj psychologicky samostatne alebo vo vzťahu k okoliu. Jeho účinok je menlivý podľa formálneho vyjadrenia tj. obrysu, veľkosti, farby, štruktúry povrchu, kvality materiálu a pod. Účinok plošného tvaru sa mení podľa vzájomného vzťahu veľkostí, jeho rozmerov a podľa proporcií, napr. inak pôsobí úzky obdĺžnik, inak obdĺžnik blížiaci sa k tvaru štvorca. Rozlične pôsobí tvar aj podľa toho, v akom vzťahu je situovaný svojím umiestnením: či zvisle, vodorovne alebo šikmo.

Plocha – plošné obrazce sú časti roviny, ohraničené alebo vymedzené kresbou – čiarou – líniou. Inak pôsobí plošný tvar vyjadrený lineárne, inak priamo plošne bez kresebného zvýraznenia. Plochu považujeme najčastejšie ako povrch predmetov. Rozlišujeme **povrch**, ktorý je hmatateľný, má svoju štruktúru (drsny, hladký, lesklý apod.) a **plochu**, pod ktorou rozumieme dvojrozmerný útvar.

Základnou podmienkou vnímania je **svetlo**. Každý kresebný záznam musí upútať zrakové vnímanie, ktoré umožňuje svetlo ako nevyhnutná podmienka pre prácu grafika. Bez svetla nie je možné zrakové vnímanie. Zrakový orgán – oko – sprostredkúva prenos informácií o okolitom svete do centrálnej sústavy a zúčastňuje sa na triedení informácií a na výbere požadovanej informácie a prostriedkov na požadované riešenie úlohy. Javy a tvary, sprostredkované okom a svetlom, vnímame ako proces, ktorým získavame potrebné informácie. Pri tvorbe zapája autor vnemy, ktoré sú základom myslenia a ktoré sa spätne zapájajú do vnímania. Pri pozorovaní vnímame len to, čo sme schopní pochopiť rozumom a preto nie každý človek vidí všetko, čo mu realita poskytuje. Osvetlené predmety vidíme aj plasticky. Na neosvetlenej časti predmetu vzniká **tieň**. Pri vnímaní grafickej práce dôležitú úlohu má **svetelný kontrast**. Za kontrast pokladáme jav, ktorý je vo vzťahu k použitým kompozičným prvkom vo výraznom a zámernom protiklade, v odlišnosti tvaru, farby, svetla, tieňa a pod. Svetlo sa viaže aj v aplikácii využitia farieb – vyjadruje sa v žltej, oranžovej, červenej a najmä bielej farbe. Tieň, resp. tmu vyjadrujú čierna, modrá, tyrkysová, fialová farba.

Tvary lineárne aj plošné majú rôznu psychickú reflexiu. **Nepravidielný trojuholník** vyjadruje nepokoj, nestálosť, **štvorec** pokoj až pasivitu. V záujme dekoratívnosti používame pravidelné mnohouholníky. Aj geometricky presný štvorec sa nám javí vyšší, pretože vertikálny pohyb očí je pomalší ako horizontálny. Vertikálne úsečky sa nám tiež javia dlhšie ako horizontálne. Tým si vysvetľujeme jav, že obrazec umiestnený do geometrického stredu sa nám zdá, že padá. **Kruh** je znakom vyrovnanosti, rovnováhy. Preto sa najčastejšie používa ako značka tovaru alebo firmy, inštitúcie. Pôsobí ako nenásilné uzavretie a svojou tvarovou neutralitou sa najlepšie kombinuje – komponuje s inými geometrickými tvarmi aj bez ohraničenia.

KOMPOZÍCIA V PROPAGAČNEJ GRAFIKE

Kompozícia znamená usporiadanie prvkov a zložiek v grafickom diele, v ktorom sú vyjadrené funkčné, technické, estetické a ekonomické hľadiská. Je to princíp spájania prvkov do jednotného celku, ktorý je výsledkom spojenia obsahu a formy s cieľom formovať vnímanie adresátov na pochopenie ideovo-estetického zmyslu grafického znaku. Kompozícia je umiestnenie výrazových prostriedkov na ploche, resp. priestore so zreteľom na dosiahnutie vecného a estetického efektu. Dobrá kompozícia si stanovuje mieru počtu, veľkosti, tvaru, farieb a ich umiestnenie. Objektívnosť miery komponentov sa riadi predovšetkým citom, skúsenosťou, vkusom a módnosťou. Základom estetickej normy je **rytmus**. Rytmus je opakovanie alebo striedanie kompozičných prvkov. Pomáha rozčleniť a usporiadať priestorovosť. Považujeme ho za kánon grafického diela. Rytmus sa najvýraznejšie prejavuje v ornamentike. Ornament okrem dekoratívnej funkcie má aj funkciu oznamovaciu, výrazovú, tektonickú a pod. Je nositeľom aj myšlienky, záznamom zážitku. Najčastejšou funkciou ornamentu je ozdobovanie, skrášľovanie. Ornament dotvára výraz predmetu.

Základom iného vzťahu je symetria a asymetria. **Symetria** je súmerné členenie kompozičných prvkov. Označujeme ju ako stav vizuálnej rovnováhy, ktorý je odvodený z tvaru, veľkosti, farby, polohy vo vizuálnom poli. Rovnováha kompozície je symetrické usporiadanie prvkov okolo optického stredy alebo jednej či viacerých osí. Optickým stredom môže byť aj určitý prvok medzi skupinami prvkov. Harmóniu vzťahu veľkosti tvarov a ich častí nazývame proporionalita, ktorú grafik uplatňuje intuitívne – citovo.

Formát

Najpoužívanejším geometrickým formátovým tvarom je obdĺžnik. Jeho normalizovaná forma sa označuje písmenom A. Je to obdĺžnik, ktorého dlhšiu stranu tvorí uhlopriečka štvorca.

Vzťahy tvarov – kontrast

Silnejší účinok tvaru sa dosahuje vzťahom k okolitým tvarom. Účinok tvaru posilňuje aj jeho poloha. Naklonenie tvaru vyjadruje pohyb, vzruch, napätie, dynamiku. Stabilita a labilita tvoria kontrast, ktorý vytvára dojem z polohy samotného tvaru a charakteru kompozičného celku. Stabilita a labilita sú estetické hodnoty, ovplyvňujúce účinok tvarov rovnako ako proporionalita.

Kontrast vyjadruje opozičný vzťah kompozičných prvkov v celku. Kontrastný vzťah zosilňuje postavenie a význam komponentov. Okrúhle vyzerá v susedstve s hranatým okrúhlejšie a pod. Základným výtvarným protikladom je kontrast svetlých a tmavých prvkov, napr. tmavá línia na svetlom pozadí, svetlá figúra na tmavom pozadí a pod. V grafickej tvorbe kontrast uľahčuje vizuálne vnímanie a fixuje zapamätanie. Farebný kontrast vzniká porovnávaním základných kvalít farieb – tónu, svetlosti, sýtosti. Dve farebné plochy sa odlišujú farebným tónom, svetlosťou alebo sýtosťou. Tie isté geometrické tvary sa môžu používať v rozličnej veľkosti, čím sa vytvárajú pestrejšie a zaujímavejšie vzťahy medzi grafickými prvkami. Aj tu najpôsobivejším efektom je kontrast rôznosti tvarov. Aby kontrast mal estetickú hodnotu, musí mať mieru, napr. ostrý – oblý, dutý – plný, farebný – nefarebný, svetlý – tmavý, jednoduchý – zložitý.

Zoskupovanie tvarov

Najjednoduchšie zoskupovanie vzniká opakovaním toho istého tvaru do celku. Tak sa vytvára jednoduchý rytmus, pri ktorom sa musia rovnaké prvky opakovať najmenej trikrát. Stredný prvok tvorí dominantu, ktorou sa orientujeme. Rovnakým rozložením kompozičných prvkov po stranách dominantného prvku získame symetrický kompozičný celok, ktorý vyvoláva spoľahlivé a presné vnímanie. Symetrické členenie, resp. usporiadanie prvkov na os je základom kompozície. Ide o akýsi zrkadlový obrazec. Symetria vyvoláva dojem pokoja až statickosti.

Protikladom symetrie je **asymetria**, ktorá narúša pravidelnosť v opakovaní prvkov, čiže kompozičný celok je tvorený optickým a nie rytmickým zoskupovaním celkov. Asymetrická kompozícia je dynamickejšia. Kompozičný celok, tvorený hori-

zontálnym – vodorovným smerom, symbolizuje pokoj, uspokojenie. Vertikálny smer má opačný účinok, je dynamickejší, aktívnejší. Použitie oboch znamená rovnováhu. Delenie plochy vodorovnými a zvislými priečkami je statické, delenie uhlopriečkami je dynamické. Oboje znamená rovnovážnosť a dáva návod na umiestnenie dominantného prvku. Umiestnenie grafického prvku – bodu vnímania je teda v strede plochy. Významnejšie a aktívnejšie umiestnenie je v hornej ľavej časti plochy, pretože vyvoláva dojem, že neodchádza z plochy. Umiestnenie v dolnej časti spôsobuje labilitu.

Vnímanie propagačnej grafiky

Dobrá, účinná reklamná – propagačná prostriedok adresáta priťahuje, nenecháva ho ľahostajným k propagačnej aktivite. Ide o získanie pozornosti adresáta. To je hlavný cieľ propagačnej, informačnej, reklamnej akcie prostredníctvom propagačnej grafiky. Jej podiel na propagačných aktivitách je veľmi významný. Pôsobivosť exponátov je síce najdôležitejšia, ale bez účasti výrazových prostriedkov propagačnej grafiky nie je dosiahnuteľná. Bez podkladových plôch, línií, farebných tvarov, pútačov, písma by estetická úroveň bola veľmi chudobná a pôsobenie na vnímanie adresáta omnoho slabšie. Výrazové prostriedky ako doplnky výstavných exponátov nesmú prevažovať. Je potrebné zachovať určitú mieru, aby neprevyšovali obsah exponátov, aby neboli príčinou neúspešnosti pri dosahovaní komerčného cieľa.

Pri kompozícii sa riadime určitými zásadami:

- 2) Kompozícia monotematická – tlmočenie jednej myšlienky, idey.
- 3) Kompozičná štýlovosť – kompozícia musí mať jednotný charakter a má mať harmonický celok tak, že každý použitý prvok má svoje opodstatnenie, bez jedného z nich by kompozícia stratila súvzťažnosť, bola by rozkolísaná. Kompozičný celok pritom má byť členitý, tvarovo pestrý, rozmanitý, zaujímavý. V bohatosti stručný, esteticky pôsobivý. Len stručná reklama je dobrá a účinná. Estetickosť propagačných prostriedkov spočíva v jednoduchosti. Najdôležitejšou kompozičnou zásadou je prehľadnosť kompozičných prvkov a intenzita výrazových prostriedkov. Jednotnosť a ucelenosť idey – myšlienky je vyjadrená súdržnosťou kompozičných prvkov. Dobrá kompozícia je harmonický celok, vytvorený výtvarným citom tvorcu. Súdržnosť kompozičných prvkov sa dosiahne dotykom prvkov alebo prekrývaním, nie však na úkor čitateľnosti tvaru. Dobrú zviazanosť kompozičných prvkov dosiahneme spájaním aj tvarovo rovnakých, ale veľkosťou rozdielnych prvkov, ktoré zostrojujeme po uhlopriečke na menšie, resp. väčšie tvary.

Písmo

Svojou ustálenou formou zasahuje každodenný život moderného sveta.

Spoluvytvára prostredie, ktoré vnímame nielen významovo, ale často aj vizuálne v spojení do rôznych optických znakov. Písmo má dve funkcie: praktickú – oznamovaciu a estetickú. Písmo ako znak má v umeleckej – grafickej tvorbe netradičné komunikatívne poslanie: je dôležitým prvkom grafickej tvorby. Vzťah písma a tvaru má svoju históriu od obrázkového písma po hláskové. Ako komunikatívny prostriedok prechádzalo vo svojom vývine od znaku konkrétneho predmetu k abstrakcii. Redukcia foriem písma bola v antickom Grécku. Gréci ho prevzali od Feničanov, bolo jednoduché, geo-

metrické, vyjadrujúce jednu hlásku reči a z neho potom vznikli písmená. Tak sa vytvoril písmový znak aj s estetickými kvalitami. Tu sa spája praktická funkcia s estetickou, čo spôsobilo, že písmo sa stalo predmetom vizuálnej tvorivej typológie. Prekonalo historické obdobia od staroveku, stredoveku po súčasnosť, kedy sa už ustálili jeho formy. Používajú sa nielen v bežnej komunikácii, ale stali sa umeleckým prvkom s funkčným a estetickým poslaním. Písmo sa tak stalo dôležitým objektom záujmu výtvarných umelcov, najmä grafikov. Pre mnohých sa stalo hlavnou témou tvorby. Vo výtvarnej tvorbe plní písmo významný formálny komponent, podriaďujúci sa celkovej kompozícii. Písmo má úlohu aj podriadeného abstraktného prvku, realizovaného písmovou kolážou. Pre propagačného grafika patrí k hlavným prvkom jeho tvorby ako funkčný a zároveň dekoratívny prvok. Písmo je integrovanou súčasťou grafického výsledku a tvorí so spolukomponentmi estetický výtvarný celok. Tvary písma v akejkoľvek abstraktnej forme zostávajú symbolom a v každom jeho type ponechávajú si príbuznosť s výtvarnou krásou. Veľkosť tvaru a formy používaného písma ovplyvňuje cieľ autora, ktorý akcentuje jeho potrebu. Preto je písmo aj dôležitým umeleckým materiálom a patrí do výtvarnej tvorby ako významná súčasť moderného sveta i psychiky človeka. Je primárnym kompozičným elementom v propagačnej grafike.

Tvary – formy písma rozdeľujeme do dvoch skupín: rukopisné a konštruované. Rukopisné písmo sa tvorí – píše voľnou rukou pomocou písacích nástrojov, rozličných pier, štetcov, drierka a pod. Konštruované písmo sa zhotovuje pomocou technických pomôcok.

Podľa tvaru rozlišujeme veľkú – majuskulnú a malú – minuskulnú abecedu. Stopa, ktorou sa znázorňujú jednotlivé písmená, rozdeľuje písmo na **grotesk** (jeho tvary sú tvorené rovnakou hrúbkou – silou stopy v každom smere a označujeme ho aj ako paličkové písmo) a **antikvu** (tvary písma sú tvorené rozdielnou stopou, odvodenou podľa stopy nástroja, ktorý zanecháva stopu ako stuhu). Písmo môže byť lineárne a plošné.

Farba

Človek vníma okolitý svet farebne. Základnou podmienkou farebného videnia je svetlo. Teda farba je svetlom vyvolaný jav, odrážajúci sa na povrchu predmetov. Pod pojmom farba rozumieme farebný pocit, ktorý vzniká svetelným dráždením oka.

Farbu delíme do dvoch skupín:

- 1/ Farby achromatické – nepestré, biela, čierna a šedá.
- 2/ Farby chromatické – pestré, červená, žltá, modrá a z nich odvodené farby – oranžová, zelená, fialová.

Každá farba je charakterizovaná tromi kvalitami: tónom, sýtosťou a svetlosťou.

V skupine **achromatických farieb biela a čierna** sú primárne a ich spojením v určitom pomere odvodzujeme farby **šedé**.

Chromatické farby – červená, modrá, žltá sú primárne, **oranžová, fialová, zelená** sú sekundárne. Sekundárne farby vznikajú spojením dvoch primárnych, napr. žltá + modrá = zelená.

Vo farebnom kruhu, ktorý tvoria chromatické – pestré farby, stoja oproti sebe protikladné farby. Dvojicu protikladných farieb vytvára jedna primárna a jedna sekundárna farba. Každá dvojica protikladných farieb obsahuje prítomnosť všetkých troch primárnych farieb, pretože sekundárne farby sú odvodené z ďalších dvoch primárnych farieb, z nich vznikli. Pestré farby na základe ich vlastností, ktorými môžu

vyvolávať určité fyzikálne pocity, delíme na teplé a studené. **Teplé farby** sa vo farebnom spektre nachádzajú okolo červenej a žltej farby a spolu s nimi vyvolávajú v nás pocit tepla. Sú to červená a oranžová, žltá, žltozelená, červenofialová. **Studené farby** sa vo farebnom spektre nachádzajú okolo modrej a spojení s ňou vyvolávajú pocit chladu. Sú to modrá, modrozelená, modrofialová. Farebný tón, jeho sýtosť meníme priradovaním nepestrých farieb (biela, čierna) do pestrých farieb. Bielej farbe prisudzujeme prítomnosť svetla, preto ňou zosvetlíjeme farebný tón pestrých farieb. Čierna farba vyjadruje neprítomnosť svetla, ňou pestré farebné tóny stmavujeme.

Farba od svojho historického uplatnenia má vždy silný výrazový účinok s rozličným významom. Symbolizovala víťazstvo, smútok, moc, radosť a pod. Farebný vnem je vždy subjektívny. Vo výtvarnej práci sa viac narába s vizuálnym a fyziologickým pôsobením farieb, ktorý sa zameriava na rôzne účinky svetla a farieb na náš zrak a mozog. Ešte dôležitejšie je psychologické či emocionálne pôsobenie, spočívajúce v účinkoch farieb na našu psychiku. Medzi psychické vplyvy farby na človeka patrí aj **synestézia** – predstava, ktorá vzniká pri podráždení iných zmyslových oblastí, napr. počúvanie hudby, tóny hudby môžu vyvolať predstavu farieb, a **asociácie** – združovanie predstáv pri silných emocionálnych zážitkoch, napr. strach, bolesť.

Rôzne vplyvy farby na človeka sa vo výtvarnej práci využívajú na zvýraznenie určitého výtvarného javu. Tu sa využíva zobrazovacia hodnota funkcie farieb, ktorá môže slúžiť aj na vyjadrovanie citového stavu človeka.

Charakteristika farieb

Farby majú fyziologické a biologické účinky, založené na ich psychickom význame a na ich vlastnostiach, ktoré sa opierajú aj o výtvarné skúsenosti a účinky. J. W. Goethe, ktorý zhrnul svoje pozorovania, prisúdil farbám vplyv na ľudskú psychiku a na ich pôsobenie na zrak a výtvarné uplatnenie.

Farbám sa pripisujú tieto vlastnosti:

Pestré – chromatické farby – primárne.

Žltá je najsvetlejšia z pestrých farieb. Je žiarivá a svietivá, povzbudivá, prít'azlivá, živá, veselá, dráždivá. Asociuje slnko, zlato, jar, mladosť. Je veľmi citlivá k ostatným farbám. Symbolicky vyjadruje závisť, žiarlivosť, zradu a neveru.

Červená sa považuje za spoločenskú farbu. Je stredne svetlá a teplá, ťažká a živá. Psychologicky pôsobí vzrušujúco, povzbudivo až naliehavo, považuje sa za najaktívnejšiu farbu a asociuje oheň, žiaru, krv, vnútorné teplo a zrelosť plodov. Pokladá sa za farbu života, vášne, moci, pýchy a hnevu, nádhery a bohatstva.

Modrá je tmavá a studená, vlhká, ľahká až nehmotná farba. Má tendenciu ustupovať, vyvolávať ilúziu priestoru. Asociuje vodu, morské hlbiny, dial'avu. Symbolizuje vieru a vernosť, zdržanlivosť a chlad. Vyvoláva túžbu a snenie. Je pokojná a vážna so schopnosťou koncentrácie. Umožňuje vytvárať množstvo svetlých odtieňov.

Pestré – chromatické farby – sekundárne.

Zelená je tmavá, vlhká, chladná farba. Asociuje prírodu, trávu, les. Symbolizuje nádej, mier, mladosť, pokoj, zosvetlená žltou farbou aj radosť a optimizmus. Pôsobí osviežujúco a priateľsky, upokojujúco.

Oranžová je jasná, veselá až ohnivá farba. Považuje sa za najteplejšiu. Asociuje slnko, oheň, zlato, zrelé plody. Symbolizuje bohatstvo, radosť, je aktívna a v spojení s červenou jej aktivita rastie. Je veľmi citlivá na čistotu tónu.

Fialová je zo sýtych farieb najtmavšia až ponurá. Asociuje fialku, súmrak, mračná. Symbolizuje tajomnosť, poveru, ale aj vznešenosť, mystiku, pokánie a smrť. Vyvoláva nepokoj a odcudzenie. Symbolizuje aj duchovnú moc. Farebnú škálu má rozsiahlu v spojení s rozdielnym pomerom červenej a modrej farby.

Nepestré – achromatické farby.

Bielá farba vyjadruje prítomnosť svetla, čistotu. Symbolizuje nevinnosť, hygienu, večnosť. Bielou farbou sa zosvetľujú všetky farebné tóny.

Čierna je najtmavšia farba, je pevná, ťažká, vážna. Asociuje tmú, smrť. Symbolizuje prázdnotu, ničenie, zlo. Je farbou smútku a depresie. Čierna farba stmavuje farebné tóny, pretože vyjadrujú neprítomnosť svetla. Vo výtvarnej tvorbe sa používa na harmonizáciu farebných riešení.

Šedá je neutrálna farba medzi čiernou a bielou. Asociuje prach, špinu, symbolizuje chudobu, priemernosť, biedu. Šedosť je dobrým podkladom na zvýraznenie pestrých farieb.

Hnedá farba je mnohotvárna, neutrálna, vhodná na zvýraznenie pestrých farieb.

FARBA plní významnú funkciu v reklame a v propagácii vôbec. Farbou obalov vieme rozlíšiť kvalitu tovaru a získavať kupujúcich. Decentné a kultivované zladenie farieb vyvoláva dojem luxusu a kvality výrobkov. Prehnaná pestrosť vzbudzuje dojem lacnosti až braku. Nielen vkusne zladený obal, ale aj farba účinne prispieva k predaju výrobkov.

Adresa autora: Doc. PhDr. Karol Thiry, Fakulta architektúry Slovenskej technickej univerzity, Nám. slobody 19, 812 45 Bratislava, T: 02/5727 6372.

Advertising Graphics: A Form of Visual Communication

Thiry, K.

Keywords: abstraction – asymmetry – point – design – colour – geometry – graphics – harmony – communication – contrast – contour – curve – line – writing – face – straight line – promotions – proportion – advertising – rhythm – light – symmetry – text – form – brand

Advertising graphics is a specific form of visual communication. It is based on reception of means of expression and components of aesthetic value. It meets demand to be insightful. It manifests itself by composition of harmonic linear, superficial and coloured elements. Advertising graphics contributes to the shaping of man by visual information. It has an optically perceivable appearance.

By colour and form, it expresses intentional feelings, which are mediated by means of symbols expressed by graphic abstraction. Beside figure and colour abstraction, writing as a basic phenomenon of human communication belongs to the graphic means of expression too. Writing is an important element of graphic arts.