

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ШРИФТОВЫЕ МОНОКОМПОЗИЦИИ НА ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЯХ КОНЦА XX – НАЧАЛА XXI ВВ.

Г.О. ПАРХАЕВ

(Московский государственный текстильный университет им. А.Н. Косыгина)

Рекламно-информационные монокомпозиции – вторая по разнообразию ассортимента группа текстильных композиций после декоративных. К данной группе относятся шрифтовые текстильные монокомпозиции, содержание которых конкретно или опосредованно побуждает зрительскую аудиторию к какому-либо действию, либо прямо или косвенно доносит до нее рекламную информацию.

Рекламно-информационные монокомпозиции подразделяются на следующие группы:

- монокомпозиции с коммерческой рекламой;
- социально-агитационные монокомпозиции;
- монокомпозиции с политической агитацией;
- шрифтовые монокомпозиции на сувенирных изделиях.

Монокомпозиции с коммерческой рекламой отличаются своей заведомо торговой направленностью. Рисунки данной группы рассчитаны на то, что у зрителя осознанно или на уровне подсознания отложится в памяти увиденный образ, и он рано или поздно обратится за товарами или услугами в организацию, которой принадлежала реклама на текстиле. Самый распространенный вариант размещения подобных композиций на текстиле – логотип или название фирмы. В зависимости от задачи, которая стоит перед художником-проектировщиком, в композиции могут использоваться различные варианты графической организации рисунка. Если требуется напрямую заявить о рекламодателе, то чаще всего используется один центрально расположенный крупноформатный логотип. При проектировании

композиций декоративного характера, когда этого требует профиль фирмы-рекламодателя, возможно подключение изобразительно-орнаментальных элементов и более усложнена компоновка изображения. Если же, по каким-то причинам, главенствующей становится декоративная функция, то масштаб логотипа может быть уменьшен. Возможно и использование приема "тиражирование", когда рекламная надпись трактуется как раппортный мотив. Сочетание крупного логотипа с дополнительными второстепенными текстами неэффективно, поскольку рассеивает внимание зрителя и тем самым снижает рекламный эффект.

Помимо этого существуют и другие варианты чисто рекламных шрифтовых текстильных композиций. Например, они могут быть построены по принципу объявлений, где основной акцент делается на контактную информацию: телефон, адрес, сайт. Особых художественных приемов в этом случае обычно не применяется: просто крупный, хорошо читаемый текст печатается на груди или на груди и спине.

Социально-агитационные шрифтовые монокомпозиции, в отличие от предыдущей группы, не несут в себе непосредственной коммерческой функции, хотя опосредованно бывают связаны с призывом к материальным вложениям. Внутри этой подгруппы можно выделить два основных направления: надписи, посвященные глобальным социальным, гуманитарным, экологическим и другим проблемам; надписи, выражающие индивидуальную социальную позицию человека-носителя, его точку зрения на тот или иной аспект общественной жизни.

Монокомпозиции первого направления,

в свою очередь, подразделяются на несколько подгрупп: надписи абстрактного содержания, не призывающие к конкретным действиям: "Спасем мир", "Нет войне", "Миру – мир" и т.п.; надписи, посвященные конкретной проблеме – лозунги антивоенного характера, в защиту окружающей среды, в поддержку социальных программ и т.д.; надписи, агитирующие к участию в чем-либо. Подобные тексты граничат с чисто рекламными. Порой, даже графическая форма их идентична. Например, надпись на футболке "GREEN-PEACE" одновременно является и чисто рекламной, прославляя данную организацию, и социально-агитационной, выражая поддержку защите природы.

Социально-агитационные шрифтовые монокомпозиции граничат с сувенирными, когда какое-либо мероприятие посвящено определенной проблеме. Например, музыкальный концерт в помощь жертвам теракта. В этом случае текстильные носители обычно снабжены и символикой самого концерта, представляя сувенирную продукцию, и тематической социальной надписью – слоганом или лозунгом, отображающим проблему, которой посвящено представление.

Второе направление шрифтовых монокомпозиций социально-агитационного характера отличается более личным взаимодействием человека-носителя сообщения с самой надписью. Если в предыдущем направлении на первом месте стояла проблема, а человек выступал лишь в качестве подвижного плаката, заявляющего о ней, то здесь – на первое место выдвигается характер конкретного индивидуума, а надпись служит средством его раскрытия. Графическое решение этого направления может быть различное: самодельные надписи; изделия с готовыми (фабричными) узкопроблемными надписями; знаковые изображения, пиктограммы и логотипы, подразумевающие определенную социальную позицию – например, определенным образом начертанная буква "А" в круге, обозначающая слово "анархия" – весьма популярный шрифтовой элемент в текстиле неформальных молодежных движений.

Композиции второго направления более приспособлены к разнообразным художественным решениям. Если первые преследуют основной целью донесение до аудитории сути серьезной проблемы, для чего нужен хорошо читаемый текст на локальном фоне без лишних элементов, то надписи второго направления призваны раскрыть воззрения человека, потому более эмоциональны. Здесь логичны и широкий диапазон разнохарактерных шрифтов, и вспомогательные изобразительные и фактурные элементы, и разнообразие компоновок и цветовых решений.

Шрифтовые текстильные монокомпозиции с политической агитацией по своей сущности и графическому характеру во многом сходны с рисунками предыдущей группы. Но разница в том, что круг проблем, которые они освещают, более узок, и мы предлагаем политические текстильные композиции рассматривать все-таки отдельно вследствие их специфического содержания.

Среди данных монокомпозиций выделяются надписи следующих направлений: надписи в поддержку конкретных политических объединений и деятелей; надписи, оппозиционного характера; надписи патриотического содержания; надписи, посвященные конкретным политическим событиям.

Политические шрифтовые композиции по своей форме исполняются как обычные лозунги – лаконичные надписи крупными буквами и хорошо читаемым шрифтом. Характерной особенностью данной подгруппы является то, что текст политических лозунгов инвариантен. Текстиль с политическими шрифтовыми монокомпозициями также широко представлен транспарантами из ткани, используемыми на демонстрациях, забастовках, митингах и т.п. Достаточно вспомнить классический пример – широко известные советские красно-белые транспаранты с многочисленными политическими призывами.

Среди шрифтовых монокомпозиций на сувенирных изделиях следует выделить следующие направления: событийные; туристические; корпоративные.

Особенностью данной группы рекламно-информационных шрифтовых текстильных композиций является то обстоятельство, что такие композиции не предваряют собой какое-либо действие, ожидаемое от зрителя, а являются заключением, дополнением к нему. Данные изделия распространяются непосредственно на самом мероприятии среди людей, которые и так уже купили на него билеты и пришли. Прямая агитационная функция в этом случае упраздняется.

Событийные надписи, посвященные конкретным мероприятиям, обычно включают в себя название события, логотип и дополнительный текст, который может состоять из описания времени и места проведения, слогана, списка участников.

Туристические сувенирные шрифтовые монокомпозиции обычно присутствуют на текстиле в сочетании с изобразительными элементами. Последние отражают самобытность и достопримечательности мест их распространения (страны, города, курорта), усиливая стереотипные представления туристов. Среди отечественной продукции такого рода можно назвать многочисленные "арбатские" футболки с изображениями Ленина и надписями "СССР" в различных вариациях. Также хорошо известны изделия, продающиеся на египетских, греческих, французских, турецких и других популярных курортах, с рисунками и надписями, основанными на богатой культурно-этнической истории этих стран. Это касается и непосредственно самих шрифтов, подбираемых исходя из вековых национальных традиций письменности.

Корпоративные сувенирные шрифтовые монокомпозиции наиболее широко представлены рисунками, посвященными

различным музыкальным коллективам, но вместе с тем не являющиеся их прямой рекламой. Многие из них уже не существуют, но текстиль с их изображениями продолжает выпускаться и пользоваться спросом. Шрифтовые композиции на музыкальную тематику, как правило, включают только название коллектива или имя исполнителя. Нередко его дополняет какой-либо второстепенный текст – например, строка из песни или название альбома.

Также к этой подгруппе необходимо отнести одежду болельщиков различных спортивных клубов. В этом случае употребление шрифтовых композиций тесно граничит с коммерческой рекламой. Рекламно-сувенирные шрифтовые монокомпозиции на спортивную тему состоят из названия спортивного клуба или, если они стилизованы под форму одежды настоящих игроков команды, то присутствуют все шрифтовые атрибуты, свойственные спортивной форме: командный номер спортсмена, название клуба, а иногда даже и логотипы спонсоров.

Рекламно-информационные шрифтовые композиции на текстильных изделиях являются неотъемлемой частью современного рекламного мира. Для усиления эффективности воздействия на зрителя таких композиций важно точное понимание уместности их использования в каждом конкретном случае и художественное воплощение, включая тщательный подбор шрифта.

Рекомендована кафедрой рисунка и живописи.
Поступила 24.04.09.
