



DIZAJN PLAKATA 1/3

mali tikovi

ZA DOBAR POSTER

Dobar poster je onaj koji će privući pažnju
i istaknuti se od ostalih iste ili drugačije vrste.

To može postići ako vodimo računa o nekoliko slijedećih stvari:

1. STRUKTURA ELEMENATA

postoje djelovi vizuala koje primjećujemo prve - nesvjesno. Polja fokusa na posteru. Veličina, boja i pozicija elemenata mogu izmjeniti taj fokus.

Dijagonale - pozitivne i negativne - prenosit će podsvjesnu poruku o padu ili rastu.

- Lijeva, desna, gornja i donja pozicija na formatu:
 - gornji dio postera zahtjeva više truda za percipiranje informacija
 - desna strana formata prva privlači našu pažnju, pa tek onda lijeva

2. POZADINA, ELEMENTI I PRAZNINE

Praznine oko glavnih elemenata (tipografije ili ilustracije) naglašavaju bitne stvari i ostavljaju dojam prozračnosti. Dozvoljavaju da glavni elementi dođu do izražaja.



3. TIPOGRAFIJA

Tekstualni dio i slikovni dio moraju djelovati zajedno, dijeliti isti stil i ideju.

Ne smije se pretjerivati s količinom fontova i njihovim rezovima - **manje je bolje!**

4. VIZUALNI JEZIK

Ključni dio u razvoju uspješnog postera je ipak stil obraćanja publici.

Ovisno o identitetu određenog klijenta i njegovoj poziciji na tržištu potrebno se je pažljivo uklopiti u vizualni jezik.

Važno je voditi računa o teme koja je ciljna skupina koja se želi potaknuti i slika koju klijent želi dati o sebi.

Mnogi klijenti imaju standarde komunikacije koji im omogućuju prepoznatljivost na prvi pogled.

5. PRIORITETI INFORMACIJE

Potrebno je odrediti stupnjeve važnosti informacija.

Elementi ne smiju ometati jedni druge i moraju biti logično raspoređeni na formatu.

Treba izbjegavati pretravanje informacija jer će to samo zbuniti korisnika.

Važnije informacije idu u gornji dio vizuala, a slijede manje važne prema dolje.

6. ORIGINALNOST I RAZLIKA OD KONKURENCIJE

Da bi izdvojili svog klijenta od ostalih u istoj niši, potrebno je proučiti konkurenciju i napraviti odmak od nje.

Često dizajneri traže inspiraciju u tuđem radu.

Tako se otkriva što doprinosi dobroj komunikaciji, a što je dobro izbjegavati.

7. BOJE I KOLIČINA BOJA

Svaka boja proizvodi određenu emociju u promatraču. Potrebno je pažljivo odabrati koja će boja prevladavati na našem vizualu.

Ponekad je korisno smanjiti paletu boja.

To će dati jednu dozu profinjenosti i distancirati poster od ostalih koji su krcati bojom.

9. UTJECAJ NA EMOCIJE

Kako bi korisnik još dugo nakon uočavanja pamtio proizvod koji se oglašava, važno je potaknuti emocije.

10. ISTINITOST INFORMACIJA

Korisnik mora dobiti ono što mu se obeća.

U suprotnom zavijek ste izgubili klijenta.

11. VEZA POZICIJE OGLAŠAVANJA I KOLIČINE INFORMACIJA

Ako će poster biti postavljen na prometnom mjestu, sa puno konkurentskih postera oko sebe, da bi privukli pažnju gledatelja dobro je koristiti što kraću informaciju, velike dimenzije i snažne boje.

Što je format manji podnosi više informacija (billboard nasuprot flyeru)

12. PRIPREMA ZA TISAK

Unaprijed je potrebno odrediti sve parametre ispravno, kako bi dobili ono što želimo.

Tehnika tiska

Dorada

Format

...

FRIDAY
NOVEMBER 3RD
5:30-9:30 PM

SATURDAY
NOVEMBER 4TH
12-5 PM

SUNDAY
NOVEMBER 5TH
12-4 PM



ART ATTACK 2006

AT THE THE NORTHRUP KING BUILDING
1500 JACKSON STREET NE, MINNEAPOLIS • WWW.NORTHRUPKINGBUILDING.COM







