

ПЛАКАТ КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Валерия БАДОВСКАЯ^{1*}, Анастасия АРТЕМОВА¹,
Калина ПАШКЕВИЧ¹, Ольга ЕЖОВА¹

¹Киевский национальный университет технологий и дизайна, факультет дизайна,
кафедра рисунка и живописи, Киев, Украина

*Автор корреспондент: Бадовская, Валерия, badovsskaya12@gmail.com

Аннотация. В работе проведен анализ социального плаката как средства визуальной коммуникации и принципы его создания. Рассмотрены виды плакатов и особенности их дизайна.

Ключевые слова: социальный плакат, социальная реклама, плакат, принципы.

Социальная реклама неотъемлемая составляющая культуры нашего мира. Целью социальной рекламы является привлечение внимания общественности к актуальным вопросам сегодняшнего общества, изменение отношения к каким-либо проблемам, в долгосрочной перспективе, выработка новых социальных норм поведения. Социальная реклама влиятельный способ общественной коммуникации и формирования отношения к окружающей действительности.

Наиболее актуальным связующим элементом коммуникации является визуальный язык графики. Плакат это разновидность графики, который окончательно сформировался только в конце XIX в. Связано это с появлением возможности тиражирования изображений и текста. Настоящий скачок в популярности плаката был в начале XX в. во время Первой мировой войны. Широкое распространение в это время получил агитационный плакат. В дальнейшем плакат часто играл немалую роль как средство агитации, популяризации и т.д. Во второй половине XX в. плакат распространяется во все сферы жизни человека. Несмотря на свою навязчивость, искусство плаката сыграло значительную положительную роль в формировании человеческих ценностей.

В процессе работы над социальным плакатом активно используются методы психологического подхода для воздействия на сознания человека. Базируясь на общих принципах психологии, особенностях зрительного и ассоциативного восприятия, можно создать социальный плакат, который наиболее эффективно будет действовать на зрителя.

А.Н. Лаврентьев, описывая особенности плаката как средства коммуникации, отмечает, что он отличается обычно крупным форматом, на нем иллюстрация или фотография сопровождается кратким тестом или девизом. Используется в целях в агитации, рекламы, пропаганды, информирования или обучения [1].

С.И. Серов подчеркивает, что плакат является «наиболее массовой формой изобразительного искусства, выполняющей определенную утилитарную функцию, нацеленную на решение конкретных социальных задач», чему способствуют особенности исполнения этого вида визуальной коммуникации, когда «ясно и доходчиво представленная идея, раскрываемая с помощью ограниченного объема экспресс-информации» [2]. Автор подчеркивает, что плакат обязан воздействовать на зрителя за ограниченное время. Необходимость оперативности создает требования к конструкции и стилю создания плаката. Современный плакат использует широкий спектр изобразительных средств и техник. Возможности широкого использования смешанной техники и компьютерной графики делают плакат незаменимым коммуникационным носителем.

Различают такие виды плакатов: афиша (театральная), плакаты для выставок, музыкальные и киноафиши, спортивный плакат, агитационный плакат, рекламный плакат, информационный плакат, учебный плакат, социальный плакат и т.д.

Проведенный нами анализ показал, что можно выделить такие особенности создания социального плаката.

Социальный плакат призван, в первую очередь, убедить зрителя. Как род агитационного искусства плакат не может быть посвящен прошлому или проектировать будущее, а его тема должна быть современной и актуальной.

Плакат должен служить образному воплощению жизненно значимой идеи в присущих ему изобразительных средствах. Важно учесть в социальном плакате быстроту считываемости зрителем, поэтому дизайнеры часто используют текст, который должен быть лаконичен, читабелен и соответствовать поставленной задаче.

Затрагиваемая тема в большинстве случаев – это ключевой элемент содержания, так как плакат категоричен в силу агитационной ориентированности. Так же дизайнеры рекомендуют помнить об однозначности толкования для усиления выразительности.

Важнейшим этапом создания социального плаката является выбор грамотной композиции. Она помогает максимально четко передать содержательную сторону и отразить затронутую проблему в плакатном образе. Исходя из необходимости быстрого и однозначного считывания основной идеи плаката, рекомендуется помнить об продуманном управлении взглядом зрителя. Эту задачу можно решить путем выноса на передний пространственный или акцентно-изобразительный план главный композиционный центр.

Современный дизайн насчитывает множество приемов и самых разнообразных материалов. Дизайн плаката может быть цветным или черно-белым, нарисованным от руки или с помощью графических программ, любые возможные материалы, фотографии, объем и полотно. Дизайнер при создании плаката в средствах и способах выражения абсолютно свободен, но при этом желательно чтобы изобразительные средства «работали» на идею.

Выводы

Социальный плакат на протяжении своей истории менялся под влиянием множества факторов, но своей задаче пропаганды следовал неизменно. Социальный плакат как система визуальной коммуникации имеет влияние на различные слои социума: грамотно созданный плакат становится мощным инструментом транслирования новых ценностей и актуализирует поднятую проблему.

Литература

1. ЛАВРЕНТЬЕВ, А. Н., *История дизайна. Учебное пособие*. М.: Гардарики, 2010.
2. СЕРОВ, С. И., *Московский концептуальный плакат 1990-х годов*. М.: Линия График, 2014.