

Социальный плакат

Этапы построения социального плаката

Плакат- ?

- броское, как правило крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях.

Виды плаката- ?

1. Агитационный плакат.
 2. Рекламный плакат.
 3. Информационный плакат.
 4. Учебный плакат.
 5. **Социальный плакат.**
-

Социальный плакат

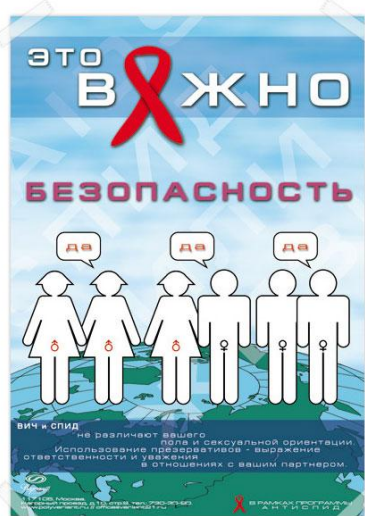
– это плакат, пропагандирующий базовые социальные ценности. В социальном плакате отражены социальные проявления личности, специфика социальных взаимоотношений в обществе, значимые социальные проблемы, угрозы и бедствия. Это же понятие носит также название - социальная реклама.

Социальный плакат - не только интересная картинка, прикрывающая стену, но и мощный инструмент, действующий на психику людей.



Цель социальной рекламы

— изменить отношение публики к какой-либо проблеме, привлечь внимание людей к конкретным социальным проблемам или сообщить о социальных инициативах властей, а в долгосрочной перспективе — выработать новые социальные ценности.



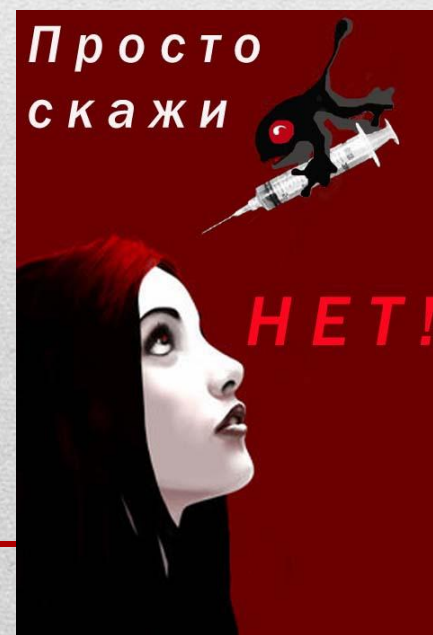
ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ДИЗАЙНА СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА

- 1. Необходимость **ОДНОЗНАЧНОГО ТОЛКОВАНИЯ** созданного образа. Все шумы и посторонние смыслы, мешающие восприятию основной мысли, идеи плаката, должны быть отброшены.

Рекламное агентство
Bates VIAG Saatchi&Saatchi
для организации
«Врачи без границ». 2002.
Данный плакат посвящен гибели
бездомных людей от холода зимой
на улицах Москвы.



- **2. ЛАКОНИЧНОСТЬ.** Ясные и яркие образы, краткие и нескучные фразы, которые люди способны воспринять буквально «на ходу», в суматохе современной городской улицы. Дизайнер должен знать современные эргономические требования в области визуального восприятия графических объектов, умело использовать весь арсенал композиционных и креативных средств для создания конкурентоспособного, запоминающегося и лаконичного плаката.



- 3. Удачно выбранное **СООТНОШЕНИЕ** **ИЗОБРАЖЕНИЯ И ТЕКСТА.**

Вариант 1: присутствие текста стремится к нулю. Это тот случай когда графический образ красноречиво и выразительно доносит мысль автора.

Жозеф
Мюллер. 1958.
Известный плакат
швейцарского
автомобильного
клуба о дорожной
безопасности

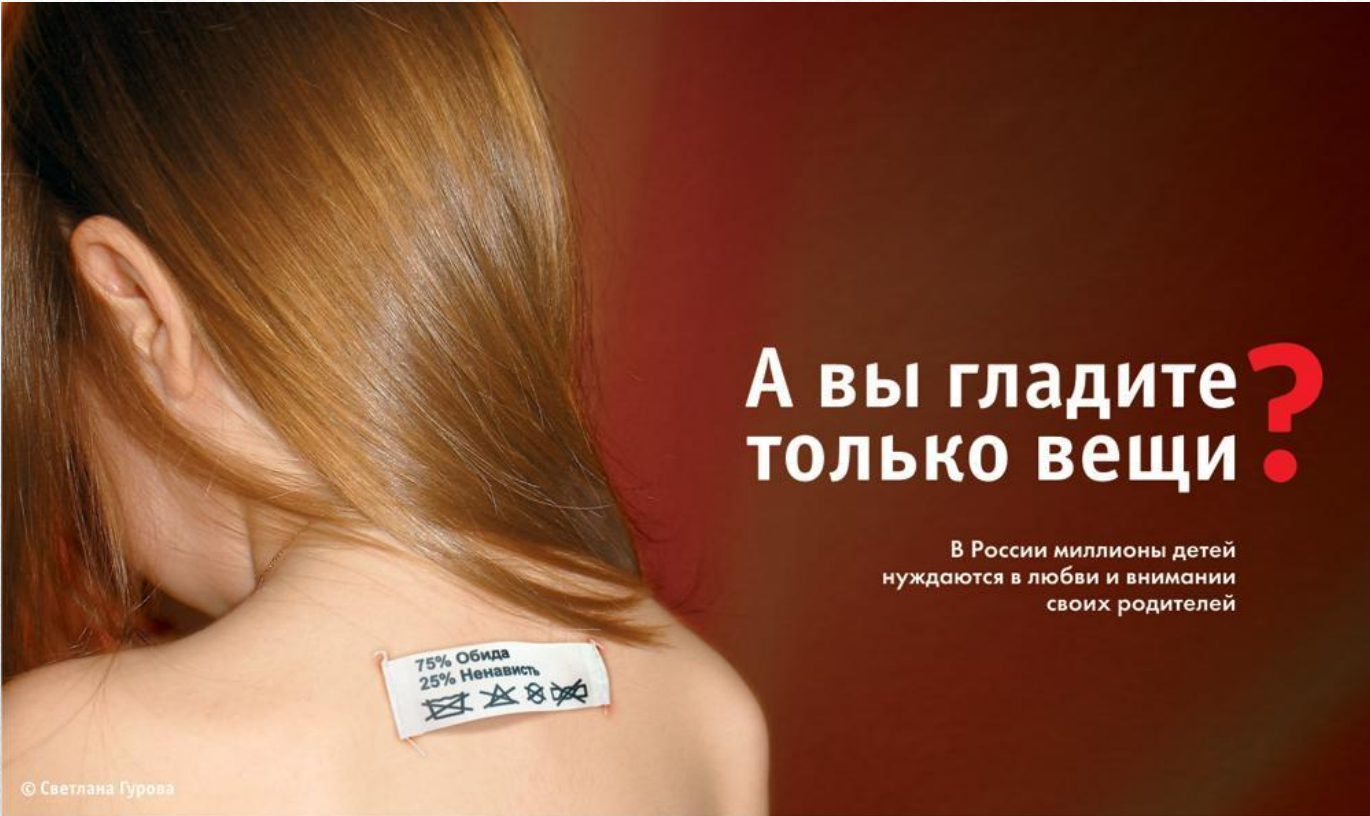


- **Вариант 2** (самый распространенный).

Текстовая часть и графическое изображение, дополняя и усиливая друг друга, являются необходимыми и неотъемлемыми компонентами социального плаката

Реклама берлинского
отделения всемирной
организации CHILD
HEALTH
FOUNDATION
(детский фонд
здравоохранения)





А вы гладите? ТОЛЬКО ВЕЩИ?

В России миллионы детей
нуждаются в любви и внимании
своих родителей

© Светлана Гурова

Вариант 3. Отсутствие картинки, т.е. полное доминирование текстовой части. Шрифтовая композиция в этом случае «принимает удар на себя.

Владимир Чайка
«Пива – нет».
1995. Культовый
плакат 90-х годов.



Рекламный плакат для Общества Борьбы со СПИДом под слоганом «We need your donation to fightit» («Нам нужна ваша финансовая поддержка, чтобы победить его»).



- **Игра дизайнера со знаками и буквами (Aid — помощь, поддержка, англ.) наглядно показывает, что при внесении в фонд пожертвований можно помочь разбить СПИД, победив болезнь.**
-

Специфика художественного языка плаката определяется тем, что:

- должен восприниматься на большом расстоянии,
 - привлекать внимание,
 - смысл изображённого должен сразу бросаться в глаза,
 - обобщённость форм (мгновенно запоминающихся),
 - кадрированность изображения,
 - большая роль силуэта,
 - яркого локального цветового пятна,
 - согласованность всех элементов композиции,
 - выбор шрифта (зависимость рисунка букв от содержания текста, ритм, стилевое единство шрифтов в плакате).
-

Задание:

Создание социального плаката в 3 вариантах:

- 1.** Присутствие текста стремится к нулю.
- 2.** Текстовая часть и графическое изображение, дополняя и усиливая друг друга.
- 3.** Отсутствие картинки, т.е. полное доминирование текстовой части.

Домашнее задание:

Выполнение социального плаката в программе GIMP.
