

Соціальний плакат – це плакат, який пропагує базові соціальні цінності

Актуальність: плакатна графіка на соціальну тему широко використовується у світі.

За допомогою соціальних плакатів можна привернути увагу людей до конкретних соціальних проблем та переконати вести правильний спосіб життя, не шкодити навколишньому середовищу, не приймати наркотики, не палити тощо.

Мета: визначити вплив соціального плаката як засобу мистецького впливу на суспільство та розробити один чи серію соціальних плакатів, присвячених темі (напр. Здоров'я).

Методи: формування концепції, вибір засобів графічного виконання та вивчення існуючих графічних зразків на тему соціальних плакатів.

Результати: вивчено всі етапи становлення плакатної графіки. Розроблено серію соціальних плакатів. Обґрунтовано концепцію та композицію плакатів.

Соціальний плакат: 4 основні принципи створення

Соціальний плакат.

Цільова аудиторія цього розділу не класифікується за віком, сферами діяльності та іншими ознаками.

Завдання жанру – торкнутися емоцій кожної людини, яка подивилася на такий плакат.

Соціальна реклама не несе в собі комерційної складової.

Вона орієнтована на більше духовні і загальнолюдські сфери життя - охорона середовища, пропаганда здорового способу життя, осмислене споживання природних ресурсів, сімейні цінності і так далі.

Особлива місія соціального плакату.

Привертання уваги громадськості до насущних проблем, формування нових корисних звичок у людей, спонукання до потрібної дії (чи бездіяльності). По суті, це інструмент зміни відношення людини до світу.

Якщо ви хочете створити плакат цього жанру, вам слід розуміти, що для такого формату не можна використовувати побиті фрази та стандартне оформлення – на це ніхто не зверне уваги.

Тому важливо донести інформацію своєчасно, коректно та при цьому нетривіально.

Дизайнер, що вибрав цей напрям, зобов'язаний шукати яскраву ідею, в якій зображення, текст, і їх подання посилюють вплив на аудиторію.

Щоб полегшити завдання дії на людські емоції і свідомість через плакати на соціальну тему, було розроблено декілька базових принципів.

Принцип 1. Необхідність однозначного тлумачення образу



У створенні соціальної реклами будь-які відступи від основної думки неприпустимі. Тому дизайнери, відсікаючи все зайве, залишають саму суть послання. А для того, щоб зробити цю суть ще більш очевидною, необхідний текстовий коментар, що є слоганом або гаслом.

Принцип 2. «На злобу дня»



Соціальний плакат – це дзеркало, яке відображає те, що відбувається в нашому повсякденному житті. Тому він має бути злободенним, точним, чесним та актуальним у всі часи.

Принцип 3. Лаконічність



Ритм життя сучасної людини дуже високий. Ми весь час на бігу. У таких умовах довге споглядання дизайнерського шедевра просто неможливе.

Тільки яскравий образ і хльосткий текст, що вибиваються із загальної сірої маси, можуть відірвати людину від поспіху та змусити її поглянути на проблему, яку дизайнер намагається донести.

Треба розуміти, що вулиці міста – не картинна галерея, де знавці розглядають найдрібніші деталі.

Соціальна реклама має підкорятися сучасним ергономічним вимогам.

Ці вимоги засновані на знання психології та фізіології людини, тому важливо використовувати ці інструменти при створенні композицій.

І, звісно, підкріплювати все креативним підходом.

Принцип 4. Співвідношення зображення та тексту

Варіант 1: Головне – картинка



У центрі уваги у цьому варіанті – зображення.
Візуальне рішення, підкріплене короткою фразою, складається в композицію, яка доступно та красномовно доносить основну думку роботи.

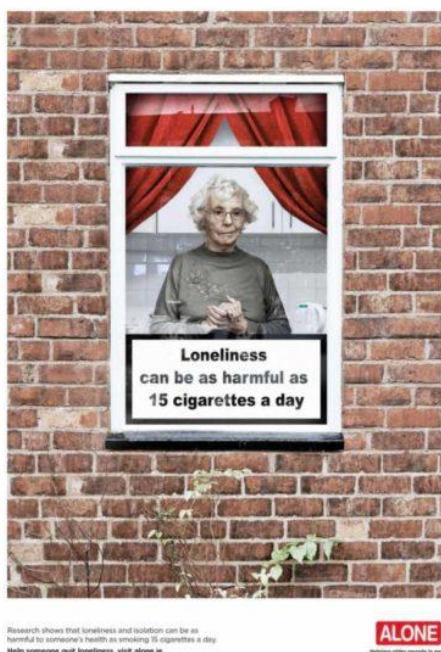
Варіант 2: Головне - текст



На противагу першому варіанту, тут картинка відсутня повністю, існує тільки тло, що підкреслює текстову частину.

Домінанта текстової частини, гра слів і відсутність візуального шуму - головні принципи розробки такого роду реклами.

Варіант 3: Баланс тексту та картинки



Цей варіант є поєднанням візуальної частини плаката і його текстового наповнення рівною мірою. Обидві цих складових взаємодіють і доповнюють один одного, тим самим збільшуючи ступінь на глядача.

Плакат повинен:

1. привертати увагу;
2. зрозуміло доносити зміст послання;
3. моментально сприйматися та запам'ятовуватися;
4. мати хорошу видимість на великих відстанях;
5. мати чіткий і зрозумілий кадр, на якому акцентовано увагу;
6. бути виконаний в ефектній та ефективній кольоровій гамі.

За дотримання всіх перерахованих принципів і вимог, кожна людина, яка ознайомиться з посланням правильно виконаного соціального плаката, сформує своє ставлення до суті проблеми, що відображається.

При цьому не обов'язково, що він має погодитись з автором соціального плакату. Головне, що людина побачила і зафіксувала Ваше посилання! Адже саме цей момент готує ґрунт для реальної дії щодо будь-якої проблеми.