



УДК 659.133:316.64

СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ СВІДОМІСТЬ

Студ. Н.С.Пономарьова, гр. БДрск 2-16

Наукові керівники: ас. Н.М. Пшінка

ас. О.С. Гальчинська

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Мета наукового дослідження полягає у визначенні головних функцій соціального плаката і з'ясуванні засобів і прийомів впливу візуальних образів на громадську свідомість.

Завдання: 1) визначити комунікативну природу та функції соціального плаката; 2) висвітлити особливості соціального плаката як мистецького твору, спектр прийомів і

Об'єкт дослідження – соціальний плакат як засіб формування громадської свідомості в українському суспільстві.

Предмет дослідження – дизайнерські засоби створення соціального плаката.

Методи та засоби дослідження. Для досягнення мети роботи були використані наступні методи дослідження: пошуковий, контент-аналітичний, порівняльний, емпіричний. Засоби дослідження: друковані джерела, інтернет-ресурси.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Соціальний плакат є одним із засобів впливу на свідомість людей, що має на меті виховання громадської активної позиції, суспільних цінностей, спонукання людей до усвідомлення суспільно важливих проблем та громадських ідей. Особливо актуальними сьогодні в Україні є теми патріотизму, небайдужості до спільного майбутнього, готовності захищати Батьківщину від ворогів, а також охорона довкілля, розвиток культури і мистецтва тощо. Відгукуючись на нагальні потреби сьогодення, соціальний плакат стає комунікаційним провідником національної ідеї. Така тематика вимагає сміливих дизайнерських рішень і прийомів, у яких поєднуються традиції і новаторство.

Результати дослідження. Соціальний плакат виконує подвійну функцію; це – твір графічного мистецтва і водночас засіб масової наочної агітації, призначений для пропаганди головних соціальних цінностей, донесення важливої інформації до якомога ширших верств населення. Він відображає соціальні відносини в суспільстві, вагомі соціальні проблеми та загрози.

Соціальний плакат виник у другій половині XIX ст. у результаті еволюції шрифтових театральних афіш і оголошень, на яких дедалі більше місці відводилося орнаменту і фігурним зображенням. Плакат став найбільш розповсюдженим на початку XX ст., в роки Першої світової війни, і відтоді не втратив актуальності. Сьогодні найактуальнішими для нашого суспільства є теми державної єдності, національного патріотизму та відсічі ворогам на сході України. Отже, дизайнер плаката має знайти чітку візуальну формулу, зоровий образ, який донесе до громадян важливе послання, ідею, стимулюватиме до висновків і дій. Для дизайнера необхідним є розуміння комунікативної природи соціального плаката. Комунікація, що здійснюється за допомогою нього, характеризується трьома основними функціями: 1) інформаційною; 2) мотиваційною; 3) експресивною, або виражальною. Дизайнеру дуже важливо знати, як здійснюється сприйняття образів аудиторією. Сприйняття соціального плаката будується на трьох основних послідовно реалізованих позиціях: прочитати, зрозуміти сприйняти. Різні соціальні явища в певний момент історії впливають на емоційний стан як кожної людини окремо, так і суспільства в цілому. Соціальний плакат має



враховувати емоційне сприйняття суспільством тих чи інших проблем та грати на контрасті, давати людям поштовх там, де його не вистачає, у зневірі давати надію, в момент байдужості – навпаки, сконцентрувати увагу й напругу. Тому зорові образи, втілені в плакаті, повинні мати надзвичайно широкий емоційний спектр, який досягається різноманітними виражальними засобами.

«Плакат акумулював у собі досягнення станкової та книжкової графіки, фотографії та типографіки, він є невід'ємною частиною візуальної культури, ефективним засобом масової інформації... Специфіка художньої мови плаката визначається тим, що він повинен сприйматися з відстані, привертати увагу на фоні інших засобів візуальної інформації» [3].

Формат, розмір соціального плаката може бути найрізноманітніший, залежно від того, де його планують розмістити: на рекламних щитах вздовж доріг чи на сірниковій коробці.

У створенні дизайну соціального плаката важливо дотримуватися таких принципів: 1) однозначність і зрозумілість образу: все зайве, що не має значення, має бути відкинуто; 2) лаконізм, графічна виразність донесення думки; 3) синхронність; відповідність сприйняттю сучасного користувача.

За композиційними особливостями вирізняють такі плакати: 1) центральним є зображення, тобто текстова складова майже відсутня; 2) текст і графіка доповнюють один одного, будучи невід'ємними компонентами; 3) домінування тексту або й повна відсутність малюнка. У плакаті часто використовують художню метафору, різномасштабні фігури, поєднання фотографії, малюнка, живопису. Особливу увагу надають текстовому компоненту – шрифтовій композиції, розміру і кольору шрифту.

Висновки. Розглянуто деякі історичні аспекти розвитку соціального плаката, здійснено теоретичне узагальнення сутності поняття «соціальний плакат» та його функцій. З'ясовано, що соціальний плакат – це специфічна жанр графічного дизайну, метою якого є вплив на громадську свідомість, донесення суспільно важливої інформації через емоційне сприйняття зорових і вербальних образів, поєднаних дизайнером в одному творі. Висвітлено спектр прийомів і виражальних засобів, які застосовує дизайнер у роботі над соціальним плакатом.

Ключові слова: соціальний плакат, соціальні комунікації, образотворчі засоби впливу, жанрові та композиційні особливості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арджанов Н. П., Пирогова Т. А. История отечественной рекламы: Галерея рекламной классики / под общ. ред. Е. В. Ромата. – Харьков : Студцентр, 2004. – 304 с.
2. Гладун О. Соціальний/екологічний плакат як феномен графічного дизайну // Вісник ХДАДМ : зб. наук. пр. / за ред. Даниленка В. Я. – Харків : ХДАДМ, 2008. – № 4. – С. 21–27.
3. Малиновський В. Значення соціального плаката / Валерій Малиновський ; Косівський інститут прикладного та декоративного мистецтва Львівської національної академії мистецтв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://art-kipdm.if.ua/2013/05/25/904/>
4. Попова Т. Види соціального плаката [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://loveprint.com.ua/uk/news/types-social-poster/>
5. Як створити ефективний соціальний плакат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://art-course.co.ua/statti/4-yak-stvoryty-efektyvnyi-sotsialnyi-plakat>