

УДК 74.01/.09

СОЦИАЛЬНЫЕ ПЛАКАТЫ НА ТЕМУ “МОЛОДЕЖЬ ПРОТИВ ТЕРРОРА”

Белоусова Дарья Алексеевна

ФГБОУ ВО Нижневартровский государственный университет,
г. Нижневартовск.

Отдел связи с общественностью, специалист по связям с общественностью.
kagaminemisaki@mail.ru

Аннотация

Терроризм – это довольно важное социальное явление, которое заключается и несет в себе противоправное применение экстремистских форм насилия со стороны террористов, а также угрозу и насилие мирного общества для устрашения с целью достичь конкретных идей в политической системе. Значимость вопроса борьбы с терроризмом надиктована нашей реальностью. Сейчас молодое поколение в возрасте от 14 до 25 лет наиболее подвержено терроризму. Именно в этот возраст происходит формирование личности и поиск жизненного пути. Цель данной статьи состоит в формировании у молодежи установок по неприятию идеологии терроризма. В современном обществе социальные плакаты являются актуальным и эффективным действием, способствующим привлечению внимания к социальным проблемам.

Ключевые слова: террор, социальный плакат, дизайн, молодежь, композиция

SOCIAL POSTERS ON THE THEME “YOUTH AGAINST TERROR”

Darya A. Belousova

Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk.

Public Relations Department, Public Relations Specialist

ABSTRACT

Terrorism is a rather important social phenomenon that involves and carries the illegal use of extremist forms of violence by terrorists, as well as the threat and violence of a peaceful society to intimidate in order to achieve specific ideas in the political system. The importance of the issue of combating terrorism is dictated by our reality. Now the younger generation aged 14 to 25 is most susceptible to terrorism. It is at this age that the formation of personality and the search for a life path takes place. The purpose of this article is to form attitudes among young people to reject the ideology of terrorism. In modern society, social posters are an actual and effective action that helps to attract attention to social problems.

Keywords: terror, social poster, design, youth, composition.

Актуальность: Социальный плакат, как явление, относительно нов и малоизучен в России. Его возникновение связано с наличием конфликтных ситуаций и противостоянием на уровне социальных групп в обществе, что требует созидательных стимулов и процессов. Основная цель социального плаката заключается в раскрытии проблем и указании на важные нравственные ценности общества. Такие плакаты могут способствовать формированию идей, установок, этических принципов, стереотипов и убеждений, однако главной функцией является склонение читателя к действию. Современное искусство социального плаката включает в себя глобальные проблемы, стоящие перед развивающимся обществом. В современном мире одной из главных проблем является терроризм.

Цель: разработка серии плакатов, направленных на профилактику противодействия терроризму и формирование у молодежи установок по неприятию идеологии терроризма.

Методы исследования: теоретический анализ, синтез методических рекомендаций по проблеме исследования, методологической литературы, сборников научных работ диссертационных исследований; статистические методы - представление результатов дизайн проектирования; эмпирические методы - метод зрительного сравнения, метод аналогии, метод художественного проектирования.

В ходе исследования истории создания плаката позволило выявить его роль в жизни общества и в искусстве. Основным источником возникновения социальной рекламы – это наша общественная жизнь, изобилующая всевозможными конфликтными ситуациями и противостоянием социальных групп. Проблема терроризма постоянно присутствует в общественном дискурсе. Терроризм являет собой наиболее опасную социальную дисфункцию, среди всех остальных видов преступлений. Таким образом, анализ и исследование проблемы терроризма позволит выявить его противоречивость и многоплановость, что говорит о необходимости его дальнейшего изучения [1].

Рассмотрим, а также проанализируем структуру плаката, удачные цветовые решения, варианты создания целостной и уравновешенной композиции. Большое значение в плакатах также имеет: лаконизм; выразительность текста; силуэтность; эмоциональность; цветовое решение; литературная формулировка; композиционное размещение текста. Все приемы, начиная от сочетания цветов и кончая игрой контрастов, должны выделять основную идею социального плаката [2].

Для серии плакатов «Молодежь против террора», изучалась и исследовалась эта сложная социальная проблема, а также выявились пути его решения. Цель состояла в разработке серии плакатов, направленных на профилактику противодействия терроризму и формирование у молодежи установок по неприятию идеологии терроризма. Для данной работы были рассмотрены наиболее часто используемые террористами атрибуты, среди которых: огнестрельное оружие; взрывчатое устройство; холодное оружие; телефонный терроризм. Наиболее же важным и надежным средством в борьбе с терроризмом и экстремизмом среди молодежи является его профилактика. Воспитание таких духовных ценностей в ребенке с раннего детства, как: умение ценить жизнь, мир, труд, во многом определяет его дальнейшее формирование личности и определенных установок [3].

Составляющие творческого процесса - замысел, тема и сюжет. Был осуществлен анализ в ходе, которого выявили основную идею, замысел и тематику для создания серии плакатов «Молодежь против террора». Для будущей серии плакатов были обозначены существенные признаки, такие как: динамичность, яркость, краткость и четкость выражения. Как уже было сказано выше, искусство композиции заключается в том, чтобы заставить, убедить зрителя рассматривать плакат в том порядке, в каком его мы задумали

[4]. В серии плакатов с помощью графических средств изображены виды терроризма. В качестве главного элемента композиции было решено использовать гипсовые головы античности. Для этого, была произведена фотосъемка данных объектов для их дальнейшего использования в плакатах. Обработывались фотографии в графическом редакторе Adobe Photoshop и Corel Draw. Задняя часть плаката имеет два контрастных цвета – черный и белый, расположены они по горизонтали, вертикали и диагонали с левой стороны и с правой. На них был также применен эффект особого наложения в виде текстуры из кругов. В качестве декоративных элементов, имеются условные фигуры, знаки, среди которых имеются: кресты, линии, круги, ромбы, зигзаги, треугольники и другие элементы. При написании текста в плакате «#антитеррор», использовался шрифт Corbel bold Italic, полужирный курсив. Цвет в плакатах имеет одно из сильнейших композиционных средств, которое оказывает определенное эстетическое влияние на зрителей, вызывая определенные эмоции в соответствии с замыслом. Основываясь на данных о семантике цветов, было решено взять три цвета: красный, желтый и синий. Цветовое решение использовалось для наилучшего раскрытия его содержания. В композициях свою роль также выполняют цветовые контрасты, контрасты большого и малого, вплоть до преуменьшения или преувеличения малой формы. Они имеют огромное значение и воздействуют на зрителя эмоционально, донося свое содержание. Без опоры на этот композиционный закон невозможно создать зазывающий плакат [5]. Важной задачей в создании плакатов является, так называемое, построение пространства, которое может быть значимым образно содержательным компонентом. В данных плакатах, использовалась линейная перспектива на плоскости. Отличие линейной перспективы от остальных в контурировании предмета. Текст является неотъемлемой частью социального плаката. В сочетании же с изображением, он дополняет его, вызывая особый эффект воздействия. Чем короче он будет, тем легче запомнится. Внимание в работах приковано на экспрессию детали, выявляя все его стороны [6]. В основе плакатов содержится главная информация по противодействию терроризму и его негативные стороны. Так, на первом плакате показана глубокая рваная рана, произведенная от холодного оружия на поверхности лица (рис.1). На втором, на лицо наведен прицел от огнестрельного оружия (рис.2). На третьем, показан такой вид терроризма, как телефонный терроризм (рис.3). На последнем четвертом плакате, показаны последствия от взрывного устройства путем повреждения головы (рис.4).

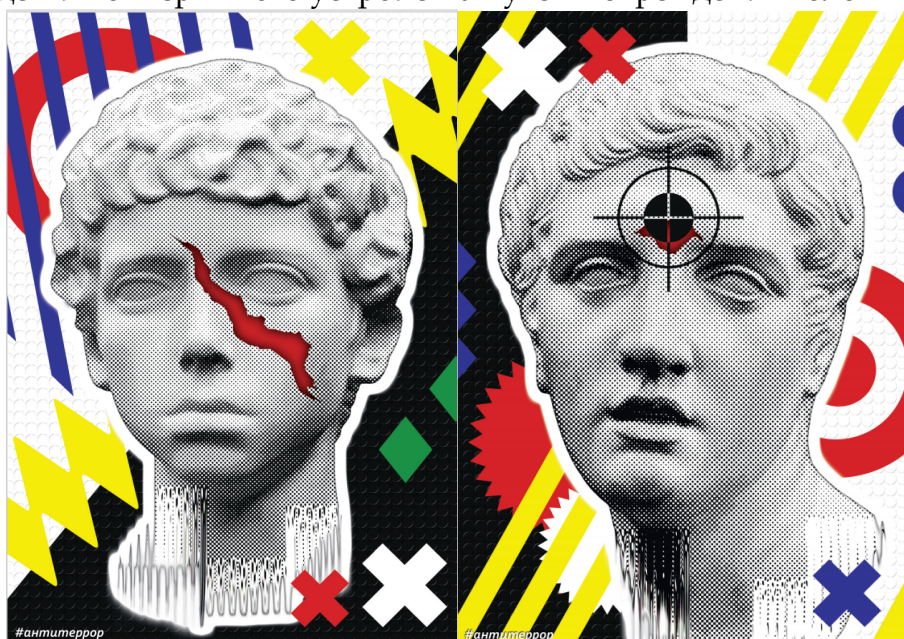


Рисунок 1.

Рисунок 2.



Рисунок 3.

Рисунок 4.

В процессе выполнения серии плакатов «Молодежь против террора» были выполнены поставленные задачи. В ходе исследования аналогичных плакатов в области проектирования - разработалась их стилистика, основные визуальные образы и сюжетная основа. Подобрались общие композиционные и колористические решения серии социальных плакатов. В процессе их создания были учтены все аспекты, рассматриваемые в теоретической части. Проведя анализ развития социального плаката, мы убедились, что плакатное искусство зародилось достаточно давно. На данный момент, плакаты продолжает развиваться дальше, используя всё более современные технологии и методы. Рассмотрев характеристики и общие черты плакатов, можно сделать вывод, что плакат, это довольно оптимальный рекламный материал для таких функций, как ознакомление с товаром, реклама продвигаемого товара. В случае с социальными плакатами происходит переоценка и формирование культурно-духовных ценностей у людей. Так как они изготавливаются быстро, не требуя при этом больших усилий, то этот метод достаточно эффективен для привлечения наибольшего количества людей [7]. Изучив основные правила оформления плаката, выяснилось, что информация, содержащаяся в плакате должна быть запоминаемой и понятной. Шрифт должен быть читаемым и гармонично сочетаться с изображением, дополняя друг друга. Важно учитывать и цветовое решение. Грамотный подбор цветовой композиции благоприятно влияет на восприятие человека, создает определенный эмоциональный посыл и улучшает подачу информации. Стоит отметить, что цвета при этом должны быть контрастными [8]. В процессе разработки серии плакатов «Молодежь против террора» использовались следующие приемы композиции и правила: крупное изображение и дополняющие его элементы. Фотографии гипсовых голов, послужили основой в создании серии социальных плакатов. Выполненная работа несет в себе полезную информацию. Эти плакаты должны вызвать интерес у людей. Композиция данных социальных плакатов, в абстрактном исполнении, привлекает внимание. Активному восприятию зрителя способствует силуэтность. Таким образом, выполнена основная задача, состоящая в установлении живой связи, где зрителю заразительно и прямо передается вся суть. Решив определенные задачи, достигнуты поставленные цели.

Список литературы:

1. Костянникова, Ю. М. История начала развития мировой социальной рекламы / Ю. М. Костянникова // Молодой ученый. - 2013. - №8. - С. 350.
2. Луптон, Э. Графический дизайн: от идеи до воплощения: [пособие] / Э. Луптон. - СПб. [и др.]: Питер, 2014. - 184 с. - ISBN 978-5-496-00836-5 : 628-60.
3. Ученова, В. В. Социальная реклама. Вчера, сегодня, завтра / В. В. Ученова. - М.: ИндексМедиа, 2013. - 30 с. 50
4. Глухова, Д. С. Социальная реклама: функционально-предметные особенности и специфика творческого процесса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: (05.25.02) / Д. С. Глухова. - М., 2013. - 24 с.
5. Дизайн: история, современность, перспективы: [науч.-попул. изд.] / [В.И. Куманин и др.]; под общ. ред. И. В. Голубятникова. - М.: Аванта+[и др.], 2011. - 224 с.
6. Мажерина, Е. Э. Роль дизайнера в процессе дизайн-проектирования современного рекламного плаката / Е. Э. Мажерина // Молодой ученый. - 2013. - №6. - С. 806.
7. Савельева, О. Введение в социальную рекламу / О. Савельева. - М.: Гелла-принт, 2007. - 154 с.
8. Сурина, М. О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре: учеб. пособие для вузов / М. О. Сурина. - 3-е изд., изм. и доп. - Ростов н/Д: Феникс [и др.], 2010. - 151 с.

References:

1. Kostyannikova, Yu. M. The history of the beginning of the development of world social advertising / Yu. M. Kostyannikova // Young scientist. - 2013. - No.8. - p. 350.
2. Lupton, E. Graphic design: from idea to implementation: [manual] / E. Lupton. - SPb. [et al.]: Peter, 2014. - 184 p. - ISBN 978-5-496-00836-5: 628-60.
3. Uchenova, V. V. Social advertising. Yesterday, today, tomorrow / V. V. Uchenova. - M.: Indexmedia, 2013. - 30 p. 50
4. Glukhova, D. S. Social advertising: functional and subject features and specifics of the creative process: autoref. dis. ... Candidate of Philology: (05.25.02) / D. S. Glukhova. - M., 2013. - 24 p.
5. Design: history, modernity, prospects : [scientific and popular ed.] / [V.I. Kumanin et al.] ; under the general editorship of I. V. Golubyatnikov. - M.: Avanta+ [et al.], 2011. - 224 p.
6. Mazherina, E. E. The role of the designer in the process of design design of a modern advertising poster / E. E. Mazherina // Young scientist. - 2013. - No. 6. - p. 806.
7. Savelyeva, O. Introduction to social advertising / O. Savelyeva. - M.: Gella-print, 2007. - 154 p.
8. Surina, M. O. Color and symbol in art, design and architecture: studies. handbook for universities / M. O. Surina. - 3rd ed., ed. and add. - Rostov n/A: Phoenix [et al.], 2010. - 151 p.