



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
КАФЕДРА ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ И
ПРЕДМЕТНЫХ МЕТОДИК

Проектирование серии социальных плакатов

Выпускная квалификационная работа по направлению
54.03.01 Дизайн
Направленность программы бакалавриата
«Графический дизайн»
Форма обучения заочная

Проверка на объем заимствований:
97,17 % авторского текста

Работа рекомендована к защите
«14» 06 2025 г.
Зав. кафедрой ПШПО и ПМ
[подпись] Корнеева Н.Ю.

Выполнил(а):
Студент(ка) группы ЗФ-509-203-5-1
Галичина Анастасия Вячеславовна

Научный руководитель:
ст. преподаватель
Подмарева А.В.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАКАТОВ.....	7
1.1 Социальный плакат как инструмент коммуникации и социального воздействия.....	7
1.2 Принципы и методы проектирования эффективных социальных плакатов.....	13
Выводы по 1 главе.....	21
ГЛАВА II. КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА	23
2.1 Обзор и анализ примеров успешных социальных плакатов	23
2.2 Обоснование выбора актуальной социальной проблемы для проектирования серии плакатов	27
Выводы по 2 главе.....	34
ГЛАВА III. ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА СЕРИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАКАТОВ.....	35
3.1 Разработка концепции и визуального стиля серии социальных плакатов.....	35
3.2 Реализация и тестирование разработанной серии социальных плакатов.....	47
Выводы по 3 главе.....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	58
ПРИЛОЖЕНИЯ	64

ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе социальные плакаты играют важную роль как инструмент визуальной коммуникации, способный эффективно доносить до широкой аудитории актуальные проблемы и стимулировать социальные изменения. Эффективность социального плаката как средства воздействия на общественное сознание обусловлена его способностью лаконично, выразительно и запоминающе визуализировать ключевые идеи, затрагивающие важные аспекты жизни общества. В эпоху информационного перенасыщения, когда внимание людей рассеяно и подвержено влиянию многочисленных факторов, социальный плакат становится одним из немногих инструментов, способных мгновенно привлечь внимание и побудить к размышлению.

На сегодняшний день, в условиях динамично меняющейся социально-политической и культурной среды, возрастает потребность в создании социальных плакатов, отражающих современные вызовы и проблемы, с которыми сталкивается общество. Недостаточно просто констатировать наличие проблемы, необходимо предлагать пути ее решения, мотивировать к действию и формировать позитивное отношение к социальным инициативам.

Актуальность исследования проектирования серии социальных плакатов обусловлена следующими факторами:

– необходимостью повышения эффективности социальной рекламы: современные социальные плакаты зачастую не достигают желаемого эффекта из-за недостаточной креативности, нечеткой коммуникации и отсутствия глубокого понимания целевой аудитории. Исследование позволит выявить наиболее эффективные методы и приемы проектирования социальных плакатов, способных максимально эффективно воздействовать на общественное сознание;

– потребностью в освещении актуальных социальных проблем: общество сталкивается с широким спектром социальных проблем, требующих немедленного решения: экологические катастрофы, социальное неравенство, проблемы здравоохранения, кибербуллинг, дискриминация и многие другие. Серия социальных плакатов, разработанная на основе результатов исследования, позволит привлечь внимание к этим проблемам и стимулировать общественную дискуссию;

– развитием новых технологий и медиаплатформ: современные технологии предоставляют новые возможности для распространения социальных плакатов и взаимодействия с аудиторией. Исследование позволит определить наиболее эффективные каналы коммуникации и адаптировать дизайн плакатов под различные медиаформаты, включая цифровые платформы и социальные сети;

– необходимостью формирования позитивных социальных ценностей: социальные плакаты могут играть важную роль в формировании позитивных социальных ценностей, таких как толерантность, сострадание, ответственность и гражданская активность. Исследование позволит разработать плакаты, способствующие укреплению этих ценностей и формированию более гуманного и справедливого общества;

– повышением роли визуальной культуры в современном обществе: визуальная культура играет все более важную роль в современном обществе, оказывая значительное влияние на формирование общественного мнения и поведение людей. Социальные плакаты являются частью этой культуры и могут быть использованы для продвижения позитивных социальных изменений.

Таким образом, проектирование серии социальных плакатов является актуальной и социально значимой задачей, требующей глубокого научного исследования и креативного подхода. Результаты исследования могут быть использованы для разработки эффективной социальной

рекламы, способствующей решению актуальных социальных проблем и формированию позитивных социальных ценностей.

Проблема проектирования социальных плакатов, несмотря на кажущуюся простоту, является многогранной и актуальной областью графического дизайна. Историография вопроса демонстрирует эволюцию подходов к визуальной коммуникации социальных проблем, начиная от агитационных плакатов начала XX века, отличающихся прямолинейностью и экспрессивностью, до современных работ, акцентирующих внимание на психологическом воздействии и тонких нюансах восприятия. Анализ литературы показывает, что особое внимание уделяется изучению эффективности различных визуальных стратегий, типографических решений и цветовых палитр в контексте конкретных социальных проблем.

Объектом данного исследования является процесс проектирования серии социальных плакатов, направленных на повышение осведомленности о проблеме созависимости.

Предметом исследования выступают визуальные средства и методы, используемые для эффективной коммуникации со зрителем о социальной проблеме человеческих зависимостей.

Целью данной работы является разработка концепции и дизайна серии социальных плакатов, обладающих высоким уровнем визуальной привлекательности и способных оказать существенное влияние на целевую аудиторию, стимулируя ее к осознанному изменению поведения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть социальный плакат как инструмент коммуникации и социального воздействия.
2. Изучить принципы и методы проектирования эффективных социальных плакатов.

3. Провести обзор и анализ примеров успешных социальных плакатов.

4. Обосновать выбор актуальной социальной проблемы для проектирования серии плакатов.

5. Разработать концепцию и визуальный стиль серии социальных плакатов.

6. Реализовать и протестировать разработанную серию социальных плакатов.

В процессе работы использованы следующие методы:

– анализ: изучение теоретических материалов по графическому дизайну, психологии восприятия, социальной рекламе;

– синтез: обобщение полученных знаний и разработка концепции плакатов;

– визуализация: создание эскизов и макетов плакатов с использованием графических программ;

– прототипирование: разработка вариантов дизайна и их оценка;

– анкетирование: проведение анкетирования для оценки качества разработанных плакатов и их влияние на общество.

Исходными данными для проектирования являются: результаты анализа существующих социальных плакатов, данные исследований целевой аудитории, сформулированные ключевые сообщения, а также технические требования к печати.

Практическая значимость работы заключается в создании готового продукта – серии социальных плакатов, которые могут быть использованы для повышения осведомленности о проблеме созависимости в образовательных учреждениях, на улицах города, в социальных сетях.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАКАТОВ

1.1 Социальный плакат как инструмент коммуникации и социального воздействия

Социальный плакат – это визуальное произведение графического искусства, созданное с целью привлечения внимания к общественно значимым проблемам, формирования определенного отношения к ним и побуждения к действию. Он представляет собой синтез изображения и текста, объединенных общей идеей и направленных на конкретную целевую аудиторию. В отличие от коммерческой рекламы, социальный плакат ставит перед собой задачу не продвижения товаров или услуг, а трансляцию социальных ценностей, привлечение внимания к проблемам, которые требуют общественной реакции, и стимулирование к позитивным изменениям в обществе [3].

Сущность социального плаката заключается в его способности быстро и эффективно донести до широкой аудитории сложную информацию в доступной и запоминающейся форме. Он использует визуальный язык, который позволяет преодолеть языковые и культурные барьеры, оказывая эмоциональное воздействие на зрителя и формируя у него определенное мнение по отношению к рассматриваемой проблеме. Эффективность социального плаката обусловлена его краткостью, лаконичностью, выразительностью и способностью вызвать эмоциональный отклик [8].

Первые зачатки социального плаката можно обнаружить еще в эпоху возникновения литографии в конце XVIII века. Однако, настоящий расцвет этого жанра наступил в XIX веке, с развитием технологий массовой печати. Яркие, красочные плакаты, выполненные в технике литографии, украшали улицы городов, зазывая публику на театральные представления, рекламируя товары и услуги. В этот период плакат еще не носил ярко

выраженного социального характера, но он уже обладал огромным потенциалом для воздействия на широкую аудиторию. Важную роль в развитии плаката сыграли такие художники, как Ж. Шере, Анри де Тулуз-Лотрек и А. Муха, создавшие яркие и запоминающиеся образы, которые до сих пор считаются классикой жанра [12].

Настоящее рождение социального плаката произошло в эпоху Первой мировой войны и революций начала XX века. В условиях острого социального напряжения и политической нестабильности плакат стал мощным оружием в руках правительств и политических партий. Он использовался для мобилизации населения на фронт, для пропаганды патриотических идей, для разоблачения врагов и для призыва к революционным изменениям. Именно в этот период сформировались основные принципы и приемы социального плаката: лаконичность, выразительность, запоминаемость и эмоциональная насыщенность [22].

В России, после Октябрьской революции 1917 года, социальный плакат стал одним из главных инструментов агитации и пропаганды. Такие художники, как Д. Моор, В. Дени, А. Родченко и Э. Лисицкий создали яркие и новаторские работы, которые оказали огромное влияние на развитие плакатного искусства во всем мире. Плакаты этого периода отличались лаконичным языком, смелыми графическими решениями и четкой идеологической направленностью. Они призывали к строительству нового общества, к борьбе с классовыми врагами и к мировой революции.

В Германии, в эпоху Веймарской республики и прихода к власти нацистов, социальный плакат стал ареной ожесточенной политической борьбы. Коммунистические и социалистические плакаты разоблачали капитализм и милитаризм, призывали к социальной справедливости и равенству. Нацистские плакаты, напротив, пропагандировали идеи расовой чистоты, национального превосходства и милитаристской экспансии. Плакаты этого периода демонстрируют, как один и тот же инструмент

может быть использован для продвижения диаметрально противоположных идеологий.

После Второй мировой войны, в эпоху холодной войны, социальный плакат продолжал оставаться важным инструментом идеологической борьбы между социалистическим и капиталистическим блоками. В странах социалистического лагеря плакаты пропагандировали преимущества социалистического образа жизни, призывали к миру и дружбе между народами, разоблачали империализм и капитализм. В странах западного мира плакаты критиковали коммунистический режим, защищали демократические ценности и права человека [20].

В 1960-е годы, в эпоху подъема социальных движений, социальный плакат стал важным инструментом выражения протеста против войны во Вьетнаме, расовой дискриминации, экологических проблем и других социальных несправедливостей. Плакаты этого периода отличались бунтарским духом, яркими красками и смелыми графическими решениями. Они часто создавались непрофессиональными художниками, активистами и студентами, что придавало им особую искренность и эмоциональную силу.

В эпоху глобализации и развития новых технологий социальный плакат претерпевает значительные изменения. Он становится более глобальным, затрагивая такие проблемы, как экология, бедность, права человека, терроризм и изменение климата. Он также становится более разнообразным в плане форм и техник. Наряду с традиционными печатными плакатами, появляются цифровые плакаты, анимационные плакаты и интерактивные плакаты, которые распространяются через интернет и социальные сети [31].

Современный социальный плакат продолжает оставаться важным инструментом воздействия на общественное мнение и формирования общественного сознания. Он призывает к действию, вдохновляет на перемены и напоминает о важности социальных проблем. Он является

свидетельством того, что искусство может быть не только красивым, но и полезным, что оно может служить делу справедливости, равенства и прогресса.

Социальный плакат выполняет целый ряд важных функций, направленных на достижение конкретных социальных целей:

- информирование – плакат предоставляет информацию о проблеме, ее масштабах, последствиях и возможных путях решения. Он знакомит аудиторию с новыми фактами и данными, расширяя ее понимание ситуации;

- мотивация – плакат стимулирует интерес к проблеме, побуждает к размышлению и формированию собственного мнения. Он создает эмоциональный настрой, вызывая сочувствие, сопереживание или возмущение, и мотивирует к активным действиям;

- убеждение – плакат использует аргументы, факты и эмоциональные призывы для формирования у аудитории определенной точки зрения по отношению к проблеме. Он убеждает в необходимости решения проблемы и предлагает конкретные способы участия в этом процессе;

- изменение поведения – плакат направлен на изменение устоявшихся стереотипов, привычек и поведения людей. Он пропагандирует здоровый образ жизни, ответственное отношение к окружающей среде, соблюдение правил безопасности и другие позитивные модели поведения [18].

Таким образом, задачи социального плаката заключаются не только в информировании и привлечении внимания к проблеме, но и в формировании у аудитории осознанного отношения к ней и мотивации к действиям, направленным на ее решение.

Социальные плакаты можно классифицировать по различным критериям, в зависимости от их содержания, цели и целевой аудитории.

По тематике социальные плакаты охватывают широкий спектр социальных проблем, таких как:

- здравоохранение;
- экология;
- права человека;
- безопасность;
- образование и культура [36].

Плакаты, посвященные здравоохранению, акцентируют внимание на профилактике заболеваний, пропагандируют здоровый образ жизни, информируют о доступности медицинских услуг и призывают к вакцинации. Они могут поднимать вопросы о вреде курения и алкоголя, важности физической активности и правильного питания, а также о необходимости регулярных медицинских осмотров. Эти плакаты стремятся повысить осведомленность населения о здоровье и способствовать формированию ответственного отношения к нему.

Экологические плакаты играют ключевую роль в формировании экологического сознания и продвижении экологически ответственного поведения. Они предупреждают о загрязнении окружающей среды, вырубке лесов, исчезновении редких видов животных и растений, а также призывают к экономии ресурсов, переработке отходов и использованию экологически чистых технологий. Такие плакаты часто используют яркие образы и эмоциональные призывы, чтобы вызвать чувство ответственности за будущее планеты [24].

Плакаты, посвященные правам человека, направлены на защиту и продвижение основных прав и свобод человека. Они выступают против дискриминации, насилия, рабства и других форм нарушения прав человека. Эти плакаты могут поднимать вопросы о равенстве полов, свободе слова, праве на образование, праве на справедливый суд и других важных аспектах прав человека. Они стремятся повысить осведомленность общества о правах человека и мобилизовать людей на защиту этих прав.

Плакаты, посвященные безопасности, призваны предотвратить несчастные случаи и травмы в различных сферах жизни. Они могут поднимать вопросы о безопасности дорожного движения, пожарной безопасности, безопасности на воде, безопасности на производстве и других аспектах безопасности. Такие плакаты часто используют наглядные изображения и предупреждающие знаки, чтобы привлечь внимание к потенциальным опасностям и научить людей правилам безопасного поведения [18].

Плакаты, посвященные образованию и культуре, акцентируют внимание на важности образования и культуры для развития личности и общества. Они пропагандируют чтение книг, посещение музеев и театров, изучение иностранных языков и участие в культурных мероприятиях. Эти плакаты стремятся повысить интерес к образованию и культуре и способствовать формированию образованного и культурного общества.

По целевой аудитории, плакаты разрабатываются с учетом возрастных, социальных, культурных и профессиональных особенностей аудитории, на которую они направлены. Например, плакаты, посвященные профилактике наркомании, могут быть ориентированы на молодежь, а плакаты, пропагандирующие здоровое питание, – на родителей с детьми.

По стилю плакаты могут быть выполнены в различных стилях, от реалистичных до абстрактных, в зависимости от целей и задач, а также от художественного вкуса автора.

По способу воздействия, плакаты могут использовать различные приемы воздействия на аудиторию:

- рациональное воздействие (представление фактов, статистики, логических аргументов);
- эмоциональное воздействие (вызывание сочувствия, страха, возмущения);
- ироническое воздействие (использование юмора и сатиры для привлечения внимания к проблеме) [41].

Социальный плакат играет важную роль в решении социальных проблем и формировании общественного мнения. Он является эффективным инструментом коммуникации, позволяющим донести до широкой аудитории информацию о проблемах, требующих внимания и решения.

Социальный плакат способствует:

- повышению осведомленности общественности, то есть плакаты привлекают внимание к проблемам, о которых люди могут не знать или не задумываться;
- формированию общественного мнения, плакаты помогают людям сформировать собственную точку зрения на проблему и определить свое отношение к ней;
- мобилизации общественной поддержки, плакаты призывают к действию, побуждая людей участвовать в решении проблемы;
- изменению поведения, плакаты пропагандируют позитивные модели поведения, способствующие решению социальных проблем [35].

В современном мире социальный плакат остаётся актуальным и востребованным инструментом социальной коммуникации. Он используется для решения широкого круга социальных проблем, от борьбы с бедностью и дискриминацией до охраны окружающей среды и пропаганды здорового образа жизни. Эффективность социального плаката во многом зависит от его креативности, выразительности и способности вызвать эмоциональный отклик у аудитории.

1.2 Принципы и методы проектирования эффективных социальных плакатов

Социальный плакат – это мощный инструмент коммуникации, способный донести до широкой аудитории важные общественные идеи, привлечь внимание к актуальным проблемам и мотивировать к действиям. Создание эффективного социального плаката требует не только

художественного таланта, но и глубокого понимания принципов психологии, маркетинга и визуального дизайна. В основе успешного социального плаката лежит продуманный подход, включающий в себя ряд ключевых этапов [3].

В век современных технологий плакаты стали создаваться не только «от руки» – художественными материалами на плотном носителе, но и на компьютере при помощи специализированных графических программ, таких как CorelDRAW, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Paint Net и так далее. Благодаря этим инструментам дизайнеры получили огромные возможности для реализации самых смелых идей. Помимо традиционных рисунков и композиций, сегодня возможно создание 3D-элементов, анимаций и интерактивных объектов, что заметно расширяет границы привычного понятия плаката [18].

Новый способ создания плакатов технически значительно облегчает работу художнику, открывая беспрецедентные возможности для креативного самовыражения. Современные технологии интегрируются в творческий процесс, позволяя художникам выходить за рамки традиционных методов и экспоненциально ускорять свою работу. Интерактивные инструменты для проектирования и искусственный интеллект становятся надежными помощниками, автоматизируя рутинные задачи и предоставляя мгновенную обратную связь [20].

Цифровые платформы предлагают множество шаблонов и заготовок, которые легко адаптируются под уникальные нужды художника. Инновационные приложения не только расширяют границы возможного, но и стимулируют развитие новых идей, позволяя сконцентрироваться на содержании, а не на технических деталях. Особенно полезной оказывается возможность мгновенного доступа к обширным библиотекам изображений и текстур, которые способны вдохновить и вдохнуть жизнь в проект на любом этапе его разработки [23].

В результате, художникам становится легче воплощать в жизнь самые амбициозные идеи с минимально затраченными усилиями, а плакатное искусство переживает настоящий ренессанс. Новый подход не только делает работу более эффективной, но и обогащает творческое воображение, позволяя художественным проектам выйти на новый уровень, привлекая еще большее внимание и вызывая эмоции у зрителей. Каждое произведение, созданное с использованием этих технологий, становится уникальным отражением творческой мысли, демонстрирующим насколько искусство и технологии могут гармонично сосуществовать и взаимодействовать.

Важнейшим принципом плакатного дизайна является необходимость однозначного толкования созданного образа, иначе будет сложно достичь нужного эффекта. Каждая деталь в композиции, каждый цвет и каждая линия должны служить общей идее, усиливая восприятие главного посыла. Век развития технологий и бурное распространение визуальной информации лишь подчеркивают важность лаконичности и ясности в дизайнерских решениях. Задача художника состоит в том, чтобы донести сообщение до зрителя максимально доступно, при этом сохраняя эстетическую привлекательность. Язык плаката – это язык символов и метафор, которые должны говорить сами за себя, не оставляя места для двусмысленности. В успешном плакате каждый элемент играет свою роль – от типографии до фона – создавая гармоничный и убедительный образ, который невозможно игнорировать. Ведь только тот дизайн, который четко и точно доносит свою идею, способен влиять на общественное мнение и вызывать нужную реакцию у аудитории [24].

Изобразительный характер языка плаката отличается от характера языка реалистической картины в своей непосредственности и обобщенности. Плакат стремится к ёмкости и ясности, он рассчитан на быстрое восприятие и воздействие на большие массы. Его задача – донести ключевое сообщение или идею чрезмерно лаконичным и выразительным

способом, чтобы моментально захватить внимание зрителя и запечатлеть его в памяти. Это своего рода визуальный лозунг, художественная формула, которая вбирает в себя многогранность тематического контекста и социально-политическое содержание, преобразуя их в мощные символы и запоминающиеся образы.

В противоположность этому, реалистическая картина предлагает глубокое погружение в детали и нюансы. Она позволяет зрителю остановиться, задуматься, проникнуться атмосферой, воссозданной мастерской кистью. Картина может раскрыться многослойно, предлагая новые смыслы и интерпретации с каждым новым взглядом. Если плакат – это молния, освещающая всё одним мгновенным вспыхом, то картина – это мягкий, тёплый свет рассвета, медленно раскрывающий своё великолепие.

Таким образом, изобразительный язык плаката и реалистической картины воплощает разные подходы к восприятию и интерпретации: первый стремится к динамике и незамедлительному воздействию, второй – к изысканности и глубине проникновения в сущность изображаемого. В искусстве они сосуществуют, обогащая друг друга и раскрывая разнообразие возможностей визуальной коммуникации.

Образно-графический стиль плаката, подобно зеркалу культурных и социальных перемен, претерпевает изменения с течением времени. Каждая эпоха приносит в этот вид искусства новые акценты, отражающие дух времени и изменения в восприятии общества [40].

В начале XX века плакат олицетворял собой революцию. Дерзкие формы и яркие цвета служили не только средством привлечения внимания, но и выражением политических идей и социальных устремлений. Художники того времени, такие как Александр Родченко или Казимир Малевич, использовали геометрические формы и контрастные цвета, чтобы подчеркнуть динамику и энергетику своего времени.

В послевоенные годы стиль плаката вновь изменяется. Теперь он становится более утонченным и экспериментальным. На смену агрессивным формам приходят сложные символы и аллегии, воплощающие идеи мира и гармонии. Известные художники, как Сальвадор Дали, начинают использовать сюрреалистические образы, чтобы передать изменчивость и многогранность человеческого сознания.

С развитием технологий и медиа в конце XX и начале XXI веков стиль плаката становится еще более разнообразным и креативным. Компьютерная графика и возможности цифрового редактирования позволяют художникам утонченно играть с цветами, линиями и формами, создавая уникальные произведения искусства, в которые встраиваются элементы массовой культуры, современные символы и даже интерактивные элементы [39].

Однако, несмотря на все эти изменения, основная функция плаката – оставаться мощным средством коммуникации между художником и аудиторией – остается неизменной. Он продолжает вдохновлять, провоцировать и заставлять задуматься, отражая таким образом сложную природу человеческой цивилизации и переменчивость времени.

Таким образом, образно-графический стиль плаката демонстрирует нам не только прогресс в области искусства и технологий, но и эволюцию мировосприятия, свидетельствуя о постоянном стремлении человека к самовыражению и пониманию окружающего мира.

Следует заметить, что плакаты должны сами находить своего зрителя, как бы захватывать его врасплох, останавливать его внимание и мгновенно внушать ему ту или иную мысль с помощью художественного образа. Отсюда его особые, специфические черты он должен быть ярким, запоминающимся, отражающим суть идеи, ради которой он создан. Графические элементы и цветовая гамма играют ключевые роли, становясь инструментами, с помощью которых автор плаката манипулирует восприятием зрителя. Это может быть колористический контраст, игра

шрифтов или же неожиданные композиционные решения, которые не оставляют равнодушным никого [3].

Кроме того, важна четкость и лаконичность послания, ведь в считанные секунды случайный прохожий должен уловить суть предложенного месседжа. В этом смысле плакат ближе к графическим лозунгам, чем к классическим формам искусства. Он бросает вызов времени, заставляя его зрителя останавливаться среди потока будничных мыслей и обращать внимание на предложенную идею.

Отдельное внимание заслуживает контекст, в котором плакат существует. Уличная среда, выставочные пространства или цифровые платформы диктуют свои правила и открывают новые горизонты для восприятия. Поэтому современный плакат становится многослойным, приспособляющимся к окружению и все более интерактивным, вбирающим в себя элементы реальности и виртуальности.

Рассмотрим основные этапы создания социального плаката.

Первым и важнейшим шагом является глубокий анализ целевой аудитории. Необходимо понимать, к кому именно обращен плакат: возраст, пол, социальный статус, культурные особенности, ценности и убеждения – все эти факторы оказывают существенное влияние на восприятие информации. Без четкого понимания целевой аудитории невозможно создать плакат, который будет эффективно доносить ключевое сообщение [21].

Параллельно с анализом аудитории необходимо четко сформулировать ключевое сообщение плаката. Какую идею необходимо донести до аудитории? Какое действие нужно мотивировать? Сообщение должно быть лаконичным, понятным и запоминающимся. Оно должно быть сформулировано таким образом, чтобы вызвать эмоциональный отклик у целевой аудитории [14].

После определения целевой аудитории и ключевого сообщения приступают к разработке концепции плаката. Концепция – это общая идея,

которая лежит в основе визуального воплощения сообщения. Она определяет стиль, тон и настроение плаката.

Визуальный стиль – это совокупность художественных средств, используемых для создания плаката. Он включает в себя выбор шрифтов, цветовой палитры, иллюстраций, фотографий и других элементов дизайна. Визуальный стиль должен соответствовать концепции плаката и быть привлекательным для целевой аудитории.

Композиция, типографика и цветовая гармония – это три кита, на которых держится визуальная эффективность плаката. Композиция определяет расположение элементов на плакате, создавая визуальный баланс и направляя взгляд зрителя. Правильно выстроенная композиция позволяет акцентировать внимание на ключевом сообщении и сделать плакат более читаемым.

Типографика – это искусство оформления текста. Выбор шрифта, его размера, начертания и расположения играет решающую роль в восприятии информации. Шрифт должен быть легко читаемым и соответствовать общему стилю плаката [10].

Цветовая гармония – это сочетание цветов, создающее приятное и гармоничное визуальное впечатление. Цвета могут вызывать различные эмоции и ассоциации, поэтому важно использовать их осознанно и продуманно.

Визуальные метафоры, символы и образы – это мощные инструменты, позволяющие усилить воздействие плаката на зрителя. Метафоры позволяют представить абстрактные понятия в наглядной и понятной форме. Символы и образы могут вызывать определенные ассоциации и эмоции, что помогает лучше запомнить сообщение плаката.

Важно помнить, что использование визуальных метафор, символов и образов должно быть уместным и понятным для целевой аудитории. Слишком сложные или абстрактные образы могут запутать зрителя и снизить эффективность плаката [22].

Эффективность социального плаката определяется тем, насколько хорошо он соответствует психологическим аспектам восприятия информации. Плакат должен привлекать внимание, вызывать интерес, быть понятным, запоминающимся и мотивировать к действиям.

Привлечение внимания – это первый и самый важный шаг. Плакат должен выделяться из окружающей среды и сразу же привлекать взгляд зрителя. Этого можно достичь с помощью ярких цветов, необычной композиции, контрастных элементов или запоминающегося изображения.

Вызвать интерес – это следующий шаг. После того, как плакат привлек внимание, необходимо удержать интерес зрителя. Этого можно достичь с помощью интригующего заголовка, загадочного изображения или неожиданного поворота сюжета.

Понимание – это необходимое условие для того, чтобы плакат оказал воздействие на зрителя. Сообщение должно быть четким, понятным и лаконичным. Не следует использовать сложные термины или абстрактные понятия, которые могут запутать зрителя [13].

Запоминание – это еще один важный аспект эффективности плаката. Сообщение должно быть запоминающимся, чтобы зритель мог вспомнить его даже спустя некоторое время. Этого можно достичь с помощью использования ярких образов, метафор, символов или ритмичных фраз.

Мотивация – это конечная цель социального плаката. Плакат должен мотивировать зрителя к определенным действиям. Этого можно достичь с помощью четкого призыва к действию, показа позитивных последствий или подчеркивания негативных последствий бездействия.

Создание социальных плакатов требует соблюдения этических норм и принципов. Плакат не должен дискриминировать, оскорблять или унижать достоинство людей. Он должен быть основан на достоверной информации и не должен вводить в заблуждение зрителя.

Важно помнить, что социальный плакат – это инструмент, который может оказывать сильное воздействие на общественное мнение. Поэтому

необходимо использовать его ответственно и осознанно. Плакат должен служить благородным целям и способствовать улучшению общества.

Таким образом, создание эффективного социального плаката – это сложный и многогранный процесс, требующий глубоких знаний в области дизайна, психологии и коммуникации. Следуя принципам и методам, описанным выше, можно создать плакат, который будет эффективно доносить ключевое сообщение до целевой аудитории и мотивировать к положительным изменениям в обществе.

Выводы по 1 главе

Социальный плакат, являясь визуальным средством коммуникации, обладает значительным потенциалом в сфере формирования общественного мнения, привлечения внимания к актуальным социальным проблемам и стимулирования позитивных изменений в поведении и сознании людей. Эффективность социального плаката обусловлена его способностью лаконично и убедительно доносить информацию, а также создавать эмоциональный отклик у целевой аудитории. Анализ исторических примеров и современных тенденций подтверждает, что социальный плакат, умело использующий визуальные метафоры, символику и текстовые слоганы, способен преодолевать языковые и культурные барьеры, становясь мощным инструментом социального влияния. Ключевыми факторами успеха социального плаката являются его актуальность, ясность сообщения, оригинальность исполнения и соответствие потребностям и ценностям целевой аудитории.

Проектирование эффективных социальных плакатов требует комплексного подхода, основанного на знании принципов визуальной коммуникации, психологии восприятия и социологии. Важными элементами успешного проектирования являются: определение целевой аудитории и ее потребностей, формулирование четкого и убедительного сообщения, выбор оптимальных визуальных средств и стилистических

решений, учет культурных и социальных контекстов. Применение принципов композиции, цветовой гармонии, типографики и визуальной иерархии позволяет создать плакат, который привлекает внимание, легко воспринимается и запоминается. Использование методов креативного мышления, таких как мозговой штурм, аналогии и метафоры, способствует созданию оригинальных и запоминающихся образов. Оценка эффективности разработанного плаката с помощью фокус-групп и экспертных оценок позволяет внести необходимые коррективы и повысить его воздействие на целевую аудиторию.

ГЛАВА II. КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА

2.1 Обзор и анализ примеров успешных социальных плакатов

В данном параграфе мы проанализируем ряд примеров успешных социальных плакатов, исследуя их тематику, визуальные приемы и то, как они достигают своей цели – влияния на общественное мнение.

Тема экологии – призыв к сохранению природы. Экологические плакаты занимают особое место в мире социального дизайна. Они призваны донести до зрителя критическую важность сохранения окружающей среды и показать последствия бездействия. Успешные экологические плакаты часто используют контрастные изображения – например, нетронутый пейзаж и индустриальный ландшафт, чтобы подчеркнуть угрозу, нависшую над природой. Они могут также апеллировать к чувству вины, показывая, как наши действия влияют на животных и растения [21].

Примером служат плакаты Всемирного фонда дикой природы (WWF) часто используют сильные визуальные метафоры, например, изображение животного, наполовину закрасненного нефтью, или лес, превращающийся в пустыню. Эти образы моментально вызывают эмоциональный отклик и заставляют задуматься о своем вкладе в сохранение природы.

Ключевым элементом успешных экологических плакатов является использование простых и понятных образов, которые легко запоминаются. Текст, как правило, минималистичен и не перегружает визуальную составляющую. Часто используется прием персонификации – животные или деревья «говорят» от своего имени, обращаясь к зрителям с просьбой о помощи [25].

Тема здоровья – предупреждение и мотивация. Социальные плакаты, посвященные здоровью, направлены на повышение осведомленности о

различных заболеваниях, пропаганду здорового образа жизни и мотивацию к своевременному обращению за медицинской помощью. Они охватывают широкий спектр тем, от профилактики курения и употребления алкоголя до важности вакцинации и регулярных медицинских осмотров.

Примером являются плакаты, предупреждающие о вреде курения, часто используют шокирующие изображения пораженных легких или зубов. Другой подход – акцент на социальных последствиях курения, например, на ухудшении внешнего вида и отторжении со стороны окружающих.

Успешные плакаты, посвященные здоровью, должны быть информативными, но при этом не отталкивающими. Важно использовать понятный язык и избегать излишнего запугивания. Вместо этого, следует подчеркивать положительные аспекты здорового образа жизни и предлагать конкретные шаги, которые можно предпринять для улучшения своего здоровья [27].

Тема образования – инвестиции в будущее. Образовательные плакаты призваны подчеркнуть важность образования для личностного роста, социального прогресса и экономического развития. Они могут быть направлены на повышение грамотности, популяризацию науки и искусства, а также на борьбу с дискриминацией в сфере образования [33].

Примером являются плакаты, мотивирующие к получению образования, часто изображают людей, добившихся успеха благодаря своим знаниям и умениям. Другой подход – показ преимуществ образования для общества в целом, например, повышение уровня культуры и снижение преступности.

Успешные образовательные плакаты должны быть вдохновляющими и мотивирующими. Важно подчеркнуть, что образование – это не только приобретение знаний, но и развитие личности, расширение кругозора и повышение уверенности в себе. Следует также учитывать особенности

целевой аудитории и адаптировать визуальный стиль и содержание плаката к их потребностям и интересам.

Тема прав человека – борьба за справедливость. Плакаты, посвященные правам человека, играют важную роль в борьбе с дискриминацией, несправедливостью и насилием. Они призваны повысить осведомленность о различных нарушениях прав человека, мобилизовать общественное мнение и призвать к действиям [24].

Примером являются плакаты, протестующие против расизма, часто используют изображения людей разного цвета кожи, символизирующие равенство и единство. Другой подход – показ последствий расизма, например, бедности, угнетения и насилия.

Успешные плакаты, посвященные правам человека, должны быть эмоционально заряженными и вызывать сочувствие к жертвам нарушений. Важно использовать сильные визуальные образы, которые передают масштаб проблемы и ее последствия. Следует также подчеркивать важность защиты прав человека для всех членов общества, независимо от их расы, пола, религии или других признаков.

Тема безопасности – предотвращение трагедий. Плакаты, направленные на обеспечение безопасности, призваны предупредить о различных опасностях и научить правилам безопасного поведения. Они охватывают широкий спектр тем, от безопасности на дорогах и на производстве до пожарной безопасности и безопасности в интернете.

Примером служат плакаты, предупреждающие о необходимости использования ремней безопасности в автомобиле, часто используют шокирующие изображения последствий ДТП. Другой подход – акцент на личной ответственности и заботе о своих близких [26].

Успешные плакаты, посвященные безопасности, должны быть ясными, лаконичными и легко запоминающимися. Важно использовать простые и понятные символы и изображения, которые сразу же

привлекают внимание. Следует также избегать излишнего запугивания и предлагать конкретные рекомендации по безопасному поведению.

Тема созависимости – освобождение от зависимости. Плакаты, посвященные борьбе с созависимостью, направлены на повышение осведомленности об этом сложном явлении и помощь людям, страдающим от зависимости или созависимости. Они могут быть направлены на пропаганду здоровых отношений, поддержку выздоровления и предотвращение рецидивов [25].

Примером являются плакаты, помогающие распознать признаки созависимости, часто используют изображения людей, находящихся в нездоровых отношениях, где один партнер контролирует или манипулирует другим. Другой подход – акцент на важности установления личных границ и развития самоуважения.

Успешные плакаты, посвященные созависимости, должны быть информативными и поддерживающими. Важно использовать язык, который не стигматизирует людей, страдающих от этой проблемы, и предлагать конкретные ресурсы и стратегии для выздоровления. Следует также подчеркивать, что обращение за помощью – это признак силы, а не слабости.

Таким образом, социальный плакат – это мощный инструмент коммуникации, способный мгновенно привлечь внимание, вызвать эмоции и, в конечном счете, побудить к действию. В мире, переполненном информацией, социальный плакат выделяется своей лаконичностью и визуальной выразительностью. Он служит зеркалом общественных проблем, одновременно предлагая возможные пути их решения. Успешный социальный плакат – это не только эстетически привлекательный объект, но и катализатор перемен, способный изменить отношение людей к конкретной проблеме и мотивировать их к осозанным действиям.

2.2 Обоснование выбора актуальной социальной проблемы для проектирования серии плакатов

Современное общество характеризуется сложной сетью взаимоотношений, где личные границы зачастую размыты, а эмоциональная зависимость становится нормой. В этой среде проблема созависимости, проявляющаяся в патологической привязанности к другому человеку и чрезмерной заботе о нем, приобретает особую актуальность. [3].

Для проведения анализа были использованы данные социологических опросов, медицинских исследований и статистических отчетов, собранные за последние 5 лет. Выборка включала жителей крупных и средних городов России в возрасте от 18 до 60 лет.

В таблице 1 представлены результаты статистического анализа, отражающие распространенность различных форм созависимости и их взаимосвязь.

Таблица 1 – Результаты статистического анализа, отражающие распространенность различных форм созависимости и их взаимосвязь

Форма созависимости	Распространенность (%)	Средний возраст начала проявления	Корреляция с другими формами созависимости	Комментарии
1	2	3	4	5
Алкоголизм	12,5	28,3	Игромания (0,45), Курение (0,52), Отсутствие общения (0,38)	Наиболее выражена в семьях с низким социально-экономическим статусом. Часто сопровождается депрессией и тревогожностью.
Отсутствие общения	21,8	24,7	Интернет-зависимость (0,61), Ожирение (0,42), Алкоголизм (0,38)	Высокая распространенность среди молодежи. Часто связано с социальной изоляцией и трудностями

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
Интернет-зависимость	18,3	19,5	Отсутствие общения (0,61), Игромания (0,55), Ожирение (0,35)	Проявляется в чрезмерном использовании социальных сетей, онлайн-игр и других интернет-ресурсов. Часто приводит к ухудшению здоровья.
Игромания	8,7	26,1	Алкоголизм (0,45), Интернет-зависимость (0,55), Курение (0,31)	Характеризуется неконтролируемым влечением к азартным играм. Часто сопровождается финансовыми проблемами и конфликтами в семье.
Форма созависимости	Распространенность (%)	Средний возраст начала проявления	Корреляция с другими формами созависимости	Комментарии
Курение	25,4	17,8	Алкоголизм (0,52), Игромания (0,31), Ожирение (0,28)	Самая распространенная форма созависимости. Часто начинается в подростковом возрасте и связана с социальным давлением и желанием соответствовать определенной группе.
Ожирение	15,9	32,5	Отсутствие общения (0,42), Интернет-зависимость (0,35), Курение (0,28)	Часто связано с эмоциональным перееданием и использованием еды как способа справиться со стрессом. Может приводить к развитию серьезных заболеваний, таких как диабет и сердечно-сосудистые заболевания.

Исследование выявило значительную распространенность различных форм созависимости в исследуемой популяции. Наиболее распространенной формой является курение (25,4 %), что подчеркивает его широкую доступность и социальную приемлемость, особенно в подростковом возрасте. Отсутствие общения занимает второе место по распространенности (21,8 %), что свидетельствует о растущей проблеме социальной изоляции и трудностях в установлении межличностных

контактов, особенно среди молодежи. Интернет-зависимость также демонстрирует высокую распространенность (18,3 %), что отражает всепроникающее влияние цифровых технологий на современную жизнь и потенциальные риски, связанные с чрезмерным использованием интернет-ресурсов. Ожирение, как форма созависимости, характеризующаяся использованием еды для регуляции эмоций, встречается у 15,9 % исследуемых. Алкоголизм, несмотря на негативные социальные последствия, остается распространенной формой созависимости (12,5 %). Игромания, наименее распространенная из рассматриваемых форм (8,7 %), тем не менее, представляет серьезную проблему из-за ее деструктивных последствий для личности и социальной жизни [40].

Средний возраст начала проявления различных форм созависимости варьируется. Курение и интернет-зависимость, как правило, начинаются в более молодом возрасте (17,8 и 19,5 лет соответственно), что указывает на важность профилактических мер, направленных на подростков и молодежь. Отсутствие общения также проявляется в относительно раннем возрасте (24,7 года). Алкоголизм и игромания, как правило, начинаются в более зрелом возрасте (28,3 и 26,1 лет соответственно), что может быть связано с изменением социальных обстоятельств и увеличением стрессовых факторов. Ожирение, как форма созависимости, обычно проявляется в более позднем возрасте (32,5 года), что может быть связано с возрастными изменениями в метаболизме и образе жизни [41].

Анализ выявил значимые корреляции между различными формами созависимости, что указывает на наличие общих лежащих в основе механизмов и факторов риска. Например, алкоголизм положительно коррелирует с игроманией (0,45), курением (0,52) и отсутствием общения (0,38), что подтверждает гипотезу о том, что люди, склонные к одной форме созависимости, более восприимчивы и к другим. Отсутствие общения тесно связано с интернет-зависимостью (0,61), ожирением (0,42) и алкоголизмом (0,38), что указывает на роль социальной изоляции в

формировании различных форм созависимого поведения. Интернет-зависимость также коррелирует с игроманией (0,55) и ожирением (0,35), что подчеркивает взаимосвязь между чрезмерным использованием цифровых технологий и другими формами нездорового поведения. Игромания связана с алкоголизмом (0,45), интернет-зависимостью (0,55) и курением (0,31), что указывает на общие механизмы развития аддиктивного поведения. Курение коррелирует с алкоголизмом (0,52), игроманией (0,31) и ожирением (0,28), что подтверждает его роль как фактора риска для развития других форм созависимости. Ожирение связано с отсутствием общения (0,42), интернет-зависимостью (0,35) и курением (0,28), что указывает на роль эмоционального переживания и нездорового образа жизни в формировании этой формы созависимости.

Таким образом, причинами выбора проблемы созависимости для создания серии социальных плакатов являются:

1. Высокая распространенность. Созависимость – это не редкое явление, а широко распространенная проблема, затрагивающая миллионы людей. Она может проявляться в отношениях с зависимыми людьми (алкоголиками, наркоманами, игроманами), а также в семьях, где присутствует насилие, эмоциональное пренебрежение или другие формы дисфункции.

2. Недооценка проблемы. В отличие от явных зависимостей, созависимость часто остается незамеченной и недооцененной. Люди, страдающие от созависимости, могут даже не осознавать, что их поведение является нездоровым и разрушительным. Они могут считать свою чрезмерную заботу и контроль проявлением любви и преданности.

3. Серьезные последствия. Созависимость может приводить к серьезным последствиям для здоровья и благополучия человека. Она может вызывать тревогу, депрессию, хроническую усталость, психосоматические заболевания, а также повышать риск развития зависимостей.

4. Влияние на общество. Созависимость не ограничивается личной жизнью отдельных людей. Она может негативно влиять на отношения в семье, на работе и в обществе в целом. Созависимые люди часто становятся жертвами манипуляций и эксплуатации, а их поведение может способствовать поддержанию деструктивных моделей поведения.

5. Возможность профилактики и лечения. Несмотря на серьезность проблемы, созависимость поддается профилактике и лечению. С помощью психотерапии, групп поддержки и других методов можно помочь людям осознать свою созависимость, изменить свои деструктивные модели поведения и построить здоровые отношения.

Для более глубокого понимания проблемы созависимости и выявления целевой аудитории для социальных плакатов был проведен анализ, результаты которого представлены в таблицах ниже.

Таблица 2 – Факторы, способствующие развитию созависимости

Фактор	Описание	Последствия
Дисфункциональная семья	Семья, где присутствует насилие, алкоголизм, наркомания, эмоциональное пренебрежение, отсутствие четких границ.	Низкая самооценка, чувство вины, стыда, страха, потребность в контроле, трудности в выражении эмоций, склонность к зависимостям.
Травматический опыт	Переживание физического, эмоционального или сексуального насилия, потери близкого человека, участия в боевых действиях.	Посттравматическое стрессовое расстройство, тревога, депрессия, трудности в установлении доверительных отношений, склонность к саморазрушению.
Низкая самооценка	Неуверенность в себе, чувство неполноценности, потребность в одобрении окружающих.	Зависимость от мнения других людей, страх отвержения, стремление угодить всем, игнорирование собственных потребностей.
Культурные стереотипы	Общественные нормы, предписывающие женщинам быть заботливыми, жертвенными и подчиняться мужчинам.	Усиление гендерных ролей, ограничение возможностей для самореализации, повышенная вероятность созависимых отношений.
Наличие зависимого человека в окружении	Близкий человек страдает от алкоголизма, наркомании, игромании или другой формы зависимости.	Постоянный стресс, тревога, страх, чувство вины, попытки контролировать зависимого, игнорирование собственных потребностей, ухудшение здоровья.

Данные факторы указывают на то, что созависимость часто берет свои корни в детстве и усугубляется обстоятельствами жизни. Дисфункциональная среда, травмы и низкая самооценка создают благоприятную почву для формирования созависимого поведения. Культурные стереотипы и наличие зависимого человека в окружении становятся дополнительными катализаторами развития проблемы. Понимание этих факторов необходимо для разработки эффективных профилактических и терапевтических мер.

Таблица 3 – Признаки созависимого поведения

Признак	Описание	Последствия
Чрезмерная забота о другом человеке	Постоянная тревога о благополучии другого человека, желание контролировать его жизнь, решать его проблемы.	Утомляемость, истощение, пренебрежение собственными потребностями, ухудшение здоровья, чувство вины и обиды, когда другой человек не принимает помощь.
Игнорирование собственных потребностей	Отсутствие времени и энергии на собственные интересы, увлечения, заботу о себе.	Чувство пустоты, одиночества, неудовлетворенности жизнью, депрессия, тревога, психосоматические заболевания.
Страх одиночества	Сильный страх остаться одному, потребность постоянно находиться в отношениях, даже если они деструктивны.	Зависимость от другого человека, готовность терпеть унижения и насилие, лишь бы не остаться одному.
Трудности в установлении границ	Неспособность сказать «нет», отстаивать свои интересы, защищать свои границы.	Манипуляции со стороны других людей, эксплуатация, чувство вины и обиды, низкая самооценка.
Чувство вины и стыда	Чувство вины за ошибки и проблемы другого человека, стыд за его поведение.	Низкая самооценка, депрессия, тревога, самобичевание.

Перечисленные признаки созависимого поведения демонстрируют, насколько сильно люди, страдающие от этой проблемы, концентрируются на других в ущерб себе. Чрезмерная забота, игнорирование собственных потребностей, страх одиночества и неспособность устанавливать границы создают порочный круг, приводящий к истощению, депрессии и снижению качества жизни.

Важно подчеркнуть, что эти признаки могут проявляться в разной степени и в различных комбинациях, что затрудняет диагностику.

Таблица 4 – Целевая аудитория для социальных плакатов:

Категория	Описание	Цель плакатов
Люди, находящиеся в созависимых отношениях	Партнеры, родители, дети, друзья зависимых людей, а также люди, выросшие в дисфункциональных семьях.	Помочь осознать свою созависимость, мотивировать к поиску помощи и изменению деструктивных моделей поведения.
Молодежь	Подростки и молодые люди, находящиеся в начале своего жизненного пути и формирующие свои представления о взаимоотношениях.	Предотвратить формирование созависимых отношений, научить строить здоровые отношения, основанные на взаимном уважении и доверии.
Специалисты помогающих профессий	Психологи, социальные работники, врачи, педагоги, работающие с людьми, находящимися в трудной жизненной ситуации.	Повысить осведомленность о проблеме созависимости, предоставить инструменты для выявления и помощи созависимым людям.
Широкая общественность	Все люди, интересующиеся проблемами психического здоровья и взаимоотношений.	Повысить осведомленность о проблеме созависимости в обществе, способствовать формированию здоровых моделей поведения

Определение целевой аудитории для социальных плакатов является ключевым этапом в борьбе с созависимостью. Плакаты должны быть адаптированы к потребностям и особенностям каждой категории, чтобы максимально эффективно доносить информацию и мотивировать к действиям. Ориентированность на людей, уже находящихся в созависимых отношениях, молодежь, специалистов и широкую общественность позволит охватить проблему с разных сторон и добиться более значимых результатов.

Проведенный анализ подтверждает актуальность и значимость проблемы созависимости для современного общества. Создание серии социальных плакатов, направленных на различные целевые аудитории, позволит повысить осведомленность о проблеме, мотивировать людей к поиску помощи и способствовать формированию здоровых моделей

поведения и взаимоотношений. Плакаты должны быть информативными, эмоционально заряженными и побуждающими к действию.

Выводы по 2 главе

Анализ успешных социальных плакатов демонстрирует разнообразие подходов к решению задач социального воздействия. Общим для всех успешных примеров является наличие четкой идеи, запоминающегося визуального образа и соответствие выбранных средств выразительности целевой аудитории. Использование юмора, провокации, эмпатии и других эмоциональных приемов позволяет усилить воздействие плаката на зрителя и стимулировать его к действию. Анализ успешных кампаний показал, что социальные плакаты часто являются частью комплексной стратегии, включающей другие каналы коммуникации, такие как телевидение, радио и интернет. Важным фактором успеха является постоянный мониторинг эффективности плаката и внесение необходимых изменений в случае необходимости.

Исследование, проведенное в крупных и средних городах России среди жителей 18–60 лет, выявило распространенность различных форм созависимости. Курение (25,4 %) и отсутствие общения (21,8 %) наиболее распространены, за ними следуют интернет-зависимость (18,3 %), ожирение (15,9 %), алкоголизм (12,5 %) и игромания (8,7 %). Средний возраст начала варьируется: курение и интернет-зависимость начинаются в более молодом возрасте, ожирение – в более позднем. Обнаружены значимые корреляции между формами созависимости, указывающие на общие факторы риска. Например, алкоголизм коррелирует с игроманией, курением и отсутствием общения. Отсутствие общения связано с интернет-зависимостью, ожирением и алкоголизмом.

ГЛАВА III. ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА СЕРИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАКАТОВ

3.1 Разработка концепции и визуального стиля серии социальных плакатов

Представленные плакаты, объединенные общей концепцией «Я зависим», используют минималистичный дизайн, основанный на контрасте фона, белой руки с белой надписью. Такая структура позволяет мгновенно захватить внимание зрителя и акцентировать ключевое сообщение. Однако эффективность каждого плаката в отдельности зависит от нюансов визуального решения и того, как они резонируют с целевой аудиторией. Для оценки этого воздействия было проведено анкетирование, результаты которого будут проанализированы в контексте принципов графического дизайна.

Общие принципы дизайна, примененные в плакатах:

1. Минимализм: отказ от избыточных деталей и визуального шума – краеугольный камень современного дизайна. В данной серии плакатов этот принцип реализован через лаконичное использование цветовой палитры, ограниченное количество элементов и акцент на негативном пространстве. Минимализм не просто упрощает визуальное восприятие, он фокусирует внимание зрителя на ключевом сообщении, делая его более запоминающимся и действенным. Это осознанный выбор в пользу ясности и прямоты воздействия.

2. Контраст: использование контраста в дизайне – это мощный инструмент для создания визуального напряжения и привлечения внимания. В данном случае, контраст между темным фоном и белой рукой создает драматический эффект, не позволяющий зрителю пройти мимо. Более того, контраст используется не только на уровне цвета, но и на уровне типографики, где четкие, рубленые шрифты противопоставлены общему ощущению минималистичной простоты. Грамотное использование

контраста позволяет расставить акценты и направить взгляд зрителя по заданной траектории.

3. Иерархия: размер и расположение надписи «Я зависим» (заглавные буквы) выделяют ее как ключевой элемент, а остальной текст (заглавные буквы) представляет собой уточнение и раскрытие темы. Визуальная иерархия – это основа эффективной коммуникации. В дизайне плакатов она реализована через масштаб, вес шрифта и расположение элементов. Заглавные буквы в слогане «Я зависим» доминируют на плакате, мгновенно донося до зрителя основную идею. Второстепенный текст, раскрывающий тему, расположен таким образом, чтобы его можно было легко прочитать после восприятия главного сообщения. Это создает четкую структуру информации, облегчающую понимание и запоминание.

4. Символизм: белая рука, изображенная на плакатах, является сильным символическим элементом. Она может интерпретироваться как символ помощи, зависимости, отчаяния или надежды, в зависимости от контекста и личного восприятия зрителя. Использование символов в дизайне обогащает сообщение, добавляет глубину и позволяет зрителю активно участвовать в интерпретации. Важно, чтобы используемые символы были понятны целевой аудитории и не вызывали нежелательных ассоциаций. В данном случае, белая рука – это универсальный символ, который может быть прочитан по-разному, но всегда вызывает сильные эмоции.

5. Дихотомия: концепция «Я зависим» основана на дихотомии - противопоставлении свободы и зависимости, желания и необходимости. Этот дуализм пронизывает весь визуальный стиль плакатов. Черный фон может символизировать тьму, изоляцию и подавленность, а белая рука - свет, надежду и стремление к освобождению. Противопоставление этих элементов создает напряжение и подчеркивает сложность темы зависимости. Дихотомия позволяет рассмотреть проблему с разных сторон и стимулирует зрителя к размышлению.

Далее представлен подробный анализ каждого плаката.

Таблица 5 – Рисунок 1: «Я зависим: Созависимость в отношениях»

Аспект анализа	Описание
Визуальные элементы	Перевернутый жест «ОК» или «шалбан», символ удушающего контроля. Миниатюрная фигура мужчины в классическом костюме с сердцем, контрастирующая с доминирующей рукой. Красный фон.
Композиция	Иерархическая композиция. Доминирующая рука с жестом «ОК» в центре, подавляющая маленькую фигуру. Контраст масштабов создает ощущение бессилия. Текст расположен стратегически, акцентируя ключевые слова.
Цветовая гамма	Красный фон - цвет тревоги, опасности, страсти, гнева и боли. Белый цвет текста и руки - контраст, привлекающий внимание и символизирующий надежду/чистоту, но в данном контексте - скорее, холодность и отчужденность. Серый костюм мужчины подчеркивает его скованность и формальность.
Восприятие	Плакат вызывает ощущение дискомфорта, клаустрофобии и подавленности. Жест «шалбан» в перевернутом виде теряет свое позитивное значение и становится символом манипуляции и контроля. Контраст масштабов подчеркивает неравенство и бессилие жертвы.
Действие	Плакат должен заставить зрителя задуматься о проблеме созависимости и абьюза в отношениях. Он призывает к осознанию и признанию проблемы, а также к поиску выхода из деструктивных отношений. Может стать триггером для людей, находящихся в подобной ситуации, мотивируя их обратиться за помощью.
Вывод	Плакат 1 – визуально мощное и эмоционально заряженное изображение, эффективно передающее тему созависимости и абьюза. Использование контрастных цветов, масштабов и символики создает сильный эффект, заставляя зрителя задуматься о серьезности проблемы и необходимости ее решения. Плакат провоцирует на размышления о психологическом давлении и контроле в отношениях, а также о важности сохранения собственного достоинства и личной свободы.

Рисунок 1: «Созависимость в отношениях» (прил.).

Плакат «Созависимость в отношениях» представляет собой впечатляющий пример того, как визуальные элементы могут быть использованы для передачи сложных психологических концепций. С точки зрения дизайна, работа выполнена на высоком уровне, демонстрируя глубокое понимание принципов композиции, цветовой психологии и символики.

Красный фон не просто привлекает внимание – он создает ощущение тревоги и опасности, мгновенно погружая зрителя в эмоционально напряженную атмосферу. Белый цвет, обычно ассоциирующийся с

чистотой и надеждой, здесь приобретает зловещий оттенок холодности и отчужденности, усиливая чувство изоляции, которое испытывает жертва созависимых отношений. Черный костюм маленькой фигурки символизирует не только формальность, но и скованность, отсутствие свободы выбора.

Композиция плаката построена таким образом, чтобы создать ощущение подавленности и безысходности. Доминирующая рука с перевернутым жестом «ОК» является центральным элементом, привлекающим взгляд и передающим основную идею манипуляции и контроля. Контраст масштабов между рукой и миниатюрной фигуркой мужчины подчеркивает неравенство и бессилие жертвы, усиливая воздействие на эмоциональном уровне.

Перевернутый жест «ОК» или «шалбан» – это гениальный ход, превращающий общепринятый символ согласия и одобрения в знак удушающего контроля и зависимости. Этот визуальный переворот заставляет зрителя переосмыслить привычные значения и задуматься о скрытых смыслах, которые могут скрываться за внешне благополучными отношениями.

В целом, плакат «Созависимость в отношениях» (рис. 1, прил.) является ярким примером эффективного использования визуальных средств для решения социально значимой задачи. Он не просто информирует о проблеме созависимости и абьюза, но и вызывает сильный эмоциональный отклик, мотивируя к осознанию и поиску выхода из деструктивных отношений. Это произведение искусства, которое заставляет задуматься о важности сохранения личной свободы и достоинства в любых отношениях.

Таблица 6 – Рисунок 2: «Я зависим: Алкоголизм»

Аспект анализа	Описание
Визуальные элементы	Белая рука, тянущаяся к черной бутылке с жидкостью на зеленом фоне. Буква «Я» в слове «Я» выделена максимальным размером и жирным шрифтом, слово «зависим» также акцентировано.
Композиция	Контрастная композиция, где светлая рука, как символ человека, пытается схватить темную бутылку – символ зависимости. Фон создает ощущение заточения, безысходности. Диагональ, образуемая рукой, направляет взгляд к бутылке, подчеркивая влечение.
Цветовая гамма	Зеленый фон создает мрачное, тревожное настроение, отсылая к болезненности и отравлению. Контраст белого и серого символизирует борьбу между жизнью и смертью, светом и тьмой. Белый цвет руки подчеркивает ее бледность и уязвимость. Жидкость в бутылке создает впечатление обманчивой чистоты, скрывающей яд.
Восприятие	Плакат вызывает чувство тревоги, безысходности и сочувствия к человеку, страдающему от алкогольной зависимости. Акцент на слове «Я» делает проблему личной, заставляет зрителя задуматься о собственной уязвимости.
Действие	Плакат призван привлечь внимание к проблеме алкогольной зависимости в России и побудить людей к осознанию ее опасности. Он может вызвать желание получить больше информации о проблеме, обратиться за помощью или поддержать тех, кто борется с зависимостью.
Вывод	Плакат «Алкоголизм» – это мощное визуальное высказывание, использующее контрастные цвета и композицию для создания сильного эмоционального воздействия. Он эффективно передает трагедию алкогольной зависимости и призывает к действию. Использование текста, акцентирующего личную ответственность, усиливает эффект. Плакат может быть эффективным инструментом в профилактике алкоголизма.

Рисунок 2: «Я зависим: Алкоголизм» (прил).

С точки зрения профессионального дизайнера, плакат «Я зависим: Алкоголизм» представляет собой тщательно продуманную и эффективную визуальную коммуникацию, направленную на привлечение внимания к проблеме алкогольной зависимости. Каждый элемент плаката – от цветовой гаммы до композиции – работает на создание определенного эмоционального отклика у зрителя.

Визуальный язык плаката строится на контрастах. Белая рука, тянущаяся к темной бутылке, символизирует борьбу между жизнью и зависимостью, чистотой и отравлением. Акцент на слове «Я» с помощью увеличенного шрифта и жирного начертания персонализирует проблему,

делая ее более близкой и понятной для каждого зрителя. Это создает эффект сопричастности и заставляет задуматься о собственной уязвимости.

Композиция плаката динамична и направлена на привлечение внимания к ключевому элементу – бутылке с белой жидкостью. Диагональная линия, образуемая рукой, визуальнo ведет взгляд зрителя к бутылке, подчеркивая непреодолимое влечение к зависимости. Зеленый фон, выбранный для создания мрачного и тревожного настроения, ассоциируется с болезнью и отравлением, усиливая негативное восприятие алкогольной зависимости.

Цветовая палитра, основанная на контрасте белого и черного, усиливает ощущение борьбы и безысходности. Белый цвет руки, контрастирующий с темной бутылкой, подчеркивает ее бледность и уязвимость, символизируя потерю жизненных сил. Белая жидкость в бутылке, кажущаяся на первый взгляд чистой и невинной, создает обманчивое впечатление, скрывая в себе смертоносный яд.

В целом, плакат «Я зависим: Алкоголизм» представляет собой мощное визуальное высказывание, которое эффективно передает трагедию алкогольной зависимости. Он не только привлекает внимание к проблеме, но и побуждает зрителя к осознанию ее опасности и к действиям, направленным на ее предотвращение. Плакат является отличным примером того, как с помощью продуманного дизайна можно создать сильное эмоциональное воздействие и донести важную социальную информацию. Его можно рассматривать как эффективный инструмент в профилактике алкоголизма, способный вызвать резонанс в обществе и стимулировать обсуждение проблемы на разных уровнях.

Таблица 7 – Рисунок 3: «Я зависим: Обжорство»

Аспект анализа	Описание
<i>1</i>	<i>2</i>
Визуальные элементы	Изображение руки, держащей крошечный серый гамбургер. Желтый фон. Акцент на размере гамбургера в сравнении с рукой. Текст, набранный белым цветом, с выделением буквы «Я» и слова «зависим».

Продолжение таблицы 7

1	2
Композиция	Контраст размера между рукой и гамбургером создает визуальное напряжение. Рука доминирует в кадре, подчеркивая зависимость. Текст расположен так, чтобы сразу привлекать внимание к ключевым словам. Желтый фон усиливает визуальное воздействие и тревожность.
Цветовая гамма	Сочетание желтого и серого – классический прием для создания эффекта предостережения и опасности. Белый текст обеспечивает четкость и читаемость на фоне. Бледный цвет руки может намекать на нездоровый образ жизни.
Восприятие	Плакат вызывает чувство тревоги и дискомфорта. Маленький серый гамбургер символизирует нездоровую пищу, а огромная рука – неконтролируемую тягу к ней. Контраст размеров подчеркивает дисбаланс и зависимость.
Действие	Плакат должен побудить зрителя задуматься о своем питании и о вреде переедания. Крупный шрифт и выделенные слова акцентируют внимание на проблеме зависимости от еды. Текст с шокирующей статистикой усиливает воздействие и мотивирует к действию.
Вывод	Плакат эффективно использует визуальные метафоры и контрасты для передачи идеи зависимости от нездоровой пищи. Цветовая гамма и композиция создают тревожное настроение, а текст подкрепляет визуальное сообщение статистическими данными. Цель плаката – вызвать эмоциональный отклик и побудить к изменению пищевых привычек.

Рисунок 3: «Я зависим: Обжорство» (прил).

Плакат представляет собой визуально мощное и концептуально продуманное произведение, эффективно использующее принципы дизайна для передачи сложного сообщения о зависимости от нездоровой пищи. Эффективность плаката обусловлена несколькими ключевыми факторами:

Визуальная метафора зависимости. Изображение огромной руки, удерживающей крошечный черный гамбургер, – это сильная метафора, визуализирующая дисбаланс между желанием и необходимостью. Миниатюрный размер гамбургера, контрастирующий с доминирующей рукой, подчеркивает иррациональность аппетита и потерю контроля над ним. Черный цвет гамбургера усиливает негативный подтекст, ассоциируясь с чем-то вредным и даже опасным.

Композиционное решение. Композиция плаката построена таким образом, чтобы мгновенно привлечь внимание зрителя к ключевым

элементам. Доминирующая рука занимает большую часть кадра, символизируя силу зависимости. Расположение текста, особенно выделенные слова «Я» и «зависим», обеспечивает немедленное осознание проблемы. Вертикальное расположение текста также способствует визуальному напряжению, акцентируя идею «провалившегося» в зависимость человека.

Цветовая психология. Использование желтого и черного цветов является стратегическим дизайнерским решением. Желтый цвет, как правило ассоциирующийся с предупреждением и опасностью, здесь подчеркивает серьезность проблемы. Контраст с черным цветом создает эффект визуального напряжения и тревоги, что усиливает эмоциональное воздействие на зрителя. Бледный оттенок кожи руки может подсознательно намекать на последствия нездорового образа жизни и недостаток питательных веществ.

Воздействие на аудиторию. Плакат успешно вызывает у зрителя чувство дискомфорта и тревоги, заставляя задуматься о собственных пищевых привычках. Использование контрастных размеров и цветов эффективно передает идею неконтролируемой тяги к нездоровой пище. Крупный шрифт и выделенные слова акцентируют внимание на проблеме зависимости, мотивируя к критическому самоанализу.

Общая оценка. Плакат «Я зависим: Обжорство» представляет собой удачный пример использования визуальных средств для эффективной коммуникации. Через продуманную композицию, цветовую гамму и визуальные метафоры плакат создает сильное эмоциональное воздействие, побуждая зрителя задуматься о своем отношении к пище и о рисках, связанных с нездоровым питанием. В целом, плакат является убедительным и запоминающимся призывом к осознанному потреблению пищи.

Таблица 8 – Рисунок 4: «Я зависим: Наркозависимость»

Аспект анализа	Описание
Визуальные элементы	Белая рука, контрастирующая с темным фоном и черной бутылком, сразу привлекает внимание. Бутылек, единственный цветной элемент, становится символом опасности и искушения. Использование шрифта разного размера и начертания (особенно акцент на «Я» и «ЗАВИСИМ») усиливает эмоциональное воздействие.
Композиция	Композиция построена на контрасте и драматизме. Рука, протянутая к зрителю, создает ощущение вовлеченности и призывает к действию. Центральное расположение пузырька подчеркивает ее значимость в формировании зависимости. Текст расположен лаконично и не отвлекает от основного визуального образа.
Цветовая гамма	Сочетание фиолетового, белого и темного цветов создает атмосферу тревоги, страха и безысходности. Фиолетовый – цвет тайны и опасности; белый – цвет надежды, но здесь он также символизирует отчаяние и пустоту; черный – цвет смерти и разрушения. Контраст усиливает визуальное воздействие и привлекает внимание к ключевым элементам.
Восприятие	Плакат вызывает сильные эмоции: страх, тревогу, сочувствие. Он заставляет задуматься о проблеме наркотической зависимости и ее последствиях. Зритель ощущает себя частью этой проблемы, видя протянутую руку и пузырек с ядом.
Действие	Плакат призывает к осознанию опасности наркотической зависимости и поиску помощи. Он может побудить зрителя обратиться за консультацией, поддержать близких, страдающих от зависимости, или просто задуматься о своем отношении к этой проблеме.
Вывод	Плакат «Наркозависимость» – это мощное визуальное высказывание, которое эффективно передает трагичность проблемы наркотической зависимости. Использование контрастных цветов, акцентирование ключевых слов и лаконичная композиция делают его запоминающимся и вызывающим эмоциональный отклик. Плакат может быть использован в профилактических кампаниях, направленных на борьбу с наркоманией.

Рисунок 4: «Я зависим: Наркозависимость» (прил).

Плакат «Наркозависимость» представляет собой высокоэффективный инструмент визуальной коммуникации, предназначенный для воздействия на эмоциональную сферу зрителя и формирования у него четкого представления об опасности наркотической зависимости.

Ключевым элементом успеха плаката является мастерское использование визуальных приемов. Белая рука на темном фоне – это сильный образ, который немедленно привлекает внимание и вызывает чувство тревоги. Контраст между белым и черным цветами усиливает

ощущение драматизма и опасности, а фиолетовый цвет добавляет элемент таинственности и страха.

Цветовое решение плаката играет важную роль в создании необходимой атмосферы. Фиолетовый цвет, традиционно ассоциирующийся с мистикой и опасностью, подчеркивает разрушительное воздействие наркотиков. Белый цвет, обычно символизирующий чистоту и надежду, в данном контексте приобретает оттенок отчаяния и безысходности, что свидетельствует о глубине проблемы. Черный цвет, являющийся символом смерти и разрушения, усиливает негативное восприятие наркотической зависимости.

Композиция плаката тщательно продумана и направлена на максимальное воздействие на зрителя. Рука, протянутая к зрителю, создает эффект вовлеченности и заставляет почувствовать себя частью проблемы. Центральное расположение таблетки подчеркивает ее роль в формировании зависимости и акцентирует внимание на источнике опасности. Лаконичное текстовое сообщение усиливает визуальное воздействие, не отвлекая от основного образа.

Использование шрифта разного размера и начертания – это еще один прием, который позволяет акцентировать внимание на ключевых словах и усилить эмоциональное воздействие. Выделение слов «Я» и «ЗАВИСИМ» подчеркивает личную ответственность и трагические последствия зависимости.

В целом, плакат «Наркозависимость» (рис. 4, прил.) демонстрирует высокий уровень профессионализма в области дизайна. Он эффективно использует визуальные элементы, композицию, цветовую гамму и типографику для передачи сложного и важного сообщения. Плакат вызывает сильные эмоции и заставляет задуматься о проблеме наркотической зависимости. Он может быть рекомендован для использования в профилактических кампаниях, направленных на борьбу с наркоманией, а также в образовательных учреждениях и социальных

организациях. Его сила – в простоте и эмоциональной насыщенности, что делает его запоминающимся и действенным инструментом воздействия на общественное сознание.

Таблица 9 – Рисунок 5: «Я зависим: Номофобия»

Аспект анализа	Описание
Визуальные элементы	Изображение руки, держащей мобильный телефон. Фон ярко-голубой. Текст, выполненный белым цветом, доминирует в композиции. Буква «Я» в слове «Я» и слово «зависим» визуальны выделены.
Композиция	Центральным элементом является рука с телефоном, что акцентирует внимание на гаджете как источнике зависимости. Расположение текста организовано таким образом, чтобы сначала привлечь внимание к проблеме, а затем предоставить статистические данные.
Цветовая гамма	Ярко-голубой фон создает ощущение технологичности и современности, но также может ассоциироваться с холодностью и отстраненностью. Белый цвет текста обеспечивает контраст и легкость восприятия. Отсутствие других цветов подчеркивает монотонность и однообразие, намекая на поглощенность гаджетами.
Восприятие	Плакат вызывает чувство беспокойности и тревоги по поводу растущей зависимости от гаджетов. Визуальное выделение слова «зависим» усиливает это ощущение и заставляет задуматься о собственном отношении к технологиям.
Действие	Плакат призывает к самоанализу и осознанию степени своей зависимости от гаджетов. Он побуждает к ограничению времени, проводимого в цифровом мире, и поиску альтернативных способов времяпрепровождения.
Вывод	Плакат «Номофобия» эффективно использует визуальные и текстовые элементы для передачи важного сообщения о растущей проблеме зависимости от гаджетов. Он акцентирует внимание на негативных последствиях чрезмерного использования технологий и призывает к осознанному отношению к цифровому миру.

Рисунок 5: «Я зависим: Номофобия» (прил).

Плакат «Номофобия» представляет собой продуманное и эффективное визуальное сообщение, направленное на привлечение внимания к проблеме цифровой зависимости.

Визуальная сила минимализма. Использование минималистичной цветовой палитры, состоящей преимущественно из ярко-голубого и белого цветов, является сильным дизайнерским решением. Ярко-голубой фон, хоть и ассоциируется с технологичностью, может также вызывать чувство отстраненности и холода, отражая безликость и потенциальную изоляцию,

связанную с чрезмерным использованием гаджетов. Белый цвет текста обеспечивает необходимый контраст и читаемость, но его монотонность дополнительно усиливает ощущение однообразия, в которое погружается человек, зависимый от цифрового мира.

Композиционный фокус. Композиция плаката, центрированная вокруг руки, держащей мобильный телефон, является мощным инструментом для акцентирования внимания на гаджете как на источнике зависимости. Рука, как бы «сжимающая» телефон, создает визуальную метафору «цифровой хватки», которая не отпускает пользователя. Расположение текста, где проблема зависимости представлена в начале, а статистические данные следуют за ней, логически выстроено для максимального воздействия на зрителя.

Акцентирование ключевых слов. Визуальное выделение буквы «Я» и слова «зависим» является тонким, но эффективным способом подчеркнуть личную ответственность и осознание проблемы. Этот прием заставляет зрителя задуматься о своей собственной связи с гаджетами и степени своей зависимости.

Психологическое воздействие. Плакат вызывает у зрителя чувство беспокойности и тревоги, что является намеренным дизайнерским решением. Цель состоит в том, чтобы создать эмоциональный отклик и побудить к самоанализу. Отсутствие позитивных образов и ярких цветов дополнительно усиливает негативное восприятие проблемы, подчеркивая ее серьезность.

Призыв к действию. Плакат не просто констатирует проблему, но и призывает к конкретным действиям. Он побуждает к ограничению времени, проводимого в цифровом мире, и поиску альтернативных способов времяпрепровождения. Этот призыв к осознанности и умеренности делает плакат не просто визуально привлекательным, но и социально значимым.

Следовательно, плакат «Номофобия» – это пример эффективного дизайна, который использует минималистичные средства для передачи сложного сообщения о растущей проблеме цифровой зависимости. Он не только привлекает внимание к этой проблеме, но и побуждает к самоанализу и осознанному отношению к использованию технологий. Дизайнерские решения, такие как цветовая гамма, композиция и акцентирование ключевых слов, работают вместе, чтобы создать мощное визуальное заявление, которое трудно игнорировать.

Таким образом, представленные плакаты, в целом, эффективно используют принципы графического дизайна для передачи своих сообщений. Сильный визуальный контраст, минимализм и четкая структура позволяют легко воспринимать информацию. Результаты анкетирования подтверждают, что плакаты вызывают эмоциональный отклик у зрителей и побуждают их к размышлениям о важных жизненных выборах. Однако, при дальнейшем использовании данных плакатов, необходимо учитывать возможные негативные реакции отдельных групп аудитории, особенно при изображении физических характеристик.

3.2 Реализация и тестирование разработанной серии социальных плакатов

В современном обществе социальные плакаты играют важную роль в формировании общественного мнения, привлечении внимания к актуальным проблемам и стимулировании позитивных изменений. Данное исследование посвящено изучению восприятия серии из пяти социальных плакатов, направленных на осознание личного выбора и его последствий в различных сферах жизни. Особое внимание уделено влиянию этих плакатов на проблему созависимости.

Для оценки эффективности разработанных социальных плакатов было проведено анкетирование 100 человек различных возрастных групп и социальных слоев. Анкета включала вопросы, направленные на выявление

понимания основной идеи плаката, эмоционального отклика, ассоциаций, которые он вызывает, а также готовности к изменению поведения. Респондентам предлагалось оценить плакаты по шкале от 1 до 5 (где 1 – «совсем не согласен», а 5 – «полностью согласен») по следующим критериям:

- понятность сообщения;
- эмоциональное воздействие;
- актуальность темы;
- мотивация к изменению;
- общее впечатление.

Результаты анкетирования представим в таблицах 10-14.

Таблица 10 – Рисунок 1: «Я зависим: Созависимость в отношениях»

Критерий	Средний балл
Понятность сообщения	4,7
Эмоциональное воздействие	4,5
Актуальность темы	5,0
Мотивация к изменению	5,0
Общее впечатление	4,8

Данные, представленные в таблице 10, демонстрируют высокую оценку первого плаката (рис. 1, прил.) по всем критериям. Наивысшие баллы получили актуальность темы и мотивация к изменению (5,0), что свидетельствует о том, что респонденты считают проблему выбора между истинными ценностями и иллюзорной свободой крайне важной и видят в плакате стимул к переосмыслению своих жизненных приоритетов. Понятность сообщения также получила высокую оценку (4,7), что говорит о четкости и доступности визуального и текстового решения плаката. Эмоциональное воздействие и общее впечатление оценены на 4,5 и 4,8 соответственно, что подтверждает способность плаката вызывать эмоциональный отклик и формировать положительное восприятие.

Таблица 11 – Рисунок 2: «Я зависим: Алкоголизм»

Критерий	Средний балл
Понятность сообщения	4,8
Эмоциональное воздействие	4,9
Актуальность темы	5,0
Мотивация к изменению	5,0
Общее впечатление	4,9

Таблица 11 отражает стабильно высокие оценки второго плаката (рис. 2, прил.). Актуальность темы и мотивация к изменению вновь получили максимальную оценку (5,0), подчеркивая значимость проблематики взаимоотношений и выбора между здоровой независимостью и деструктивной созависимостью. Эмоциональное воздействие оценено на 4,9, что может свидетельствовать о более сильном эмоциональном отклике по сравнению с первым плакатом, возможно, из-за универсальности и болезненности темы взаимоотношений. Понятность сообщения и общее впечатление получили оценки 4,8 и 4,9 соответственно, что указывает на успешное донесение основной идеи и формирование благоприятного впечатления.

Таблица 12 – Рисунок 3: «Я зависим: Обжорство»

Критерий	Средний балл
Понятность сообщения	4,7
Эмоциональное воздействие	4,9
Актуальность темы	5,0
Мотивация к изменению	5,0
Общее впечатление	4,9

Результаты анкетирования по третьему плакату (рис. 3, прил.) в таблице 12 также демонстрируют высокие показатели. Актуальность темы и мотивация к изменению вновь получили максимальную оценку (5,0),

подтверждая острую необходимость переосмысления ценностей и приоритетов в современном обществе, где погоня за едой часто заменяет собой полноценную жизнь. Эмоциональное воздействие оценено на 4,9, что говорит о способности плаката вызывать сильный эмоциональный отклик, возможно, за счет узнаваемости ситуации, когда человек «живет» только едой, упуская реальную жизнь. Понятность сообщения оценена на 4,7, а общее впечатление – на 4,9, что свидетельствует об успешном донесении идеи и формировании положительного восприятия.

Таблица 13 – Рисунок 4: «Я зависим: Наркозависимость»

Критерий	Средний балл
Понятность сообщения	4,8
Эмоциональное воздействие	5,0
Актуальность темы	5,0
Мотивация к изменению	5,0
Общее впечатление	5,0

Четвертый плакат (рис. 4, прил.) получил наивысшие оценки (Таблица 13). Все критерии – понятность сообщения, эмоциональное воздействие, актуальность темы, мотивация к изменению и общее впечатление – получили максимальные 5 баллов. Это говорит о том, что данный плакат наиболее эффективно доносит свою идею до аудитории, вызывает сильный эмоциональный отклик, признается актуальным и мотивирует к переосмыслению ценностей, связанных с зависимостью. Вероятно, это связано с тем, что тема наркотической зависимости очень актуальна в современном мире.

Таблица 14 – Рисунок 5: «Я зависим: Номофобия»

Критерий	Средний балл
Понятность сообщения	5,0
Эмоциональное воздействие	4,9
Актуальность темы	5,0
Мотивация к изменению	5,0
Общее впечатление	4,9

Результаты по пятому плакату (рис. 5, прил.) в таблице 14 подтверждают общую тенденцию высоких оценок. Понятность сообщения получила максимальную оценку (5,0), что свидетельствует о ясности и доступности визуального и текстового решения плаката. Актуальность темы и мотивация к изменению оценены на 5,0, что говорит о том, что респонденты считают проблему выбора между цифровой зависимостью и счастливым будущим крайне важной и видят в плакате стимул к переосмыслению своего образа жизни. Эмоциональное воздействие и общее впечатление оценены на 4,9, что подтверждает способность плаката вызывать эмоциональный отклик и формировать положительное восприятие.

Выводы по 3 главе

Таким образом, в проектной части исследования были разработаны социальные плакаты по проблеме созависимости человека. Плакаты «Я зависим» используют минималистичный дизайн: яркий фон, белые силуэты рук, белой надписью. Такая структура акцентирует внимание на ключевом сообщении. Эффективность оценивается анкетированием.

Принципы дизайна:

- минимализм: ограниченная палитра, простые формы;
- контраст: яркий фон/белые силуэты рук;

– иерархия: «Я зависим» – ключевой элемент, остальной текст – уточнение;

– символизм: силуэты рук и предметов представляют жизненные ситуации;

– дихотомия: концепция «Я зависим» основана на дихотомии – противопоставлении свободы и зависимости, желания и необходимости.

Результаты проведенного анкетирования свидетельствуют о высокой эффективности разработанной серии социальных плакатов. Все плакаты получили высокие оценки по всем критериям, что говорит о хорошем понимании целевой аудиторией основных идей, сильном эмоциональном отклике, признании актуальности затронутых тем и, что самое важное, наличии мотивации к изменению. Особенно выделяется четвертый плакат, получивший максимальные оценки по всем критериям. Данные результаты подтверждают целесообразность использования разработанных плакатов в социальных кампаниях, направленных на формирование здорового образа жизни, осознанного выбора и гармоничных взаимоотношений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для проведения исследования и достижения поставленной цели были поставлены и решены следующие задачи:

1. Рассмотрен социальный плакат как инструмент коммуникации и социального воздействия.

2. Изучены принципы и методы проектирования эффективных социальных плакатов.

3. Проведен обзор и анализ примеров успешных социальных плакатов.

4. Обоснован выбор актуальной социальной проблемы для проектирования серии плакатов.

5. Разработана концепция и визуальный стиль серии социальных плакатов.

6. Реализована и протестирована разработанная серия социальных плакатов.

По результатам решения первой задачи можно сделать вывод о том, что социальный плакат представляет собой мощный инструмент в руках общественных организаций, государственных структур и отдельных активистов, стремящихся привлечь внимание к актуальным проблемам и стимулировать изменения в обществе. Эффективность социального плаката обусловлена его способностью к визуальной коммуникации, лаконичности и эмоциональной насыщенности. Он способен преодолевать языковые и культурные барьеры, донося сообщение до широкой аудитории. Рассмотрение исторического контекста развития социального плаката позволило выявить закономерности в его тематике и стилистике, а также проследить эволюцию его роли в общественной жизни. Анализ различных типов социальных плакатов, от пропагандистских до информационных, показал, что их успех зависит от четкости цели, целевой аудитории и выбранных средств выразительности.

По результатам решения второй задачи можно сделать вывод о том, что проектирование эффективного социального плаката требует комплексного подхода, основанного на знании принципов визуальной коммуникации, психологии восприятия и особенностей целевой аудитории. Важнейшими элементами успешного плаката являются: четкая и лаконичная идея, убедительный визуальный образ, грамотное использование типографики и цветовой палитры. Необходимо учитывать культурный контекст и избегать использования стереотипов, которые могут вызвать негативную реакцию. Использование различных методов проектирования, таких как мозговой штурм, скетчинг и прототипирование, позволяет создавать плакаты, которые эффективно доносят сообщение и достигают поставленных целей. Особое внимание следует уделять тестированию плаката на целевой аудитории для выявления возможных проблем и внесения необходимых корректировок.

По результатам решения третьей задачи можно сделать вывод о том, что анализ успешных социальных плакатов демонстрирует разнообразие подходов к решению задач социального воздействия. Общим для всех успешных примеров является наличие четкой идеи, запоминающегося визуального образа и соответствие выбранных средств выразительности целевой аудитории. Использование юмора, провокации, эмпатии и других эмоциональных приемов позволяет усилить воздействие плаката на зрителя и стимулировать его к действию. Анализ успешных кампаний показал, что социальные плакаты часто являются частью комплексной стратегии, включающей другие каналы коммуникации, такие как телевидение, радио и интернет. Важным фактором успеха является постоянный мониторинг эффективности плаката и внесение необходимых изменений в случае необходимости.

По результатам решения четвертой задачи можно сделать вывод о том, что исследование, проведенное в крупных и средних городах России среди жителей 18-60 лет, выявило распространенность различных форм

созависимости. Курение (25,4 %) и отсутствие общения (21,8 %) наиболее распространены, за ними следуют интернет-зависимость (18,3 %), ожирение (15,9 %), алкоголизм (12,5 %) и игромания (8,7 %). Средний возраст начала варьируется: курение и интернет-зависимость начинаются в более молодом возрасте, ожирение – в более позднем. Обнаружены значимые корреляции между формами созависимости, указывающие на общие факторы риска. Например, алкоголизм коррелирует с игроманией, курением и отсутствием общения. Отсутствие общения связано с интернет-зависимостью, ожирением и алкоголизмом (таблица 1).

По результатам решения пятой задачи были разработаны социальные плакаты по проблеме созависимости человека. Плакаты «Я зависим» используют минималистичный дизайн: яркий фон, белые силуэты рук, белые надписи. Такая структура акцентирует внимание на ключевом сообщении. Эффективность оценивается анкетированием.

Принципы дизайна:

- минимализм: ограниченная палитра, простые формы;
- контраст: яркий фон/белые силуэты рук;
- иерархия: «Я зависим» – ключевой элемент, остальной текст – уточнение;
- символизм: силуэты рук и предметов представляют жизненные ситуации;
- дихотомия: концепция «Я зависим» основана на дихотомии – противопоставлении свободы и зависимости, желания и необходимости.

Рисунок 1: «Я зависим: Созависимость в отношениях» (прил).

Плакат эффективно использует красный цвет для тревоги, белый для изоляции, и черный костюм для скованности. Композиция подчеркивает подавленность через доминирующую руку с перевернутым жестом «ОК», символизирующим манипуляцию и контроль над миниатюрной фигуркой, что усиливает эмоциональное воздействие и поднимает вопрос о сохранении личной свободы.

Плакат № 2: «Я зависим: Алкоголизм» (прил).

Плакат использует контраст белой руки, тянущейся к темной бутылке, для символизации борьбы с алкогольной зависимостью. Акцент на слове «Я» персонализирует проблему. Динамичная композиция с диагональной линией ведет взгляд к бутылке, а зеленый фон создает мрачное настроение. Цветовая палитра подчеркивает безысходность. Плакат передает трагедию алкогольной зависимости и побуждает к осознанию опасности.

Плакат №3: «Я зависим: Обжорство» (прил).

Плакат использует визуальную метафору (огромная рука, удерживающая миниатюрный черный гамбургер) для демонстрации зависимости от нездоровой пищи. Композиция, цветовая психология (желтый и черный цвета), и выделенный текст усиливают эмоциональное воздействие, вызывая дискомфорт и мотивируя к самоанализу.

Плакат №4: «Я зависим: Наркозависимость» (прил).

Плакат эффективно использует визуальные приемы (белая рука на темном фоне, фиолетовый цвет) для передачи опасности наркотической зависимости. Цветовое решение, композиция (рука, протянутая к зрителю, центральное расположение таблетки), типографика акцентируют внимание на проблеме и вызывают сильные эмоции.

Плакат №5: «Я зависим: Номофобия» (прил).

Плакат с минималистичным дизайном акцентирует проблему цифровой зависимости. Голубой фон, рука, держащая телефон, и выделенные слова подчеркивают личную ответственность. Плакат вызывает беспокойство, призывает к ограничению времени в цифровом мире и поиску альтернативных занятий.

Результаты проведенного анкетирования свидетельствуют о высокой эффективности разработанной серии социальных плакатов. Все плакаты получили высокие оценки по всем критериям, что говорит о хорошем понимании целевой аудиторией основных идей, сильном эмоциональном

отклике, признании актуальности затронутых тем и, что самое важное, наличии мотивации к изменению. Особенно выделяется четвертый плакат, получивший максимальные оценки по всем критериям. Данные результаты подтверждают целесообразность использования разработанных плакатов в социальных кампаниях, направленных на формирование здорового образа жизни, осознанного выбора и гармоничных взаимоотношений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «15 советских плакатов с интересными дизайнерскими приёмами» // Skillbox Дизайн : [сайт]. – URL: https://skillbox.ru/media/design/15_sovetskikh_plakatov_s_interesnymi_dizaynerskimi_priyemami/ , свободный (дата обращения: 09.11.2024).
2. Александрова М. В. Стилистика советского плаката в современной массовой культуре/ М. В. Александрова // Ярославский педагогический вестник. – 2018. – №5. – С. 54–56
3. Анисимова Т. В. Некоторые причины неэффективности современной российской социальной рекламы / Т. В. Анисимова // Филологический аспект. – 2022. – № 1(81). – С. 114–124.
4. Анисимова Т. В. Средства выразительности в социальной рекламе о пользе чтения / Т. В. Анисимова, С. А. Чубай // Теоретическая и прикладная лингвистика. – 2024. – Т. 10, № 1. – С. 5–19.
5. Башкирова К. Я. Роль плаката в формировании нравственно-этических качеств подрастающего поколения / К. Я. Башкирова, Е. П. Панова // Укрепление духовно-традиционных ценностей: от теории к практике : сборник научных статей. – Москва: федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет», 2023. – С. 31–36.
6. Билан А. С. Плакат как средство социальной рекламы / А. С. Билан, Н. В. Кожина // Новое искусство. Новое в искусстве : сборник научных статей. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2022. – С. 64–67.
7. Борисова Ю. А. Влияние социальных проектов на общество / Ю. А. Борисова // Школьные секции. Археология. Биология. Гуманитарные науки. Инженерное конструирование. Информационные технологии. Математика. Физика. Химия. Цифровые науки. Этнография :

сборник научных статей. – Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2023. – С. 144–145.

8. Буштантайте Н. Д. Создание социальных плакатов и видеороликов в косплей-технологии / Н. Д. Буштантайте // Молодой ученый. – 2022. – № S30–1(425–1). – С. 15–16.

9. Васильченко В. С. История плаката как средства социальной рекламы. Его значимость и актуальность / В. С. Васильченко, И. А. Клименко // Новое искусство. Новое в искусстве : сборник научных статей. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2022. – С. 8–13.

10. Возникновение искусства плаката // Архив : [сайт]. – URL: <https://artchive.ru/encyclopedia/3200~Poster> (дата обращения: 09.11.2024).

11. Гаджиева М. И. Плакатное искусство как инструмент отражения социальных проблем / М. И. Гаджиева // Инновационные технологии обучения. – 2023. – № 17. – С. 280–285.

12. Графические методы усиления выразительности плаката // Коммуникационный дизайн : [сайт]. – URL: <https://design.sredaobuchenia.ru/makingposterstronger>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

13. Дебердеева Г. А. Социальные плакаты и видеоролики как способ воспитания современной молодежи / Г. А. Дебердеева, Ю. Р. Одинокова, Ю. А. Шурыгина // Вестник Пензенского государственного университета. – 2023. – № 4(44). – С. 45–47.

14. Есимова А. Б. Экологическая тематика в советских плакатах / А. Б. Есимова // Мир Большого Алтая. – 2019. – №5 (4). – С. 56–59

15. Захарова А. Д. Использование элементов советского плаката как интертекстуальное средство современной социальной рекламы / А. Д. Захарова, С. С. Кухтина, П. Ч. Хан // Научный форум: филология, искусствоведение и культурология : сборник научных статей. – Москва:

Общество с ограниченной ответственностью «Международный центр науки и образования», 2022. – С. 33–40.

16. Зуева Т. М. Применение интерактивных плакатов / Т. М. Зуева // Интерактивная наука. – 2022. – №7. – С. 12–18.

17. Искусство советского рекламного плаката // Современное искусство: [сайт]. – URL: <https://hsedesign.ru/project/4b8e51381ef84636bc2fb8b8413e3424>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

18. Копцева Н. П. Менжуренко Плакатное творчество Д. С. Моора (Орлова): философско-искусствоведческий анализ / Н. П. Копцева // Журнал СФУ. Гуманитарные науки. – 2024. – №1. – С. 65–69

19. Косенко Г. В. Анализ исторического развития дизайна социального плаката / Г. В. Косенко // Культурологические чтения - 2022. Культурное наследие и актуальные культурные практики: репрезентации, трансформации, перспективы : сборник научных статей. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2022. – С. 181–189.

20. Куценко М. В. Исторические предпосылки и перспективы социального плаката как инструмента формирования патриотизма и национальной идентичности / М. В. Куценко // Обзор. НЦПТИ. – 2023. – № 1(32). – С. 43–76.

21. Медведева Е. Р. Роль социального плаката в современном мире / Е. Р. Медведева, Ю. А. Ерохина // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : сборник научных статей. – Донецк: Издательство Донецкий государственный университет, 2023. – С. 112–114.

22. Мещерякова И. Н. Отечественный опыт реализации воспитательной функции социальной рекламы / И. Н. Мещерякова // Общество и человек. – 2024. – № 2(49). – С. 23–28.

23. Мойдинова Б. Искусство плаката в современном цифровом мире / Б. Мойдинова // Scientific progress. – 2023. – №1. – С. 44–48.

24. Мойдинова Бехруза. Роль плаката в современном мире / Бехруза Мойдинова, О. С. Касымов. // Молодой ученый. – 2022. – № 5 (400). – С. 320–323.

25. Онуфриенко С. Г. Развитие социального плаката / С. Г. Онуфриенко, Т. Э. Ахмерова // Тезисы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : сборник научных статей. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2023. – С. 196–197.

26. Павлина С. Ю. Катализаторы экспрессивности политического плаката: интердискурсивность и интерсемиозис как основа поликодовой креативности / С. Ю. Павлина // Вестник Новосибирского государственного университета. – 2023. – Т. 21, № 3. – С. 31–44.

27. Павлова Д. О. Повышение коммуникационной актуальности социальной рекламы посредством современных технологий / Д. О. Павлова, А. Г. Епифанова // Актуальные проблемы современной науки: взгляд молодых : сборник научных статей. – Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2024. – С. 535–549.

28. Пименова С. Р. Особенности графического дизайна социального плаката / С. Р. Пименова // Российская наука в современном мире : сборник научных статей. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Актуальность.РФ», 2024. – С. 211–213.

29. Плакат как направление в искусстве // Gallerix : [сайт]. – URL: <https://gallerix.ru/lib/plakat-kak-napravlenie-v-iskusstve/>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

30. Плакат, его создание и многое другое // Цифровая типография и бизнес-сувениры: [сайт]. –URL: <https://gcprint.ru/blog/plakaty/>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

31. Плакат: от истории до принципов // Графический дизайн : [сайт]. – URL: <https://www.zaichapai.ru/poster/>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

32. Плакатное искусство Советского Союза: посыл, приемы и влияние// Современное искусство: [сайт]. – URL: <https://hsedesign.ru/project/fc500ed0f7634d64ae3b601d40b3ee07>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

33. Плакатное искусство. От создания до наших дней // Deziign : [сайт]. – URL: <https://deziign.com/project/4695cd11b71f4dfab4dff07a133c1ec>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

34. Плакаты и постеры: их виды и особенности, на что обратить внимание при разработке макета // MDM PRINT : [сайт]. – URL: <https://mdmprint.ru/blog/plakati-i-posteri-ih-vidi-i-osobennosti>, свободный (дата обращения: 09.11.2024).

35. Погорелова Д. А. Социальные плакаты как средство привлечения внимания к экологическим проблемам / Д. А. Погорелова // Наука. Технологии. инновации : сборник научных статей. – Челябинск: Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», 2023. – С. 165–167.

36. Сафонова Н. В. Ориентализм советских плакатов / Н. В. Сафонова // Восточный курьер. – 2022. – № 4. – С. 216–228.

37. Солодухина А. Г. Практика преподавания композиции рекламного плаката в вузе / А. Г. Солодухина // Актуальные проблемы мировой художественной культуры : сборник научных статей. – Гродно: Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, 2023. – С. 402–405.

38. Теплых В. А. «Социальный плакат» как средство формирования информационной компетентности учащихся в процессе обучения обществознанию / В. А. Теплых // XVII Акмуллинские чтения: сборник

научных статей. – Уфа: Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы, 2022. – С. 315–317.

39. Троицкая Е. А. Влияние социальной рекламы на отношение к табакокурению у подростков / Е. А. Троицкая // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. – 2024. – № 1(850). – С. 118–125.

40. Умаров А. А. Основные принципы создания плаката / А. А. Умаров // Oriental Art and Culture. – 2023. – №2. – С. 78–80

41. Черных А. П. Визуальный язык социального плаката / А. П. Черных, О. В. Ромашкова // Дизайн-мышление в современном мире: теоретические и эмпирические аспекты. – Гжель : Гжельский государственный университет, 2022. – С. 60–62.

42. Ян Ч. Ценностная основа социальной рекламы о коронавирусе (на материале китайского и русского социального плаката) / Ч. Ян // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : сборник научных статей. – Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2022. – С. 103–104.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Серия разработанных социальных плакатов



Рисунок 1 – Я зависим: Созависимость в отношениях

Я

ЗАВИСИМ

30% НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ
ЗЛУПОТРЕБЛЯЕТ УПОТРЕБЛЕНИЕМ
СПИРТНЫХ НАПИТКОВ И СОСТОИТ НА
УЧЕТЕ С ДИАГНОЗОМ «АЛКОГОЛИЗМ».



Рисунок 2 – Я зависим: Алкоголизм



Рисунок 3 – Я зависим: Обжорство

Я

ЗАВИСИМ

12 % НАСЕЛЕНИЯ ИСПЫТЫВАЕТ ЗАВИСИМОСТЬ ОТ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ. УПОТРЕБЛЕНИЕ ПРИВОДИТ К НЕОБРАТИМЫМ ПОСЛЕДСТВИЯМ. УПОТРЕБЛЯЮЩИЕ НЕ МОГУТ ВЕРНУТЬ СТАРУЮ ЖИЗНЬ



Рисунок 4 – Я зависим: Наркозависимость

Я

ЗАВИСИМ

45% НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ
ОСОЗНАННО СЧИТАЮТ СЕБЯ ЗАВИСИМЫМИ
ОТ ГАДЖЕТОВ И ИНТЕРНЕТА.



Рисунок 5 – Я зависим: Номофобия