

Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования
детская художественная школа № 2 города Сочи

МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА

**Обучение приемам последовательной
разработки социального плаката (для
обучающихся детских художественных школ
и школ искусств)**

Богомолов Александр Евгеньевич, преподаватель МБУДО ДХШ №2
города Сочи, высшая квалификационная категория

Сочи, 2017 год

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Последовательность разработки социального плаката (теория).	
1.1. Введение в тему.....	6
1.2. Подготовительный этап	7
1.3. Определение темы плаката.....	9
1.4. Определение слогана.....	10
1.5. Работа над идейно-смысловым сюжетом (этапы работы).....	11
1.6. Композиционно-психологические средства выразительности.....	13
1.7. Художественная выразительность плаката.....	15
2. Социальный плакат в системе духовно-нравственного воспитания обучающихся.	
2.1. Воспитание нравственного, духовно здорового ребенка.....	18
2.2. Перспективы развития опыта проведения акций-конкурсов «Социальный плакат».....	19
3. Заключение	22
4. Список использованных источников	23
5. Приложения	25

Введение

Создание социальной рекламы - одна из форм профилактики негативных явлений. На сегодняшний день в городе крайне мало представлено плакатов социальной рекламы. Форма традиционных тематических конкурсов рисунков в школах устарела и не вызывает интереса у подростков. Плакаты, направленные на профилактику злоупотребления ПАВ, представляют собой, запугивающие картинки, которые не оказывают ожидаемого влияния. Были попытки создания эскизов социального плаката, но участвовали в этом взрослые. Плакаты не учитывали особенностей воздействия рекламы, особенностей целевой аудитории и поэтому не представляли интереса для подростков. Для того чтобы социальная реклама производила впечатление на ту целевую аудиторию, для которой она предназначена (т. е. подростков) необходимо участие этой целевой аудитории в ее создании, использование новых методов и технологий, способных заинтересовать и привлечь учащихся. Именно поэтому часть уроков по композиции прикладной я посвятил теме «Социальный плакат».

Актуальность программы «Социальный плакат» в том, что она дает возможность самореализоваться ребенку в таком близком и понятном ему виде прикладного искусства как графический дизайн.

Новизна программы в том, что она адаптирована под учебный план ДХШ, учитывает региональную специфику, возрастные особенности обучающихся и не имеет аналогов.

Таким образом, *целью* работы является обучение приемам последовательной разработки социального плаката и формирование практических навыков и умений в таком виде прикладного искусства как графический дизайн.

Основные методические *задачи* программы:

- воспитание чувства гармонического восприятия действительности;
- обучение навыкам в работе над практическими заданиями, осмысление языка графического дизайна, его особенностей и условностей; изучение основ декоративной композиции; обучение образному мышлению, умению обобщать и стилизовать увиденное;
- развитие потребности у ребенка в самореализации и совершенствовании творческого потенциала.

Программа включает следующие разделы и подразделы:

1. Последовательность разработки социального плаката (теория).
 - 1.1. Введение в тему
 - 1.2. Подготовительный этап.
 - 1.3. Определение темы плаката.
 - 1.4. Выбор слогана.
 - 1.5. Работа над идейно-смысловым сюжетом (этапы работы).
 - 1.6. Композиционно-психологические средства выразительности.
 - 1.7. Художественная выразительность плаката.
2. Социальный плакат в системе духовно-нравственного воспитания обучающихся.
 - 2.1. Воспитание нравственного, духовно здорового ребенка.
 - 2.2. Перспективы развития опыта проведения акций-конкурсов «Социальный плакат».

Объектом исследования в работе является методика преподавания основ графического дизайна (социальный плакат). *Предмет исследования* – изучение последовательности работы над плакатом, т.е. создание грамотной выразительной графической композиции, несущей в себе отношение к той или иной социальной проблеме.

Конечный результат освоения программы (знания, умения, навыки, полученные по окончании полного курса):

- уметь грамотно вести работу от постановки задачи до законченной композиции в пределах отведенного времени: замысел, сбор

подготовительного материала, наблюдение, фантазия; упражнения по цветоведению, по законам композиции; цветотональные эскизы; сбор недостающего натурального материала;

- владение приемами декоративного решения: членение плоскости на части, дробление изображения;

- владеть приемами, определяющими цельность композиции: общность темы, формата, техники, развитие темы в движении ритмическом, колористическом и пространственном, смысловое единство действия и окружения;

- владение техническими навыками в работе над практическими заданиями, осмысление языка графического дизайна, его особенностей и условностей;

- *воспитание нравственного, духовно здорового ребенка.*

1. Последовательность разработки социального плаката (теория)

1.1. Введение в тему

Плакат (нем. Plakat от фр. placard — объявление, афиша, от plaquer — налепить, приклеивать) — броское, как правило, крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях. (В другом значении — разновидность графики). Плакат – наиболее массовая форма изобразительного искусства, нацеленная на решение конкретных социальных задач. Его основная идея должна быть выражена ясно, доходчиво, не противоречиво. Это экспресс информация. В отличие от станковой композиции и других произведений искусств создаётся очень оперативно.

Из необходимости быстрой и однозначной передачи информации вытекают требования лаконичности художественного решения:

1. Сокращение глубины пространства.
2. Ограничение планов до 1-2.
3. Минимальное использование светотени.
4. Локальность света.
5. Силуэтное изображение.
6. Отсутствие воздушной перспективы.
7. Ограничение количества цветов (полиграфическое тиражирование)

Богатство тематики, многообразие изобразительных приёмов и возможность общения с массовым зрителем, делают искусство плаката особенно притягательным в детском творчестве.

Для успешной работы над плакатом для обучающихся детской художественной школы требуются следующие условия:

- знание основ декоративной композиции (правила, приёмы и средства);

- знать основные разновидности и типы шрифтов, правильно их строить и уметь грамотно использовать в работе.

В современном дизайне плакат воспринимается как «сведенное в четкую визуальную формулу сообщение, предназначенное современнику для выводов и конкретных действий». Данная формула отражает определенный уровень графического дизайна и информирует о предмете коммуникации. К особенностям жанра можно отнести следующее: плакат должен быть виден на расстоянии, быть понятным и хорошо восприниматься зрителем. В плакате часто используется художественная метафора, разномасштабные фигуры, изображение событий, происходящих в разное время и в разных местах, контурное обозначение предметов. Для текста важным является шрифт, расположение, цвет. В плакатах используется также фотография в сочетании с рисунком и с живописью.

1.2. Подготовительный этап.

Работа над плакатом начинается с подготовительного этапа: упражнения по цветоведению, знакомство с ассоциативной композицией, способы и приемы выделения композиционного центра, основы стилизации, знаковые изображения.

Упражнения по цветоведению.

Обучающие с преподавателем изучают основные характеристики цветов на примере цветового круга. Хроматические и ахроматические цвета, количественное соотношение цветов цветового круга, гармоничные сочетания цветов, классификацию цветов по их психологическому воздействию на человека (Приложения. Таблицы 1–3).

Ассоциативная композиция.

Далее обучающиеся знакомятся с приемами передачи средствами живописи различных эмоций, учитывая, что ассоциативная композиция

предполагает: впечатление, образность, формальность (Приложения. Таблицы 4 – 5).

Способы и приемы выделения композиционного центра.

Обучающие выполняют ряд упражнений по выделению композиционного центра цветом, тоном, масштабом, расположением элементов композиции (Приложения. Таблицы 6 – 7)

Основы стилизации.

Характерные особенности стилизации объекта – простота форм, обобщенность, символичность, эксцентричность, геометричность. Обучающиеся выполняют упражнения: стилизация объектов графическими средствами до знакового изображения, стилизация на основе геометрических фигур (Приложения. Таблицы 8 – 9).

Знаковые изображения.

Основные характеристики: минимализм, рациональность, информативность, эстетичность. Обучающие выполняют эскизы эмблем, фирменных знаков, логотипов (Приложения. Таблицы 10 – 12).

Живописные приемы в декоративной композиции.

Выполнение упражнений:

- с использованием модуля точка, мазок, пятно)



;

- моделировка форм, обобщенных плоскостями



- условная трактовка плоскостями («плакатная живопись»)



- деление на плоскости определенными конфигурациями



1.3. Определение темы плаката.

Определение темы плаката зависит от социального заказа. Так, например, работая в ДХШ №2 города Северодвинска, был организатором передвижной выставки детских рисунков и плакатов «По лабиринтам

души», за что отмечен Почетной грамотой департамента образования и науки администрации Архангельской области и Епископа Архангельского и Холмогорского. В ДХШ №2 города Сочи я вновь обратился к теме плаката, который не потерял свою актуальности, а в связи с проводимыми городом различных мероприятий, посвященных предстоящим Олимпийским играм, выборам различного уровня, антитабачных и антинаркотических акций, детский плакат стал востребован, его необходимость перешла на более высокий уровень. Работая над плакатом, дети видят результаты и значимость своего труда для общества.

Возможные темы: О страстях, пороках и добродетели,

Сочи Олимпийский;

Я голосую за своё будущее;

Я люблю мой город;

О вреде курения;

О вреде наркомании;

О вреде пьянства.

1.4. Определение слогана.

Термин «слоган» попал в русскую речь из английского языка, однако его происхождение имеет достаточно древние корни. Согласно словарю Вебстера от 1913 года, первоначально он использовался в гаэльском языке и буквально переводился как «боевой клич». В своем современном значении понятие стало употребляться в 1880-х годах американскими предприятиями, а в XX столетии попало в лексикон русских рекламистов.

Слоганом называют короткую и емкую фразу, которая легко запоминается и выражает суть. Например: «Курение – добровольное рабство!», «Курение – искажает личность!», «Сломай сигарету, пока сигарета не сломала тебя!»

1.5. Работа над идейно-смысловым сюжетом (этапы работы):

- *выполнение поисков*



;

- *выполнение эскизов*



;

- *работа на формате*



;

- подготовка фона



- работа со шрифтами (размеры, конфигурация, расположение, цвет)



1.6. Композиционно-психологические средства выразительности:

- использование прямоугольных геометрических форм



;

- использование округлых геометрических форм



;

- смысловой контраст



;

- аллегория (иносказание)



;

- метафора (сравнение)



;

- гипербола (преувеличение)



;

- сознательное искажение
объекта



- постепенное преобразование
объекта



- внезапное преобразование
объекта



- ассоциации



- динамичность образа



- использование эмблем, знаков,
символов



- информативность глаз



- обращение к исторической памяти, национальным, патриотическим и нравственным чувствам



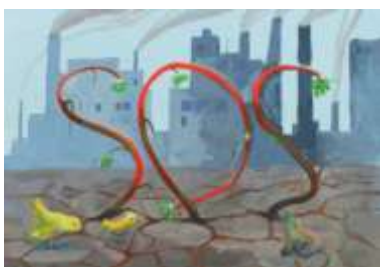
- информативность лица и рук



1.7. Художественная выразительность плаката.

Искусство плаката, как и любой вид изобразительного искусства, предполагает использование различных приемов и техник для достижения художественной выразительности плаката:

- живописное решение



- графическое решение



- смешанные техники



- контраст размера



- колорит



- ритм



- контраст цвета



- статика и динамика



- контраст тона



- симметрия, асимметрия



- *силуэт*



- *фактура*



- *плановость*



2. Социальный плакат в системе духовно-нравственного воспитания обучающихся.

2.1. Воспитание нравственного, духовно здорового ребенка.

Прежде чем перейти к раскрытию темы плаката я провожу с обучающимися целый ряд мероприятий.

Разработка и проведение уроков-диспутов среди обучающихся детской художественной школы на выявление социальных ценностей. Обсуждение проблем и проведение устного опроса. Впоследствии эти результаты устного опроса обучающихся (на начало мероприятий) сравнивались с мнениями тех же самых обучающихся по окончании работы над плакатами и таким образом мы могли оценить эффективность нашей работы.

Проведение серии встреч обучающихся ДХШ:

- с представителями Православного духовенства на тему: «Православие и современный мир»;
- с казаками Адлерского казачьего общества на тему: «Традиционные устои, быт и культура казаков Кубани».

Все эти встречи раскрывали перед ребенком систему нравственных ценностей различных слоев нашего общества. Много беседовал и я с ребятами о влиянии рекламы на человека, о маркетинговых и изобразительных приемах, которые используют производители рекламы, что бы привлечь внимание, о требованиях к построению рекламного плаката.

С 2012 года под моим руководством обучающиеся разрабатывают каждый год новые серии социальных плакатов, которые востребованы на площадках города в различных районных, городских выставках и мероприятиях проводимых в городе: «Сочи Олимпийский» 2012г., «Я люблю Сочи»,2013г., « Я голосую – ЗА!»,2013, 2015г., «Город Сочи –

город без табака!», 2013г., «Алкоголизму и наркотикам нет», 2014г., «Экологический плакат», 2014г., 2015г., «По борьбе с терроризмом», 2015г., «По профилактике безнадзорности несовершеннолетних» 2016г., «Чернобыль 1986-2016г.», 2016г., «Моя Армия всех сильнее», 2017г. Каждая серия плакатов сопровождалась беседами, открытыми уроками, участием в мероприятиях, направленных на совершенствование духовно-нравственного воспитания подрастающего поколения. Особенно востребованной была серия плакатов на тему «Город Сочи – город без табака». В феврале 2013 года в Сочинском художественном музее прошла городская выставка – акция совместно с детской музыкальной школой № 3 и обучающимися общеобразовательных школ города. Часть плакатов, были тиражированы и распространены в учреждениях здравоохранения, образования и культуры города Сочи.

2.2. Перспективы развития опыта проведения акций-конкурсов «Социальный плакат».

Организация конкурса социальных плакатов «По лабиринтам души» в детской художественной школе №2 г. Сочи среди учащихся 3-4 классов.

Конкурс проводился в 4 номинациях:

1. «пороки и страсти»
2. «Вредные и пагубные привычки»
3. «Добродетели»
4. «Моя гражданская позиция»

Критерии оценивания работ обучающихся:

- соответствие представленной работы статусу социального плаката;
- мастерство исполнения (художественные достоинства работы);
- оригинальность, привлекательный дизайн, эстетическая выразительность;
- соответствие слогана (девиза) плаката его художественному исполнению;
- соответствие заданному формату: листовка - плакат А-2;

- актуальность и значимость темы

Обучение школьников на этом этапе выстраивалось в двух направлениях:

- обучение и грамотное использование материалов и художественных средств выразительности в создании творческих работ;
- использование Интернета, графических редакторов, формирование знаний в области психологических особенностей влияния социальной рекламы.

Организация серии выставок работ учащихся,

- фестивали «Курортные субботы в Адлере» - выставка творческих работ учащихся ДХШ;
- выставки детского плаката «Сочи – город без табака», «Сочи Олимпийский», «Я люблю мой Сочи» учащихся ДХШ в музее истории Адлерского района города Сочи;
- городские и краевые конкурсы детского плаката «Я голосую – «За»!»;
- Краевые фестивали-конкурсы детского художественного творчества «Адрес детства – Кубань»;
- ежегодные выставки детского плаката, посвященные Дню города Сочи и т.д.

Важная и востребованная серия плакатов была выполнена моими учащимися на тему: «Город Сочи – город без табака». В феврале 2013 года в Сочинском художественном музее прошла городская выставка – акция совместно с ДМШ №3 с одноименным названием. В выставке-акции приняли участие учащиеся общеобразовательных школ города. Часть плакатов, были тиражированы и распространены в учреждениях здравоохранения, образования и культуры.

Перспективы использования плакатов: по итогам конкурсов и выставок из лучших работ формируется передвижная выставка, которая может демонстрироваться в различных учреждениях и организациях города и края. В основном это могут быть образовательные учреждения, учреждения культуры и другие организации, где возможен просмотр

выставки наибольшим количеством зрителей. На фоне выставки - для детей, подростков, их родителей, преподавателей и всех желающих возможно проведение диспутов и бесед с привлечением психологов, духовных лиц и других специалистов.

Заключение.

В результате освоения программы было отмечено:

- развитие навыков создания социальных плакатов;
- развитие творческого потенциала подростков;
- создание новой информационной среды, направленной на переосмысление негативных привычек;
- привлечение внимания родителей, педагогов, общественности к проблемам, которые волнуют детей и молодёжь;
- привлечение внимания к актуальной социальной проблематике города;
- отражение общественного мнения средствами социальной рекламы;
- формирование понятия о здоровом образе жизни;
- создание новой информационной среды, направленной на переосмысление негативных привычек (курение, наркотики, алкоголь);
- тиражирование лучших социальных плакатов, изготовление баннеров с социальной рекламой;
- *возрождение ранее существовавших в России и сейчас практически забытых традиций пропаганды истинных духовных и нравственных ценностей средствами изобразительного искусства.*

4. Список использованных источников

1. Боровский А.Д. Советский политический плакат.- Л.: Знание, 1984.
2. Вискова И.С. Лучшие страницы советской сатирической графики. Выпуск 1.- М.: Советский художник, 1988.
3. Гончаров А. Об искусстве графики.- М.: Молодая гвардия, 1960.
4. Грачев А.В. Сатира в борьбе за мир.- М.: Плакат, 1979.
5. Гундарева А.И. – под. ред. Плакат в рабочем строю: Альбом.- М.: Плакат, 1982.
6. Демосфенова Г.Л. Как иллюстрируется книга.- М.: Изд-во АХ СССР, 1961.
7. Демосфенова Г.Л. Советские плакаты фронту.- М.: Искусство, 1985.
8. Докучаева В.Н. Гравюры и литографии советских художников.- М.: Советский художник, 1975.
9. Ефимов Б. Школьникам о карикатурах и карикатуристах.- М.: Просвещение, 1976.- 2 экз.
10. Зайцев А. Наука о цвете и живопись. – М.: Искусство, 1986.
11. Иванов В. Как создать плакат.- М.: Плакат, 1980.
12. Корецкий В. Товарищ плакат: Опыт размышления.- М.: Плакат, 1978.
13. Косова М.Б. – пер. Х. Бидstrup: Жизнь и творчество.- М.: Искусство, 1988.
14. Костиников В.Н. Хрестоматия по истории Сочи. Издание 2-е исправленное и дополненное.- Майкоп: ОАО «Полиграфиздат «Адыгя», 2007.
15. Кузнецов А.М. – под. ред. Школа изобразительного искусства. Плакат. - М.: Изд-во АХ СССР, 1963
16. Ляхов В.Н. Советский рекламный плакат. – М.: Советский художник, 1972.
17. Малютин И. Мастера советской карикатуры.- М.: Художник, 1978.

18. Ратушняк В.Н. – под. ред. Родная Кубань. Страницы истории.- Краснодар: Перспективы образования, 2008.
19. Самойлов Л.С. Карикатура, карикатурист, читатель.- М.: Знание, 1981.
20. Семченко П.А. Основы шрифтовой графики.- Минск: Высшая школа, 1978.
21. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат.- М: «Плакат», 1980.

5. Приложения

Таблица 1.



Таблица 2.

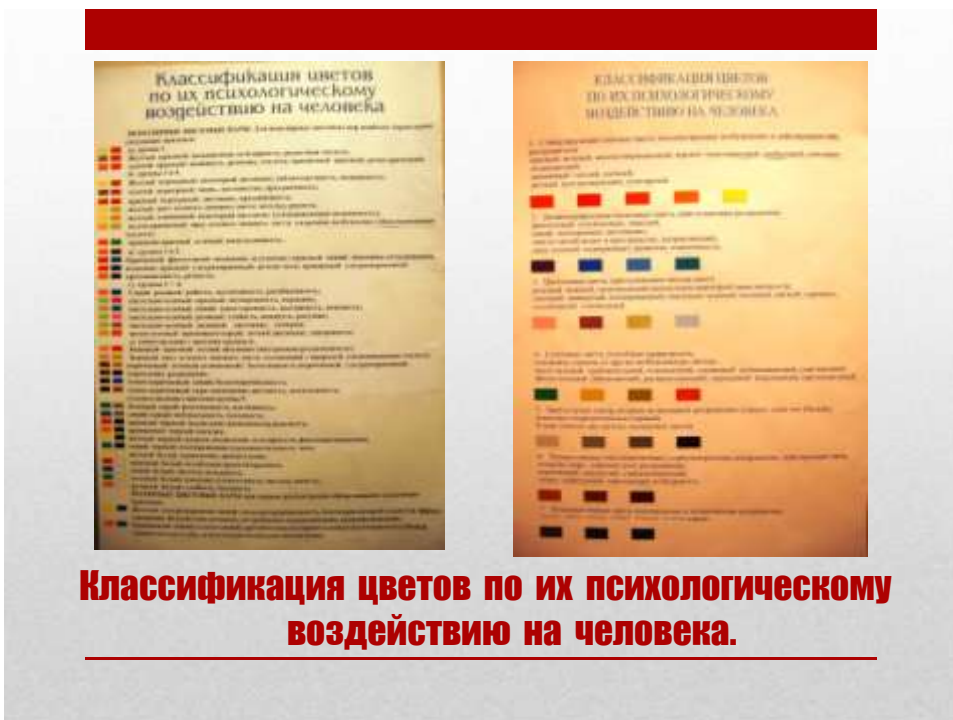


Таблица 3.



Таблица 4.



Таблица 5.



Жара

На празднике

Страх

Размышления

Ассоциативная композиция беспредметных форм с использованием точки, линии, пятна.

The image displays four abstract compositions arranged in a 2x2 grid. Each composition is labeled with a concept: 'Жара' (Heat), 'На празднике' (At a party), 'Страх' (Fear), and 'Размышления' (Thoughts). The compositions use various forms like spirals, clusters, and lines to evoke these concepts. A red horizontal bar is at the top. Below the images is a red-bordered text box containing the title.

Таблица 6.



Цветом

Размером

Эффект изоляции

Конфигурацией

Упражнения по выделению композиционного центра.

The image displays four abstract compositions arranged in a 2x2 grid, each illustrating a technique for highlighting the compositional center. The techniques are labeled: 'Цветом' (By color), 'Размером' (By size), 'Эффект изоляции' (Isolation effect), and 'Конфигурацией' (By configuration). The compositions use various forms like stars, crabs, and squares to demonstrate these techniques. A red horizontal bar is at the top. Below the images is a red-bordered text box containing the title.

Таблица 7.



Таблица 8.



Таблица 9.



Таблица 10.



Таблица 11.



Таблица 12.

