

УДК 766

<http://doi.org/10.36906/KSP-2020/29>

*Шайхулов Р.Н., Меженская М.Н.  
Нижневартровский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия*

## ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ СЕРИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАКАТОВ «УСЛОВНАЯ ЛЮБОВЬ»

**Аннотация.** Статья посвящена дизайну социального плаката, а именно – серии плакатов «Условная любовь», в которой раскрываются образно-смысловые и изобразительно-выразительные аспекты данного дизайн-проекта; дается описание видового разнообразия искусства плаката, классификация шрифтовых композиций, используемых в плакатной графике.

**Ключевые слова:** графический дизайн; дизайн плаката; социальный плакат; шрифт; композиция; шрифтовая композиция.

Проблема физического насилия, в том числе бытового, в настоящее время все более обостряется и обретает возрастающий общественный резонанс. И, безусловно, особое внимание в этом вопросе необходимо обратить на такие проблемы семьи, как эмоциональное насилие над детьми, поскольку дети и подростки – самые уязвимые в нашем обществе. Желанием привлечь внимание к проблеме психологического насилия над детьми, собственно, и был обусловлен выбор темы для дизайн-проекта серии социальных плакатов «Условная любовь». В качестве аналогов были рассмотрены как произведения современных плакатистов, так и социальные плакаты советского времени, посвященные теме бытового насилия, насилия над детьми. Печально признавать, что данная тема – проблема насилия над детьми – актуальна и сегодня.

Ретроспективный анализ аналоговых произведений показал, что современный социальный плакат значительно эволюционировал в стилистическом и техническом отношении. Если раньше советские авторы плакатов использовали рубленый шрифт и иллюстрации (рис. 1), то современные плакатисты, безусловно, имеют больше возможностей в проектировании (использование смешанных техник: фотография, коллаж, графика, шрифт), печати и распространении (рис. 2). Это не мешает развитию плаката как искусства, более того, технические достижения способствуют общению и обмену опытом между дизайнерами и художниками-графиками всего мира на международных выставках, форумах, а также в информационном творческом пространстве – в Интернете [10].

Социальная реклама – это вид коммуникации, который эмоционально включает людей, привлекает их внимание к социально важным проблемам, побуждает к деятельности и поступкам, способствующим решению конкретных социальных вопросов, помогает формировать и поддерживать нормы и ценности [9].

Немалую роль в создании социального плаката играет шрифт, графическое начертание букв и знаков препинания. Существует огромное количество шрифтов и разные принципы классификации; по графическому виду можно выделить: шрифты с засечками, рубленые шрифты, рукописные, машинописные, декоративные (акцидентные). В зависимости от целей, назначения, целевой аудитории происходит выбор шрифта [1, с. 9–12].



Рис. 1. Долой избиение и наказание детей в семье. А. Федоров. 1926 г.



Рис. 2. Несладкое детство. Владислав Наговицын. 2017 г.

Чаще всего мы можем встретить социальные плакаты, в которых используется шрифт, типографика, поскольку социальный плакат в большей степени должен быть однозначным и понятным зрителю. Здесь важно учесть главный критерий шрифта – читабельность, это то, что определяет эффективность рекламного сообщения. У термина «типографика» много определений, приведем некоторые из них. Типографика в широком смысле – это искусство оформления текста, основанное на правилах набора и верстки; раздел искусства печати, связанный со шрифтами. Также типографикой является и сам дизайн текстовой части как процесс, так и шрифтовое решение проекта [5, с. 62–64].

В статье Д.Г. Черданцева «Современный социальный плакат» рассматриваются виды и особенности социального плаката. Автор выделяет три разновидности плаката по их структуре. Первый – минимальное количество текста. Воздействует данная разновидность постера эмоционально за счет однозначных образов, что является важным условием существования социальной рекламы, где пояснительного текста может и не быть. На примере мы видим, что внимание сконцентрировано на изображении (рис. 3). Второй, чаще всего встречающийся вид социального плаката, – это когда текст и изобразительная часть создают единое решение плакатного пространства, являясь незаменимыми по композиции и смыслу. Здесь слоган может играть как более акцентную роль, так и оставаться менее заметным, создавая необходимое настроение или призывая к немедленному действию (рис. 4). Третий вид – шрифтовой плакат, когда доминирующую роль берет на себя текстовая часть. При этом шрифтовой плакат воздействует на вербальном и невербальном уровне.



Рис. 3. HSE ILLUSTRATES. 2019 г.



ис. 4. Любовь до гроба. Анастасия Затула. 2019 г.

Вербальной функцией шрифтового плаката является передача сообщения за счет смысловой нагрузки текста, на невербальном уровне человек считывает форму, цвет, композицию неосознанно и быстро [11]. Художественная выразительность привлекает внимание зрителя, приглашая его к дальнейшей коммуникации (рис. 5).

С помощью графических приемов текст формируется в шрифтовую композицию – гармоничное сочинение, созданное с помощью шрифтовых знаков, связанных между собой букв, блоков текста и прочих элементов, из которых составляется композиция. Композиция шрифтовой графики создается на основе общих композиционных законов: целостность, равновесие, соподчинение и равноценность элементов.

Существуют разные классификации шрифтовых композиций, например, по способу передачи содержания. Композиция шрифтовой графики может подразделяться на формальную и содержательную. *Формальная* представляет собой композиционное произведение абстрактного характера, где шрифтовые знаки не несут конкретной информации и прямого содержания, а создают только определенный художественно-эмоциональный образ. В качестве наиболее характерных примеров таких композиций могут выступать произведения каллиграфии, а также произведения шрифтовой графики, решающие непосредственно художественно-образные задачи. *Содержательная* композиция шрифтовой графики представляет собой произведение, элементами которого являются текстовые блоки, предложения и графические формы слов, выражающие конкретную информацию. Одним из примеров композиций такого рода является афиша. В ней текст передает определенную информацию, а графическая форма самих шрифтовых элементов и их расположение визуально подчеркивают передаваемое содержание, создавая иерархию сообщения.

В классификации по количеству составляющих единиц П.А. Семченко композиция шрифтовой графики подразделяется на однофигурную, многофигурную и алфавитную. *Однофигурная* композиция представлена одним шрифтовым элементом или комбинациями на основе его повтора. *Многофигурная* композиция состоит из различных шрифтовых

элементов: букв, цифр, знаков препинания, шрифтовых символов и пр. *Алфавитная* композиция включает все буквы алфавита одного шрифта, а иногда цифры и знаки препинания. При этом сохраняется алфавитная последовательность расположения знаков.

Кроме этого, композиция шрифтовой графики может подразделяться: по степени сложности и количественному составу элементов – на простую и сложную; по направленности и пропорциональным отношениям сторон произведения – на горизонтальную и вертикальную; по принципу организации элементов и их взаимосвязи с окружающим пространством – на замкнутую и неограниченную; по наличию внутреннего движения – на статичную и динамичную; по степени различия между элементами – на контрастную и нюансную; по подобию частей – на симметричную и асимметричную; по цветовому решению – на хроматическую и ахроматическую, и т. д.

Определение базовых характеристик шрифтовых композиций, поиск принципов их классификации, а также выявление закономерностей и средств композиционной организации шрифтовых форм позволяют дать ту теоретическую основу, которая необходима для создания гармоничных произведений шрифтовой графики [4].

Когда же мы говорим о шрифтовой композиции в социальном плакате, мы со значительно меньшей вероятностью можем создавать чисто формальную композицию, пренебрегая смыслом, который можно было бы поместить в текст. В нашем проекте значительное место занимает шрифт – это то, что будет удерживать внимание не только за счет гармоничной композиции, но и смысловой нагрузкой слогана. Слоган – это лаконичное вербальное выражение рекламной идеи, рекламный лозунг или девиз, легко воспринимающийся и запоминающийся.

Прежде чем определить, какими именно будут рекламные обращения, которые станут основой шрифтовых композиций, необходимо было разработать концепцию серии социальных плакатов «Условная любовь». Формирование концепции – ключевой идеи, основы замысла проекта, помимо постановки цели и задач, определения целевой аудитории, является, как известно, одним из важных начальных этапов дизайн-проектирования. Разработка концепции ведется от общего к частному, путем уточнения. К примеру, мы можем вспомнить метод ассоциаций или интеллект-карту (с англ. mind map), где дизайнер может развивать множество идей с последующим эскизным поиском оригинального решения, поскольку плакат должен не только привлекать внимание, но и быть понятным целевой аудитории. То есть формирование образной основы плаката – это продолжительный, сложный этап дизайн-проектирования, но наметив ориентиры концепции, в ходе работы мы можем сформулировать некоторые правила проекта, определив характер композиции [3].

Тематическая, идейная основа проекта была навеяна статьей З.Г. Ишембитовой «Проблемы воспитания детей в семье в условиях глобализации общества». В данной статье семья рассматривается как институт воспитания, важность которого объясняется тем, что ни один из социальных институтов воспитания не имеет настолько большое влияние на ребенка, как семья. И семья может стать как положительным, как и отрицательным фактором развития ребенка, в зависимости от отношений внутри семьи [2, с. 683–684].

З.Г. Ишембитова отмечает четыре основных типа семейных взаимоотношений – диктат, опека, «невмешательство» и сотрудничество [2]. При диктате родители ставят завышенные требования и жесткие правила, могут злоупотреблять силой, наказывая ребенка, в результате чего ребенок боится совершать ошибки, теряет веру в себя. Опека или

гиперопека характеризуется тем, что родители ограждают ребенка от трудностей, ограничивая процесс здоровой социализации в обществе, делая ребенка неспособным позаботиться даже о себе. Безразличие, малая вовлеченность в воспитание ребенка – признаки «невмешательства», у ребенка не формируются близкие доверительные отношения с родителями. Сотрудничество рассматривается автором статьи как наиболее и единственно благоприятный вид взаимоотношений в семье. Родители принимают ребенка таким, какой он есть, проявляют эмпатию (сопереживание), трезво оценивают происходящие ситуации. Ребенок чувствует эмоциональную безопасность, безусловную любовь.

Целевая аудитория нашего проекта – родители, молодые люди, планирующие рождение детей. Цель дизайн-проекта – обратить внимание на проблему психологического насилия над детьми. Дизайн-проект «Условная любовь» предполагает создание серии из трех плакатов. Каждый плакат имеет собственное сообщение – фразы родителей, обращенные к детям: «Я знаю, как лучше», «Я делаю это для твоей пользы», «Вырастешь – поймешь». Эти фразы весьма расхожи и знакомы многим. Подобные высказывания характерны для травмирующей модели воспитания детей.

Как правило, серию плакатов объединяет единое стилевое решение. Для целостного стилистического решения необходимо разработать общую модульную сетку, которая станет объединяющей основой всей серии. Модульная сетка – это невидимая структура макета. В статье Е.А. Павленко и Л.Г. Плетневой «Модульные сетки в полиграфических изданиях» дается простое, но развернутое определение: «Модульная сетка – это система построения визуальной информации на основе блоков – модулей, или система горизонтальных и вертикальных, а иногда и диагональных, дуговых и других кривых, направляющих, помогающих сориентировать и согласовать между собой отдельные элементы композиции» [8, с. 149]. Формат плакатов данного дизайн-проекта – А1. Модульная сетка представляет рабочую область, окруженную полями в 45 мм с каждой стороны, в верхней части текстовый блок – зритель легко считывает информацию в этой области, – остальное пространство отведено изображению (рис. 6).



Рис. 5. Артём Мороз. 2019 г.

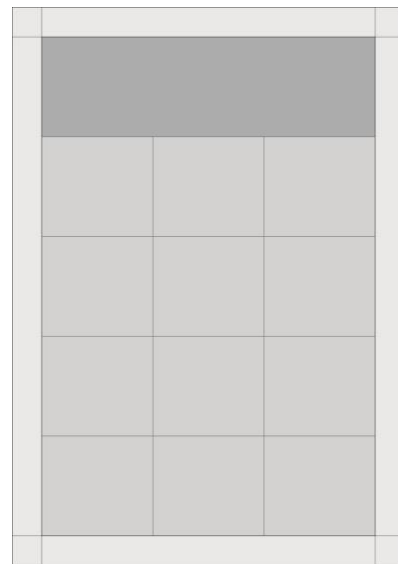


Рис 6. Модульная сетка плаката

Как было сказано выше, на выбор шрифта влияют разные факторы, среди которых важным является целевая аудитория. Определившись с целевой аудиторией и характером проекта, необходимо проанализировать психологию шрифта. Когда мы видим текст, мы воспринимаем не только информацию, но и считываем неосознанно характер шрифта, который может дополнять сообщение или ввести в заблуждение несоответствием. Шрифты по характеру их начертания можно разделить на «мужские» и «женские». Так, к примеру, прямолинейные, угловатые шрифты предпочтительнее для мужчин, они характеризуют строгость, безликость. Для женщин привлекательнее округлые шрифты, более мягкие, «живые», подобные образу человеческого лица. Такое деление основано на стереотипных социально одобряемых образах мужчины и женщины. То есть сам шрифт может оказывать эмоциональное влияние на публику. Образ надежности создают антиквенные шрифты, например, Times, Palatino. Они более читабельны за счет засечек и контраста между буквами. Такие классические шрифты больше вызывают доверие, чаще всего используются серьезными организациями: банками, юридическими компаниями. Образ нейтральности характерен шрифтам без засечек, распространенные – Helvetica, Univers. Они минималистичны и очень актуальны в современном мире. Часто используются для привлечения внимания, в заголовках и логотипах, а также в социальной рекламе [6].



Рис. 7. Шрифтовые композиции к серии социальных плакатов

Для шрифтовых композиций серии социальных плакатов «Условная любовь» выбран шрифт Mont в начертании Heavy. Современный нейтральный гротеск (шрифт без засечек), созданный дизайнерами Svet Simov и Mirela Belova, Mont создан для заголовков и логотипов, а также отлично подходит для веб-среды. Шрифтовые композиции благодаря геометрии шрифта холодны, неэмоциональны. Межстрочный интервал умеренный, достаточный для комфортного прочтения. Текстовые блоки контрастны по форме, они отличаются друг от друга за счет разных по составу предложений, что более приятно глазу, нежели повторяющийся шаблон слов (рис. 7). Согласно модульной сетке шрифтовая композиция займет место в верхней части плаката. Следующими этапами дизайн-проектирования являются разработка иллюстраций и композиционное решение всей серии социальных плакатов.

### Литература

1. Безрукова Е.А. Шрифтовая графика: учебное наглядное пособие / Е.А. Безрукова, Г.Ю. Мхитарян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Факультет визуальных искусств, Кафедра дизайна. Кемерово, 2017. 130 с.

2. Ишембитова З.Г. Проблемы воспитания детей в семье в условиях глобализации общества // Вестник Башкирского университета. 2019. № 2. С. 682–700.
3. Карагодина М.Е. Шрифтовой плакат в графическом дизайне // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: Сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции (г. Краснодар, 28-30 апреля 2019 г.). Краснодар, 2019. С. 136–140.
4. Кашевский П.А. Шрифтовая графика: Учебное пособие. Минск, 2017. 280 с.
5. Клещев О.И. Типографика: Учебное пособие. Екатеринбург: Архитектон, 2016. 172 с.
6. Мужева Е.А. Психология шрифтов, или как управлять вниманием потребителя // Современные технологии: Актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей XXXIII Международной научно-практической конференции (г. Пенза, 20 декабря 2019 г.). Пенза, 2019. С. 271–278.
7. Новикова М.М. Шрифтовая графика в рекламном дизайне: образно-стилистические интерпретации // Новое слово в науке: стратегии развития: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Чебоксары, 22 мая 2020 г.). Чебоксары, 2020. С. 34–39.
8. Павленко Е.А., Плетнева Л.Г. Модульные сетки в полиграфических изданиях // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. 2016. № 1. С. 148–157.
9. Потапова У.Ю. Социальная реклама: эффективность функционирования в социальной коммуникации российского общества: Автореф. ... канд. соц. наук. Ростов н/Д, 2006.
10. Хачатрян А.Л. Внедрение компьютерной графики в проектную деятельность художника-плакатиста // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2012. № 4. С. 81–88.
11. Черданцев Д.Г. Современный социальный плакат // Арт-Визуалис: теоретические доклады IV Всероссийской творческой конференции / Министерство образования и науки РФ; Министерство культуры Омской области; Омский государственный технический университет (г. Омск, 02 декабря 2015 г.). Омск, 2016. С. 54–58.

©Шайхулов Р.Н., Меженская М.Н., 2020