

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ «ДОМ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ОКРУГА»**

**Отдел: организационно-массовый**

**«Основные требования и практические советы при изготовлении плаката  
или афиши»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**(Рекомендовано педагогам дополнительного образования, учителям школ,  
воспитателям групп продленного дня)**

**Подготовила:  
педагог-организатор**

**Воробьева А. П.**

**КУРСК – 2022**

## Содержание

1. Значение термина постер.
2. Назначение плаката (афиши).
3. Виды плаката.
4. Основные требования к плакату (афише).
5. Практические советы по изготовлению.
6. Образцы плаката или афиши.
7. Литература.

Для организации любого мероприятия необходимы графические материалы: афиша, программы, билеты, анонсы для соцсетей, заставки онлайн-трансляции. Причем желательно, чтобы они были выдержаны в одном стиле.

Плакат (афиша) – это настоящее искусство. Маркетологи, дизайнеры и художники по всему миру соревнуются в красоте, эффективности и необычности своих шедевров.

В широком смысле, плакат – это броское изображение с кратким текстом, выполненное в агитационных, рекламных или учебных целях.

Немного о значении этих слов. Плакат (нем. Plakat от фр. placard – объявление, афиша, от plaquer – наклеить, приклеивать), или постер (англ. Poster – плакат) - разновидность прикладной печатной графики, содержащее в наглядно-компактном виде информацию рекламного, агитационно-пропагандистского, инструктивно-методического, учебного и другого характера. Это искусство мгновенного восприятия, важная составляющая визуальной среды.

### **Плакаты, по цели их создания, делятся на разные виды:**

- **Рекламные.** Это театральные и киноафиши, информация о выставках, праздниках и других мероприятиях.

- **Информационные.** Ни к чему не призывая, они просто рассказывают о чем-то.

- **Учебные.** Их разрабатывают как учебные пособия, способствующие лучшему усвоению знаний.

- **Инструктивные.** В краткой и максимально понятной форме дают сведения о правилах поведения в разных местах и с опасными приборами.

- **Политические.** Такие плакаты являются главным способом агитации во время выборов.

### **По способу их создания плакаты делятся на:**

- Рисованные вручную;

- Трафаретные. (Изготавливаются при помощи трафаретов);

- Печатные. (Наиболее распространенный и простой метод создания).

## **Чем отличается афиша от плаката?**

Афиша имеет рекламный характер, а плакат может быть и агитационный. Афиша содержит название мероприятия, дату, время и место, имена участников или название группы (команды). В афише преобладают шрифты. Период размещения – до дня мероприятия.

Плакат может быть посвящен как событию, так и идее и имеет скорее декоративную цель. В плакате преобладает изображение.

В любом случае, плакат и афиша решают примерно похожую задачу. Они информируют, привлекают внимание, призывают к посещению какого-то события или призывают к определенному действию.

Как правило мы оперируем тремя понятиями: плакат, постер или афиша – и каждый под названием подразумевает что-то свое.

**Постер** – это английское наименование poster – в переводе означает «плакат, афиша». Так что под постером можно понимать и плакаты, и афиши – это общее понятие для печатных листов, предназначенных для вертикального размещения.

**Афиша** – печатный лист, анонсирующее то или иное мероприятие. Как правило срок жизни афиши крайне не велика- максимум месяц. Главное отличие афиши и плаката – толщина бумаги: афиши более тонкие.

**Плакат** – печатный лист, несущий какую-то информацию, рекламный посыл. Плакат – один из самых простых, по эффективности инструментов в коммуникации между рекламодателем и его потенциальным клиентом. Его главный плюс – большой охват. Плакат сразу «цепляет», его видно издали, мимо него сложно «пройти мимо». И, если человек заинтересован, то начинает вникать и в информацию. Поэтому плакаты создаются яркими и эффективными мазками. То же самое относится и к афишам.

Главная цель афиши – донесение до аудитории важной культурной информации, анонс мероприятия.

Чтобы привлечь зрителя, надо дать ему возможность прочесть информацию на афише.

#### **Правила, которые стоит соблюдать при разработке дизайна афиши:**

- Хорошая читаемость.
- Наглядность. Ваша афиша вне зависимости от размера, должна быть заметна издали.
- И не важно, какие средства вы при этом используете: яркие цвета или необычный имидж.
- Броскость. Сделать афишу заметной глазу, зацепить зрителя, заставить его остановиться может необычный дизайн или яркая подача информации.
- Контрастность. Человеческий глаз прекрасно различает контрасты, и вы можете с успехом использовать этот прием. Черный и белый, синий и желтый, красный и черный
- Привлекательность. При играх с контрастом важно понимать, что при «совместимости несовместимого» нужно оставаться в зоне привлекательности. Дизайн афиши должен оставаться «вкусным» для зрителя.
- Негативное пространство. Дизайнерам не стоит заполнять все пространство, нужно оставлять свободный «воздух». Для этого, к примеру, можно увеличить расстояние между буквами, словами и строками.

Чтобы привлечь зрителя, надо дать ему возможность прочесть информацию на афише. Изыски не нужны. Эти правила актуальны и сейчас, когда мероприятия переходят в онлайн:

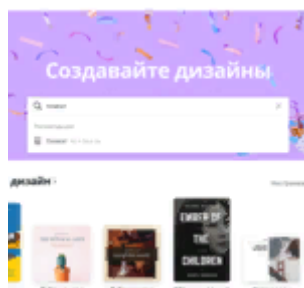
1. Не перегружайте афишу текстом. Вносите в афишу (плакат) только важную информацию, место, дату и время, имена главных исполнителей, жанр, информацию о покупке билетов.
2. Важную информацию пишите справа. Большая часть людей запоминают ту часть текста, которая расположена справа. Поэтому в правом верхнем и нижнем углах афиши располагайте ту информацию, которую считаете значимой.
3. Откажитесь от симметрии. Психологи давно доказали, что человеческий глаз за асимметрию. Поэтому располагайте текст на разных уровнях поля афиши. И даже если по концепции афиша должна выглядеть идеально симметричной, (например, круг в центре квадрата) позвольте себе немного «похулиганить» и вынесите из круга хоть один маленький элемент. Исключением может быть использование асимметричной, динамичной картинки.
4. Выберите необычный кадр или фото. Не важно афишу спектакля, концерта, группы или одного исполнителя вам необходимо сделать, старайтесь выбрать кадр неординарный, живой, особенно если персона – немедийная личность. Делайте фото не «на паспорт», а поймать артиста в движении, с живой мимикой.
5. Не перегружайте фон деталями и пестротой. Чем легче на нем смотрится картинка и надписи, тем удобнее она для восприятия.
6. Не используйте много шрифтов. Правильно использовать максимум два вида шрифта, допустимо дополнять третий, но не больше, иначе это уже будет дурным тоном. И главное – пестрота шрифтов мешает восприятию информации. Основное правило при написании шрифта – это построение каждой буквы в квадрате или прямоугольнике. Нельзя путать шрифты одной группы с другой и применять вычурные, трудно читаемые шрифты. Чаще используют рубленый шрифт, буквы которого не имеют засечек.
7. Очень важен выбор цвета, который несет психологические и физиологические нагрузки на зрителя. Известно, что красный цвет повышает внимание, зеленый цвет наоборот является успокаивающим, серый и черный цвет вызывает ощущение усталости, белый - радости и праздника, желтый и оранжевый – способны создавать хорошее настроение. Желательно использовать не более 3-4 х красок. Фон не должен быть активнее основного образа и притягивать на себя внимание.

Может показаться, что это большой объем работы, для которого необходимо привлекать дизайнера. Однако все эти задачи реально выполняют и без посторонней помощи, причем даже те, кто не владеет дизайнерскими инструментами профессионально.

**Canva** – сервис, который работает в браузере, - он незаменим профессионального дизайнера, но поможет делать простые и симпатичные изображения самостоятельно. А еще можно включить совместный режим работы над проектом.

Рассмотрим пример создания афиши и плаката в онлайн-сервисе **Canva**. Зарегистрироваться в сервисе можно бесплатно. Затем пользователь попадает на

страницу поиска, на котором отображены все черновики и готовые изображения. В поиске нужно ввести «плакат» и перейти по выпавшему типу шаблонов на экран создания картинки. (фото 1)

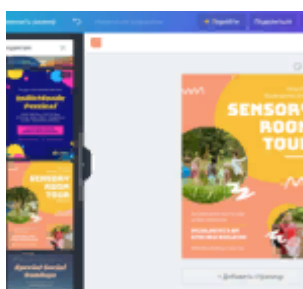


Работать в **Canva** можно двумя способами.

Первый способ – создавать дизайн самостоятельно из доступных элементов: фигур, градиентов, иконок (способ подойдет для опытных дизайнеров).

Второй способ – воспользоваться редактируемым шаблоном афиш (их насчитывается десятки тысяч) и адаптировать понравившийся вариант. Изменять в шаблоне можно все – от цветов оформления и текста до фотографий, размера и количества элементов.

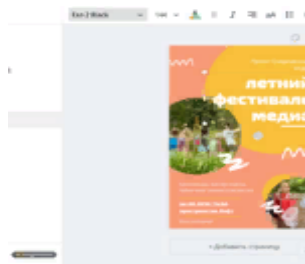
Все шаблоны разделены на категории. В самом верху есть рубрика «Плакаты для мероприятия» - это один из самых востребованных форматов. Выбирайте понравившийся образец – он сразу будет отображен на холсте. Приступайте к редактированию (фото 2)



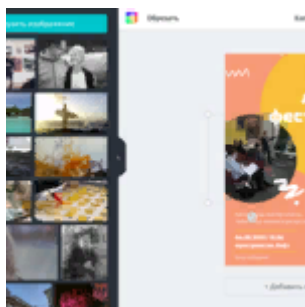
Для начала замените исходный текст. В **Canva** доступно более 180 шрифтов для русского языка, поэтому если исходный шрифт макета с русским несовместим, всегда можно найти похожий. Старайтесь использовать не больше двух шрифтов в одной картинке.

Дизайнеры **Canva** для главного заголовка или фрагмента текста выбирают креативные, необычные или фигурные шрифты – в случае афиши это будет название мероприятия. Для всей сопутствующей информации: участниках, даты и места проведения лучше использовать более строгий и стандартный шрифт. Такой контраст, как правило, смотрится хорошо.

Здесь же в панели редактирования текста можно изменить его цвет, размер, выравнивание, интервалы между строчками и буквами. (фото 3)



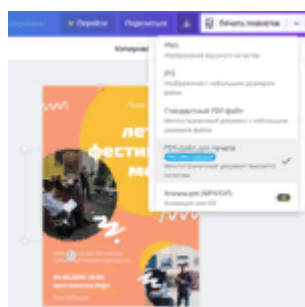
Часто в дизайнах используют фотографии. Если у вас есть собственные фотоматериалы, перейдите во вкладку «загрузки» и «залейте» в ваш профиль файлы с компьютера. Их можно будет использовать и во всех последующих дизайнах, просто перетаскивая в макет, вставляя в фигурные рамки или размещая на картинке целиком. (фото 4)



Здесь же можно загрузить логотип вашей организации, компании или мероприятия. Желательно в большом разрешении и с прозрачным фоном, иначе на дизайнах большого размера логотип будет заметно отличаться в качестве остального изображения.

Когда афиша готова, ее можно сохранить в нескольких форматах. Для публикации в соцсетях подойдут форматы **JPG** или **PNG**.

Но если вы хотите отправить афишу типографию – выберите формат «**PDF** – файл для печати». Там же можно поставить галочку для автоматического добавления к файлу меток разметок и обреза – иногда их требуют в полиграфических сервисах. (фото 5)



В **Canva** вы можете создать сразу несколько вариантов одного дизайна: во-первых, в рамках одного файла, просто создав еще одну страницу или копию исходной страницы; во-вторых, вернувшись на главную страницу, где в списке черновиков можно сделать копию файла и продолжить редактировать копии. Такой вариант подойдет, если вам нужно сохранить исходник в первоначальном виде.

Какие варианты можно создать? Самый простой пример – изменить цветовую палитру. Кнопка с палитрой появляется при нажатии на любой элемент, цвет которого можно изменить (фон, фигуру и т.д.) (фото 6)



Через копирование уже созданных дизайнов вы буквально за пару секунд создадите несколько вариантов одной афиши, чтобы иметь возможность сравнить их и, заручившись мнением коллег, выбрать самый удачный и соответствующий стилю мероприятия.(фото 7)

