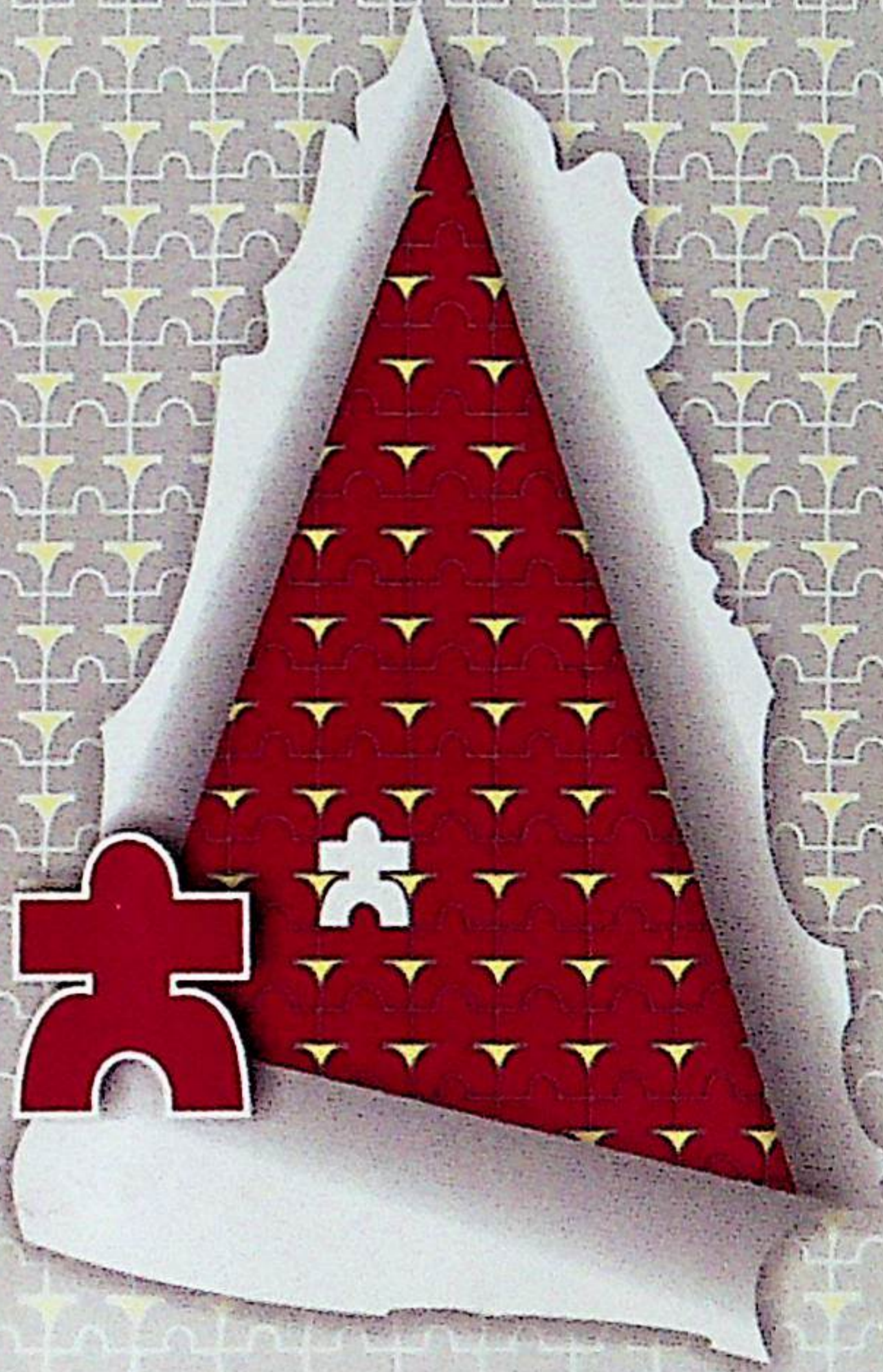


1573285



СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА

В контексті дизайну



Навчальний посібник присвячений висвітленню особливостей соціальної реклами з точки зору дизайну, що є важливим питанням у підготовці фахівців із вищою освітою спеціальності «Дизайн». Теоретичний матеріал посібника охоплює питання історії виникнення соціальної реклами у світі та на Україні зокрема, розкриває предметно-тематичну спрямованість та об'єкти соціальної реклами, її художньо-композиційні особливості та засоби образотворення, торкається психологічних аспектів сприйняття і окреслює її ефективність.

Навчальний посібник також містить інформацію про особливості організації курсового проектування студентів спеціальності «Дизайн». У посібнику приділено увагу етапам виконання курсового проекту соціального спрямування, вимогам до змісту й оформлення демонстраційної графіки, пояснювальної записки та макетної частини.

Посібник призначений для студентів вищих художніх і технічних навчальних закладів. Видання також може бути корисним викладачам шкіл, технікумів, дизайнерам, інженерам, художникам, мистецтвознавцям, архітекторам.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. Соціальна реклама: загальні відомості	11
<i>Лекція 1.</i> Соціальна реклама як явище суспільного життя	12
<i>Лекція 2.</i> Історія виникнення соціальної реклами	19
<i>Лекція 3.</i> Соціальна реклама в Україні	27
<i>Лекція 4.</i> Предметно-тематична спрямованість соціальної реклами	35
<i>Лекція 5.</i> Об'єкти соціальної реклами	42
<i>Лекція 6.</i> Соціальна реклама як комунікативний процес	50
<i>Лекція 7.</i> Соціальний плакат як феномен графічного дизайну	59
<i>Лекція 8.</i> Візуально-графічна мова соціального плаката	66
<i>Лекція 9.</i> Виразність художнього образу плаката	76
<i>Лекція 10.</i> Поліграфічна продукція в соціальній рекламі	81
<i>Лекція 11.</i> Специфіка зовнішньої соціальної реклами	86
<i>Лекція 12.</i> Інноваційна соціальна реклама	95
<i>Лекція 13.</i> Художньо-композиційні особливості соціальної реклами	105
<i>Лекція 14.</i> Засоби образотворення у соціальній рекламі	114
<i>Лекція 15.</i> Соціальна реклама та художній образ	124
<i>Лекція 16.</i> Особливості впливу соціальної реклами	131
<i>Лекція 17.</i> Психологічні аспекти сприйняття соціальної реклами	139
<i>Лекція 18.</i> Ефективність соціальної реклами	149
РОЗДІЛ 2. Курсове проектування	155
2.1. Особливості підготовки курсових проектів соціального спрямування	156
2.1.1. Етапи підготовки та виконання курсового проекту	159
2.1.2. Тематика та зміст курсових проектів	160
2.2. Вимоги до розробки та оформлення документів курсового проекту	168
2.2.1. Демонстраційна графіка	168
2.2.2. Пояснювальна записка	168
2.2.3. Макетна частина	177
2.3. Критерії оцінки курсових проектів	177
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	178
ДОДАТКИ	185
<i>Додаток А.</i> Історія соціальної реклами	186
<i>Додаток Б.</i> Носії соціальної реклами	196
<i>Додаток В.</i> Особливості соціальної реклами	220
<i>Додаток Г.</i> Зразки студенських робіт	230