



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра декоративно-прикладного искусства и реставрации живописи

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

На тему: «Разработка дизайна серии плакатов по теме «Патриотическое воспитание детей старшего школьного возраста»

Исполнитель: Рагимова Гаянэ Камрановна

Руководитель: к.пед.н., доцент, Макухина Елена Владимировна

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой

к.пед.н., доцент,
Макухина Елена Владимировна

«6» июля 2025г.

Санкт-Петербург

2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТИЛЕВОЙ РАЗРАБОТКИ ПЛАКАТА	5
1.1 Виды плаката, его структура, функции и стилистика	5
1.2 Основные принципы механизма влияния плаката на детей старшего школьного возраста.....	15
1.3 Поиск графического языка в процессе разработки серии плакатов для детей старшего школьного возраста	22
ГЛАВА 2 ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СЕРИИ ПАТРИОТИЧЕСКИХ ПЛАКАТОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ СТАРШЕГГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....	29
2.1 Анализ аналогов отечественных патриотических плакатов XX века.	29
2.2. Дизайнерская концепция серии плакатов для детей старшего школьного возраста.....	37
2.3. Процесс проектирования дизайна серии патриотических плакатов для детей старшего школьного возраста	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	48
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	51
ПРИЛОЖЕНИЕ А	55
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	57
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.....	58

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях социально-политической нестабильности, информационной конкуренции и глобализации особое значение приобретает формирование гражданской ответственности и патриотического сознания подрастающего поколения. Приоритетным направлением государственной политики Российской Федерации в области образования является патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, что отражено в ряде стратегических документов, в том числе в Указе Президента РФ от 2 июля 2021 года № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [1]. В нем подчеркивается, что патриотизм рассматривается как ключевая духовно-нравственная ценность, способствующая укреплению национального единства, сохранению исторического и культурного наследия, а также противодействию внешним и внутренним угрозам.

С 2023 года образовательные программы были адаптированы с акцентом на гражданское и патриотическое воспитание, что подчеркивает актуальность разработки новых эффективных визуальных и коммуникативных средств, способных заинтересовать школьников и побудить их к осмысленному восприятию патриотических идей. Социальный плакат выступает значимым инструментом визуальной коммуникации, объединяющим агитационные и художественные элементы для формирования эмоционального отклика и воспитательного эффекта у целевой аудитории.

Стоит учитывать возрастные особенности детей старшего школьного возраста (14–17 лет), которые находятся на этапе формирования мировоззрения, системы ценностей и социального самоопределения. В этом возрасте у подростков возрастает интерес к вопросам национальной идентичности, истории и культуры своей страны. Эффективная визуальная коммуникация в формате плаката может стать действенным инструментом формирования у молодежи чувства сопричастности к судьбе Родины, уважения к историческому прошлому и осознания гражданской ответственности.

Целью настоящего исследования является разработка серии патриотических плакатов, ориентированных на детей старшего школьного возраста, с учетом особенностей восприятия и актуальных задач воспитательной работы в образовательной среде.

Для достижения цели поставлены следующие **задачи**:

1. Изучить виды плаката, его функции и стилистику;
2. Исследовать основные принципы влияния плаката на детей старшего школьного возраста;
3. Изучить рекомендации и способы для выбора графического языка при создании серии плакатов для детей старшего школьного возраста
4. Проанализировать отечественные патриотические плакаты XX века
5. Осуществить поиск дизайнерской концепции для создания серии патриотических плакатов для детей старшего школьного возраста
6. Разработать концепцию и спроектировать серию патриотических плакатов для детей старшего школьного возраста

Объектом исследования является патриотический плакат как разновидность социального плаката, ориентированного на образовательную среду.

Предметом исследования выступает визуально-графическая форма патриотического плаката, как разновидность социального плаката, применяемая в работе с детьми старшего школьного возраста.

Научная новизна и значимость работы заключается в выявлении специфики художественно-графического языка патриотического плаката в контексте возрастных особенностей подростковой аудитории. Исследование расширяет представление о возможностях визуального дизайна как инструмента воспитательной и образовательной деятельности.

Практическая значимость работы определяется возможностью применения разработанных плакатов в системе школьного образования, на внеклассных мероприятиях, патриотических акциях и выставках. Результаты исследования и готовый графический материал могут быть использованы

педагогами, кураторами и специалистами по воспитательной работе в целях формирования гражданской идентичности и национального самосознания учащихся.

Для реализации поставленных задач использовались следующие **методы исследования**: теоретический анализ научной и методической литературы, изучение нормативно-правовой базы, наблюдение, анализ существующих примеров социальной графики, а также практические методы художественно-графической разработки визуального продукта.

Работа состоит из двух глав, шести параграфов, заключения, списка литературы и приложений.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТИЛЕВОЙ РАЗРАБОТКИ ПЛАКАТА

1.1 Виды плаката, его структура, функции и стилистика

Художественный плакат служит значимым элементом визуального языка современности, отражающим культурные ценности социума. Эволюционируя, плакатное искусство преобразовалось из базового информационного носителя в самостоятельное художественное направление, характеризующееся многогранной структурой, множественными задачами и уникальным стилистическим почерком.

Многообразие плакатных форм определяется различными художественными подходами и целевыми установками. Классификация плакатной продукции основывается на содержательных, функциональных и эстетических критериях, учитывающих специфику целевых групп. Профессиональное сообщество дифференцирует плакаты согласно их назначению, художественному решению и коммуникативным задачам, формируя отдельные категории произведений графического дизайна.

Рассмотрим, какие бывают виды плакатов. Социальный плакат выступает мощным инструментом коммуникации, направленным на освещение значимых проблем общества в сферах экологии, безопасности жизнедеятельности и охраны здоровья населения. Лаконичность изложения и эмоциональная насыщенность визуального сообщения позволяют мгновенно установить связь между содержанием плаката и внутренним миром зрителя, побуждая к немедленному осмыслению затронутых вопросов.

Политический плакат выступает мощным инструментом воздействия на массовое сознание во время предвыборных кампаний и агитационно-пропагандистской деятельности. Революционные события и военные противостояния способствовали становлению политического плаката как первопроходца среди визуальных средств массовой агитации, определив его фундаментальную роль в общественно-политической коммуникации.

Рекламные плакаты создают визуально привлекательные композиции, направленные на эффективное продвижение продукции, сервисов и событий, где ключевую значимость приобретает запоминающийся образ, способный мгновенно захватить внимание целевой аудитории.

Художественный плакат выступает средством визуальной коммуникации для продвижения культурных мероприятий, включая музейные экспозиции, музыкальные события и спектакли. Отличительной особенностью подобных афиш становится многоуровневое композиционное решение и глубокий творческий подход к реализации замысла.

Патриотические плакаты выступают мощным инструментом визуальной пропаганды, формирующим глубокое осознание национального единства и воспитывающим у граждан чувство сопричастности к великим свершениям соотечественников на протяжении всей истории государства.

Таким образом, визуальная культура современности формируется многообразием плакатного искусства, где каждое направление раскрывает уникальный потенциал графической выразительности. Произведения плакатного жанра продолжают служить действенным механизмом формирования общественных настроений, сочетая художественную ценность с массовым воздействием. Глубокое понимание специфики различных плакатных форм позволяет дизайнерам создавать максимально результативные визуальные сообщения, усиливающие коммуникативный эффект графического искусства.

Структурная организация плакатного пространства определяет эффективность передачи визуального сообщения аудитории. Графическое оформление плаката представляет собой органичное объединение текстовых и изобразительных элементов, направленное на мгновенное установление коммуникативного контакта со зрителем. Грамотное построение композиционных связей между элементами обеспечивает максимальную выразительность художественного решения при сохранении информационной ясности сообщения

Анализ заголовка либо слогана представляет основу для понимания смыслового посыла плаката в целом. Ключевая фраза может выражаться через побуждение к действию, констатацию факта, вопросительную форму или эмоционально-окрашенный призыв, максимально быстро передавая центральную идею визуального сообщения.

Композиционное размещение заголовка традиционно тяготеет к верхней или центральной зоне плакатного пространства, где применяется крупный шрифт с высокой степенью удобочитаемости. Грамотное визуальное акцентирование текстового элемента обеспечивает его чёткое восприятие относительно фонового изображения.

Визуальный образ в центре композиции выступает ключевым элементом передачи смыслового послания, воплощаясь через реалистичные, стилизованные, символические или абстрактные формы. Художественное воплощение центрального элемента направлено на пробуждение эмоционального отклика у зрителя, раскрытие концептуального замысла и формирование устойчивых ассоциативных связей.

Композиционная структура требует четкой различимости главного изображения, выраженной контрастности и гармоничного построения всех элементов. Расположение доминантного образа определяется желаемым акцентом восприятия - возможно размещение по центральной оси либо смещение к правому или левому краю плоскости. Взаимодействие с фоновым пространством достигается путем цветового единства или разграничения при помощи графических средств.

Цветовое оформление плаката представляет собой неотъемлемый структурный элемент, формирующий визуальное восприятие и смысловую нагрузку композиции. Грамотно подобранные оттенки способствуют созданию определенного эмоционального настроения и подчеркивают концептуальный замысел дизайнера. Гармоничное распределение цветов в композиции обеспечивает максимальную эффективность восприятия информации зрителем. Умеренность в использовании палитры и соблюдение оптимального контраста

между фоном и текстовыми элементами существенно влияют на читаемость сообщения. Продуманное применение цветовых акцентов позволяет фокусировать внимание аудитории на значимых компонентах визуального решения.

Рассмотрим еще один возможный, но не обязательный, элемент структуры плаката - текстовое сопровождение или информационный блок. Помимо заголовка, на плакате может присутствовать дополнительная текстовая информация: дата, цитата, призыв, сайт, контакт. Эта часть плаката выполняет функцию уточнения, направления действия или информирования. В детских и подростковых плакатах важно не перегружать текст и использовать краткие, понятные формулировки. Текст размещается таким образом, чтобы не мешать восприятию изображения и не вступать с ним в визуальный конфликт. Используется иерархия шрифтов (заголовков — крупнее, пояснение — мелким кеглем) и гармоничное размещение в пределах сетки плаката.

Перейдем к одной из важнейших частей структуры плаката – это композиционная организация, которая является системой визуального равновесия и распределения элементов на плоскости. Она обеспечивает читаемость, выразительность и логику восприятия. Важную роль играют симметрия/асимметрия, центровка, ритм, движение взгляда по изображению.

В образовательных и патриотических плакатах композиция должна быть устойчивой, логичной, с чётко выраженным смысловым центром. Часто используется «золотое сечение» или правило третей для гармоничного распределения элементов.

Завершающим элементом композиции плаката выступает фирменный символ организации, придающий материалу официальный статус. Размещение торговой марки, эмблемы или авторского знака становится необходимым при создании информационных материалов для государственных структур, учебных заведений и творческих состязаний. Графический символ организации, расположенный в нижней части плаката, подтверждает достоверность

представленной информации и указывает на её первоисточник, сохраняя при этом общую гармонию визуального решения.

Грамотное построение структурных элементов плаката создает единую систему визуальной коммуникации, где каждый компонент дополняет общую композицию. Сбалансированное сочетание шрифтовых решений, изобразительных образов и колористических приемов формирует действенный инструмент воздействия на аудиторию, пробуждая патриотические чувства и стимулируя эмоциональный отклик зрителя.

Визуальная коммуникация, воплощенная в плакатном искусстве, объединяет художественные образы, информационное наполнение и социальные аспекты. Плакатное творчество направлено на формирование определенного восприятия у аудитории через гармоничное сочетание изображений, текстовых элементов и композиционных решений. Многогранность плаката как средства передачи сообщения раскрывается через множество функциональных аспектов, определяющих его структурную организацию и смысловую нагрузку. Функциональные особенности плакатного искусства сохраняют актуальность на протяжении всей истории развития графического дизайна, продолжая эволюционировать в современных условиях.

Передача актуальных данных зрителю реализуется посредством информационного компонента плаката, включающего временные метки, локации происшествий, ключевые факты и призывы общественного значения. Рекламные анонсы мероприятий, инструкции по технике безопасности и социальные обращения составляют основное содержание информационных сообщений. Применительно к патриотической наглядной агитации, ориентированной на учащихся старших классов, информационная составляющая воплощается через лаконичные исторические данные, знаковые элементы и культурные референции, способствующие полноценному восприятию смыслового наполнения материала.

Задача этой функции — кратко, ясно и точно донести до зрителя основную информацию, побудив его к запоминанию, размышлению или действию. Для её

реализации важно учитывать особенности восприятия подростковой аудитории — ясность языка, лаконичность и визуальную подкреплённость текста.

Далее перейдем к рассмотрению агитационно-пропагандистской функции, которая исторически является одной из ключевых в развитии плакатного искусства, особенно в XX веке. Она направлена на формирование определённых взглядов, убеждений, мотивации и поведения. Такие плакаты часто сопровождаются яркими образами, эмоциональными призывами, символами национального значения.

Следующей рассмотрим эмоционально-эстетическую функцию, связанную с воздействием на чувства зрителя. Через композицию, цвет, шрифт, образ и стиль оформления плакат способен вызывать эмоции: воодушевление, интерес, восхищение, сочувствие.

Эстетическая привлекательность, продуманный стиль и выразительность образа помогают сделать плакат не только источником информации, но и объектом визуального удовольствия, что усиливает его воздействие.

Плакат обладает воспитательной функцией, которая тесно связана с образовательной, но направлена не столько на передачу знаний, сколько на формирование ценностей, норм поведения и отношения к окружающему миру. Через символику, сюжеты и слоганы патриотические плакаты могут воспитывать чувство ответственности, уважение к своей стране, традициям и истории.

Особенно важно при этом избегать прямолинейной морализации — лучше работать через ассоциации, эмоциональные образы и культурные коды, близкие подростковой аудитории.

Эстетико-коммуникативная функция, в свою очередь, объединяет выразительные средства графического дизайна с задачей эффективной коммуникации. Плакат должен быть понятен, визуально целостен и способен взаимодействовать со зрителем на уровне современного визуального языка. Коммуникативная сила плаката заключается в том, чтобы быть «услышанным» и вызвать интерес и диалог с аудиторией через визуальные решения.

Все функции плаката тесно взаимосвязаны: информационная поддерживает воспитательную, эмоциональная усиливает агитационную, эстетическая делает коммуникацию более глубокой и точной. В серии патриотических плакатов для детей старшего школьного возраста особое значение приобретает сочетание эмоционального посыла, визуальной привлекательности и чёткого послания, направленного на формирование патриотического чувства. Каждая функция становится частью общей системы воздействия, где важно не только что сказано, но и как это визуально оформлено.

Перейдем к рассмотрению стилистик плаката. Стилль в плакате — это не просто визуальная оболочка, а способ выразить идею, характер и эмоциональное содержание графического произведения. Он формируется под влиянием художественных традиций, времени, цели плаката, а также с учётом целевой аудитории. Понимание стилистических решений помогает дизайнеру создать выразительный и целостный образ, обеспечивающий эффективную визуальную коммуникацию.

Выражение стилия в плакате возможно через совокупность методов и приёмов графического дизайна. К основным средствам выражения относятся композиция, цвет, типографика, иллюстративные элементы, ритм, фактура, а также выбор визуального языка — от реалистичных образов до абстрактных форм.

Рассмотрим несколько ключевых стилей, часто используемых в плакатном искусстве.

Сначала посмотрим на один из самых выразительных стилей в истории советского плаката, которым является конструктивизм. Для конструктивизма характерны чёткая геометрия, лаконичные формы, доминирование диагональных композиций, ограниченная цветовая палитра (часто красный, чёрный, белый). Основная задача — воздействие через сжатый и мощный визуальный посыл. Этот стиль акцентирует внимание на функциональности и идеологическом содержании.

Затем, согласно исторической хронологии, появляется плакат в стиле социалистического реализма. Такой стиль плаката был распространён в агитационно-пропагандистских плакатах СССР. Отличается реалистичным изображением людей, героических сцен, яркими цветами и патетикой. Основной приём — создание образа героя, воплощающего идеалы эпохи. Такой стиль апеллирует к эмоциям и коллективной идентичности.

Современный стиль, основанный на принципах простоты, чистоты формы и ограниченности выразительных средств является минимализм. Применяется для создания лаконичных, запоминающихся образов. Минималистский плакат строится на чётком сообщении и мощной визуальной метафоре. Чаще всего используется для социальной рекламы, молодёжных или патриотических тем, где важно внимание к смыслу и быстрая «читаемость».

Следующим рассмотрим еще один из видов современного стиля дизайна плакатов – Поп-Арт. Яркий, насыщенный цветами, включающий элементы массовой культуры, фотографии, комиксов. В плакате используется для привлечения внимания через ироничность и узнаваемые образы. Часто применяется в молодёжной и социальной визуальной коммуникации.

Экспериментальная типографика – это еще один современный стиль, где основное выразительное средство — шрифт. Шрифт становится не только носителем текста, но и графическим элементом. Изменение формы букв, искажение, движение и ритм создают визуальный акцент. Такой подход особенно актуален в среде современного дизайна.

Далее, рассмотрим неоконцептуализм - стиль, основанный на идее приоритета смысла над формой. В неоконцептуалистских плакатах визуальные средства часто минимальны, но каждый элемент насыщен метафорой, культурным или философским подтекстом. Такой подход требует от зрителя рефлексии, включения в диалог. Неоконцептуализм активно используется в образовательных и патриотических проектах, где важно не просто «показать», а вызвать у ребёнка или подростка размышление, переосмысление культурных и нравственных ценностей. Использование визуальных парадоксов, цитат,

намёков на традиционные образы делает такой плакат глубоким и многослойным.

И последним в нашем исследовании будет стиль Flat-дизайн, который был выбран для выполнения практической работы, поэтому рассмотрим его более подробно.

Flat-дизайн (от англ. flat — «плоский») представляет собой один из самых актуальных и универсальных визуальных стилей современной графики. Он получил широкое распространение в цифровых и печатных медиа благодаря своей простоте, функциональности и выразительности. В контексте разработки социально-патриотических плакатов для детей старшего школьного возраста flat-дизайн позволяет использовать современный визуальный язык, приближенный к эстетике, привычной молодёжной аудитории.

Историческое развитие Flat-дизайн как самостоятельное направление стал активно развиваться в начале 2010-х годов, прежде всего в цифровой среде. Его популяризация связана с редизайном интерфейсов крупных технологических брендов (Microsoft, Apple, Google), которые стремились упростить визуальное взаимодействие с пользователем.

Однако, истоки flat-дизайна прослеживаются значительно раньше:

- В модернизме и идеях Баухауса, провозгласивших приоритет функциональности и геометрии;
- В швейцарской школе графического дизайна, акцентировавшей внимание на типографике и модульной композиции;
- В советском конструктивизме, где плакат строился на основе простых форм, резкого контраста и лозунговой лаконичности.

Таким образом, flat-дизайн — это не только стиль, но и развитие визуальных традиций XX века, адаптированных к цифровой эпохе.

К основным признакам flat-дизайна относятся:

- отказ от объёмности: отсутствие теней, градиентов, фотореалистичных текстур;

- простота форм: использование геометрических фигур, силуэтов, пиктограмм;
- яркая, ограниченная палитра: цвета подбираются с учётом контраста и эмоционального воздействия;
- чёткая типографика: прямые шрифты без засечек, понятные и выразительные;
- много пространства («воздуха») в композиции: это облегчает восприятие и акцентирует внимание на главном.

Flat-дизайн апеллирует к логике, скорости восприятия и визуальной чистоте, что делает его особенно эффективным в условиях информационной перегрузки. Применение в патриотической графике

Для подростковой аудитории flat-дизайн позволяет: сформировать доверие к визуальному посланию за счёт «современного» языка; убрать лишнюю «публицистичность», характерную для старых плакатов, сохранив при этом патриотическую суть; передать идею через символ (георгиевскую ленту, руку, сердце, росток, карту), а не через реалистичное изображение; сделать акцент на действии и выборе, что соответствует психологии старшего школьного возраста. Flat-дизайн позволяет говорить с молодёжью о серьёзных вещах просто, ясно и стильно. В условиях работы с патриотической тематикой это особенно важно, так как помогает избежать назидательности и сделать визуальный материал более вовлекающим.

Сами методы выражения в различной стилистике могут включать в себя следующие техники:

- контраст (форм, цвета, масштаба);
- ритм (повтор и вариации элементов);
- метафору (визуальную или концептуальную);
- ироничность (особенно в молодёжной среде);
- использование культурных кодов и символов.

Выбор стилистического решения напрямую зависит от целевой аудитории и целей плаката. Например, для детей старшего школьного возраста уместны

яркие, узнаваемые образы, культурные символы (например, матрёшка, народные узоры, элементы флага), стилизованные в современной, лаконичной манере.

Таким образом, стиль в плакате — это результат творческого выбора и аналитической работы дизайнера, направленной на точную передачу смысла и воздействие на зрителя через выразительные графические средства.

Важно отметить, что в современном плакате часто сочетаются разные стилистические подходы, что делает его более многослойным и гибким в передаче сложных идей.

Проанализировав вышеописанные стилистические варианты плакатов, изучив структуру плаката, его функции и свойства мы приходим к выводу: плакат — это не просто картинка с текстом. Это сложная система визуально-смыслового общения, где каждая деталь подчинена общей задаче: вызвать реакцию, передать идею, изменить отношение. Понимание видов, структуры и функций плаката, а также способов выражения стиля, является необходимой основой для успешной работы в области графического дизайна и визуальных коммуникаций.

1.2 Основные принципы механизма влияния плаката на детей старшего школьного возраста

Плакат является мощным средством визуальной коммуникации, особенно когда речь идет о работе с молодежной аудиторией. В старшем школьном возрасте (14–17 лет) у подростков уже достаточно развито критическое мышление, но в то же время они остаются восприимчивыми к визуальным образам и эмоциональным импульсам. Именно поэтому особую важность приобретает понимание механизмов влияния плаката на эту группу.

Рассмотрим психологические особенности восприятия детей старшего школьного возраста и эффективность плаката как средства воздействия.

Старший школьный возраст (15–17 лет) представляет собой важный этап развития личности, на котором завершается становление самоидентичности, укрепляется мировоззрение и возрастает осознанность в оценке себя и окружающей действительности. По мнению Д.Б. Эльконина [41], именно в этом возрасте происходит переход от детской зависимости к взрослой автономности, сопровождаемый формированием внутренней системы ценностей и нравственных ориентиров.

Восприятие старшеклассников становится более избирательным, осмысленным и критически направленным. Развиваются такие когнитивные функции, как аналитическое и абстрактное мышление, способность к рефлексии и прогнозированию. Подростки начинают лучше понимать символику, подтекст и художественные средства выражения. В учебнике по возрастной психологии А.В. Петровского [30] подчеркивается: «В старшем школьном возрасте возрастает интерес к общественным явлениям, идеям, идеалам, а восприятие приобретает мировоззренческий характер».

Также важной особенностью восприятия в этом возрасте является высокая чувствительность к эмоционально окрашенной информации. Это делает визуальные формы подачи информации — такие как плакат — особенно эффективными. Сочетание изображения, цвета, композиции и лаконичного текста позволяет воздействовать на эмоциональную сферу школьника, одновременно передавая ключевое сообщение. Яркие визуальные образы стимулируют интерес, способствуют формированию ассоциаций и запоминаются лучше, чем абстрактная информация.

Особую роль играет символика, которая начинает восприниматься подростками как многослойный культурный код. Например, использование в патриотических плакатах таких символов, как национальные узоры, флаг, космос, военные элементы или традиционные персонажи, может вызывать не только чувство гордости и сопричастности, но и побуждать к размышлению о своей идентичности и роли в обществе.

Как отмечает Т. И. Щуркова [40]: «Старшеклассники — это возраст поисков, сомнений, формирования идеалов и мировоззренческих ориентиров». Следовательно, педагогическая задача в работе с визуальным контентом — не просто передать информацию, но и поддержать эмоциональный отклик, помочь подростку найти личностный смысл в изображённом.

Таким образом, плакат, особенно с патриотическим содержанием, может быть мощным педагогическим инструментом воздействия на старшеклассников. Благодаря способности сочетать визуальную простоту с символической глубиной, он становится мостом между информацией и личным восприятием подростка. Учитывая возрастные психологические особенности — стремление к самоопределению, повышенную чувствительность к социальной тематике и визуальному ряду — плакат может эффективно формировать ценностные установки, эмоционально вовлекать и развивать гражданскую сознательность.

Перейдем к изучению основных принципов воздействия плаката на старших школьников.

Плакат — это синтетическая форма визуального и текстового воздействия, направленная на формирование определённого восприятия, оценки и поведения. Его эффективность как средства воспитания и просвещения детей старшего школьного возраста зависит от понимания психологических и педагогических закономерностей развития данной возрастной группы. Ниже представлены основные принципы, которые необходимо учитывать при разработке плаката для подростков 15–17 лет.

Первым рассмотрим принцип возрастной адресности. Старшие школьники уже обладают абстрактным мышлением, способностью к критической оценке и поиску личного смысла. Это означает, что содержание плаката должно соответствовать их уровню развития и затрагивать ценностные ориентиры. Использование серьёзных тем (ответственность, память, будущее страны) помогает создать внутренний отклик. Так, плакат, изображающий фигуру солдата с надписью «Ты тоже — защитник» апеллирует к чувству ответственности и взрослости подростка.

Далее, перейдем к принципу эмоционального воздействия. Эмоции усиливают воздействие визуального образа. Яркие контрасты, символические формы, выразительные лица или жесты в плакатах вызывают сочувствие, гордость, тревогу, надежду. Эти переживания побуждают подростка задуматься. Пример: плакат с пустой партой в школьном классе, обрамлённой фотографией погибшего солдата, не нуждается в пояснениях — он «говорит» образно и эмоционально.

Затем, рассмотрим принцип культурной кодировки. Использование культурно узнаваемых символов (архитектурные памятники, орнаменты, цвета флага, традиционные узоры) способствует формированию национальной идентичности. Такие знаки выполняют функцию «своего»: зритель чувствует принадлежность к культуре. Как подчёркивает И.С. Марон [28], визуальные элементы, отражающие культурные коды, усиливают воспитательный потенциал наглядности.

Не менее важным является следующий принцип: принцип позитивной мотивации. Подростки склонны откликаться на вдохновляющие, а не назидательные сообщения. Плакаты, демонстрирующие возможности, достижения, примеры героизма, науки, искусства, стимулируют стремление к развитию и самостоятельному действию. Например, современный плакат «Сделай шаг — стань частью истории» с изображением молодого добровольца или учёного мотивирует к участию в значимых социальных процессах. Позитивная подача укрепляет личную активность и самоуважение.

Следующий принцип: принцип идентификации. Плакат становится особенно действенным, когда подросток узнаёт в нём себя или своего идеального «Я». Использование образов ровесников, близких по духу персонажей, помогает подростку эмоционально и ментально приобщиться к содержанию. Пример — серия молодежных плакатов, где реальные школьники представлены в роли волонтеров, учёных, спортсменов. Это вызывает эффект сопричастности и снижает дистанцию между зрителем и изображением.

Затем перейдем к рассмотрению принципа лаконичности и визуальной ясности. Подростковая аудитория плохо воспринимает перегруженные или сложные изображения. Лучше работают простые, выразительные композиции с ярким акцентом и понятным слоганом. Современные тенденции в дизайне подтверждают эффективность минимализма: строгая композиция, ограниченная палитра, один символ или объект в центре, динамичный текст.

Завершающим основным принципом воздействия плаката на детей старшего школьного возраста является принцип смысловой активности. Визуальный образ не должен быть «закрытым» — он должен побуждать к размышлению. Зритель, пытающийся расшифровать смысл, активнее включается в восприятие и делает выводы самостоятельно. Это повышает вовлечённость и усиливает запоминание. Например, плакат с силуэтом ребёнка, смотрящего в небо, и подписью «Завтра начинается сегодня» заставляет задуматься о будущем и личной ответственности.

Таким образом, применение вышеперечисленных принципов позволяет превратить плакат в мощный инструмент воспитательного и познавательного воздействия. Он становится не просто графическим сообщением, а средством формирования ценностей, развития мышления и чувства сопричастности. Для подростков особенно важно, чтобы изображение вызывало эмоциональный отклик, чувство узнавания и позитивную мотивацию, при этом оставляя пространство для самостоятельного осмысления содержания.

Далее перейдем к изучению механизмов восприятия и переработки плакатной информации.

Восприятие визуальной информации — это сложный психофизиологический процесс, в основе которого лежит взаимодействие сенсорных, когнитивных и эмоциональных механизмов. Для старшего школьного возраста (15–18 лет) характерно развитие абстрактного мышления, повышение способности к аналитической переработке информации и критическому восприятию визуальных стимулов. Плакат как форма визуальной коммуникации представляет собой компактное и насыщенное сообщение,

требующее быстрой интерпретации. Рассмотрим ключевые механизмы, обеспечивающие восприятие и переработку плакатной информации у старшеклассников.

Сенсорный механизм или первичное восприятие обеспечивает первичную регистрацию визуального образа. Он включает работу органов зрения и начальные этапы обработки в зрительной коре головного мозга. Старшеклассники воспринимают яркие цвета, крупные формы и контрастные композиции особенно быстро. На этом этапе важна зрительная доступность плаката: высокая контрастность, читаемость шрифта, сбалансированная компоновка. Именно сенсорный механизм определяет, будет ли учащийся вообще заинтересован в дальнейшем анализе увиденного. Нарушение сенсорной читаемости может привести к полному игнорированию информации, даже если её содержательная часть имеет высокую значимость.

Следующим механизмом является перцептивный механизм или распознавание образов. На этом уровне происходит интерпретация визуальных элементов: учащийся «узнаёт» знакомые формы, символы, ассоциативные связи. В старшем школьном возрасте учащиеся уже обладают обширным визуальным опытом и могут соотносить увиденное с личными знаниями, опытом и контекстом. Эффективный плакат для этой возрастной группы должен использовать знакомые культурные коды, метафоры, образы из медиа, кино, интернета. Работа перцептивного механизма влияет на скорость интерпретации сообщения и его эмоциональное принятие.

Далее рассмотрим когнитивный механизм или осмысление и интерпретация. Этот механизм включает процессы анализа, логического осмысления и рефлексии. Старшеклассники способны воспринимать многослойную информацию, оценивать скрытые смыслы, иронию, аллюзии. Когнитивный механизм позволяет выделить основную идею плаката, установить причинно-следственные связи между элементами композиции и текстом. Чем более интеллектуально вовлекающим является плакат, тем выше вероятность его

запоминания и последующего обсуждения. Однако чрезмерная перегруженность визуального сообщения может вызывать когнитивную перегрузку и отторжение.

Перейдем к эмоциональному механизму или аффективному реагированию. Эмоции играют важную роль в восприятии визуальных сообщений. Для старшеклассников особенно значимы такие чувства, как интерес, удивление, сочувствие или возмущение. Эмоциональный отклик может служить триггером к дальнейшему размышлению, запоминанию или обсуждению увиденного. Эффективные плакаты часто апеллируют к чувствам через цвет, образность, слоганы или социально значимые темы. Эмоциональный механизм влияет как на глубину переработки информации, так и на её долговременное закрепление в памяти.

В завершении необходимо рассмотреть мотивационный механизм или направленность внимания. Мотивация играет очень важную роль — внутренняя установка ученика на восприятие информации. В старшем школьном возрасте мотивация может быть как внешней (например, интерес к социальной повестке, школьному мероприятию), так и внутренней (поиск самоидентификации, стремление к самовыражению). Плакаты, которые отвечают актуальным интересам подростков, вызывают более высокий уровень вовлечённости. Мотивационный механизм определяет устойчивость внимания к плакату и глубину его осмысления.

Таким образом, каждый из рассмотренных механизмов выполняет специфическую функцию в процессе восприятия и переработки плакатной информации. Их эффективная активизация зависит как от содержательных и визуальных характеристик плаката, так и от возрастных и индивидуальных особенностей школьников. При разработке визуальных коммуникаций для подростковой аудитории важно учитывать эти механизмы в комплексе, обеспечивая целостность и убедительность визуального послания.

Далее предлагаем рассмотреть примеры успешного применения плакатов для детей старшего школьного возраста.

На практике механизмы влияния часто используются в социальных и патриотических кампаниях:

- Плакат «Твои поступки важны» в рамках проекта "Школа без насилия" демонстрирует образы подростков, оказывающих помощь сверстникам, что усиливает эффект позитивной идентификации, по мнению Петуховой Н. А. [31]

- Плакаты ГИБДД для школьников, где в яркой и доступной форме объясняются правила дорожного движения через образы мультяшных героев, соответствуют принципу эмоциональной вовлеченности и позитивной мотивации, по согласно мнению Ивановой И. В. [16]

- Патриотический плакат «Герои среди нас», использованный в образовательных проектах к 75-летию Победы, представляет современных подростков-волонтеров в ряду исторических героев. Это пример успешной идентификации с социально одобряемыми ролями по мнению Зверевой О. В. [14]

Таким образом, понимание механизмов воздействия плаката на старших школьников позволяет создавать эффективные визуальные коммуникации, способные не только информировать, но и формировать активную гражданскую позицию, социальную ответственность и позитивные ценности. Учет возрастных особенностей, правильный выбор эмоционального тона, лаконичность визуальной подачи и акцент на позитивные модели поведения — ключевые факторы успеха в этой работе.

1.3 Поиск графического языка в процессе разработки серии плакатов для детей старшего школьного возраста

Разработка серии плакатов для детей старшего школьного возраста представляет собой сложный и многогранный процесс, в котором центральное место занимает выбор графического языка. Графический язык в дизайне — это совокупность визуальных средств и приемов, используемых для передачи информации, создания эмоционального отклика и формирования определенных установок у аудитории.

Для подростков старшего школьного возраста поиск подходящего графического языка становится особенно важным, так как в этом возрасте они начинают осознавать свои интересы, формировать собственные предпочтения и критически воспринимать информацию. Задача дизайнера — создать плакат, который будет не только визуально привлекательным, но и актуальным, информативным и эффективным в воздействии на целевую аудиторию.

Одна из ключевых проблем, с которой сталкивается дизайнер при разработке плакатов для старшеклассников, заключается в необходимости учитывать психологические и возрастные особенности этой группы. Подростки, находясь в переходном возрасте, стремятся к самостоятельности, начинают задаваться вопросами личной идентичности, социальной роли и местоположения в обществе.

В связи с этим, как пишет Бочкарева Т.А. [6], они могут быть более восприимчивыми к визуальным образам, которые отражают их внутренние переживания, стремления и проблемы ,но одновременно они могут отреагировать негативно на чрезмерную патерналистскую подачу или навязчивое "учительское" наставление, что является значительной трудностью для дизайнеров.

Создание социального плаката для старшеклассников требует тонкого баланса образовательных и эмоциональных компонентов. Графическое решение должно органично передавать ключевые сообщения о здоровом образе жизни, экологической культуре и гражданской позиции, вызывая при этом естественный эмоциональный отклик у целевой аудитории. Разработка визуального языка фокусируется на поиске универсальных форм и художественных приемов, способных сделать сложные концепции понятными и привлекательными для молодежной аудитории.

Проблемой является также актуальность выбранного визуального языка. Молодежная аудитория активно использует визуальные средства коммуникации, такие как мемы, гифки, графику в социальных сетях. По мнению Соловьевой Е. М. [35], для того чтобы плакат был воспринят положительно, он

должен соответствовать современным визуальным трендам и быть ориентированным на существующие визуальные образы, с которыми подростки сталкиваются ежедневно. Использование ярких и контрастных цветов, элементов поп-культуры или стиля street art может помочь привлечь внимание аудитории, но при этом важно не переступить границу между актуальностью и излишней банальностью.

Важной задачей является создание графического языка, который способен вызывать у старшеклассников не только когнитивный, но и эмоциональный отклик. В этом возрасте подростки начинают быть более чувствительны к символам, метафорам и визуальным тропам, и важно использовать их в разработке плакатов так, чтобы они не только привлекали внимание, но и вызывали нужные эмоции.

Ключевым аспектом в этом контексте является использование визуальных образов, которые могут быть интерпретированы в контексте подростковой жизни. Например, плакаты, посвященные вопросам здоровья, могут включать образы, которые подростки ассоциируют с их личными переживаниями (проблемы с самооценкой, стремление быть признанными в своей социальной группе и т. д.). И важно избегать клишированных изображений, которые могут вызвать отторжение. Графический язык должен быть понятным, но при этом глубоким и многозначным, способным затронуть различные аспекты личных переживаний подростков.

На основании вышеизложенного можно сформулировать следующие рекомендации по поиску графического языка:

- Подростки активно реагируют на яркие и динамичные цвета. Потому использование ярких и контрастных элементов является одним из сильнейших приемов. Однако важно учитывать их психологическое восприятие, где различные оттенки могут вызывать различные эмоции. Например, красный цвет может быть воспринят как агрессивный или настоятельный, а синий — как успокаивающий и стабильный. Как отмечает Гордеева С.А. [10], понимание

психологии восприятия цветов помогает создать плакат, который будет не только заметным, но и вызывать нужные ассоциации и эмоции.

- Для того, чтобы плакат был воспринят как актуальный и интересный, необходимо учитывать элементы поп-культуры, которым подростки уделяют внимание. Для этого можно использовать включение элементов молодежной культуры. Это могут быть стилизованные изображения, символы или графические приемы, заимствованные из уличного искусства, музыки или интернета, как предлагает Иванова И. В. [16]. Однако следует избегать поверхностного заимствования, чтобы плакат не выглядел как попытка "стереотипно" угодить подросткам.

- Важно учитывать, что подростки — это активная и самостоятельная аудитория. Потому считаю интерактивность и участие также нужной составляющей плаката для детей старшего школьного возраста. Использование графических элементов, которые побуждают к участию (например, на плакате могут быть использованы QR-коды для перехода на онлайн-ресурсы или интерактивные элементы), может значительно повысить вовлеченность подростков в восприятие сообщения.

- Эффективным методом в работе с подростками является использование метафор и символов, которые могут быть интерпретированы на разных уровнях. Такие подходы позволяют не только заинтересовать аудиторию, но и вовлечь её в процесс интерпретации визуальных образов. Например, использование символики "путеводной звезды" может ассоциироваться с поиском жизненных ориентиров, что актуально для старшеклассников.

- Очень важно, чтобы разработанный плакат был протестирован на реальной аудитории старшеклассников. Поэтому тестирование на целевой аудитории позволяет убедиться, что выбранный графический язык действительно эффективен и вызывает нужную реакцию. Как отмечает Соловьева Е.М. [36], в процессе тестирования можно выявить, какие элементы дизайна являются наиболее привлекательными и понятными для подростков, а какие требуют доработки.

Создание серии плакатов, ориентированных на старшеклассников, предполагает глубокое понимание психологических особенностей подросткового возраста. Профессиональный дизайнер сталкивается с задачей формирования визуального контента, сочетающего информационную насыщенность с эмоциональным воздействием на аудиторию. Успешная реализация проекта достигается посредством грамотного использования цветовых решений, современных элементов молодежной субкультуры, метафорических образов, а также активного вовлечения целевой группы в процесс апробации материалов.

Стилистическая разработка плаката представляет комплексное явление, охватывающее множество элементов визуальной выразительности и коммуникативной результативности. Анализ видов плакатной продукции, композиционных решений и функциональных задач позволяет сформировать целостное представление о значимости плаката как инструмента массовой коммуникации, особенно при создании материалов для учащихся старших классов.

Визуальная коммуникация посредством плакатного искусства раскрывается через многообразие жанровых направлений, каждое из которых несет специфическую смысловую нагрузку. Разработка плакатов для старшеклассников требует глубокого понимания психологических особенностей целевой группы и актуальных социальных вопросов, включая экологическую безопасность, здоровый образ жизни и гражданскую позицию. Успешность плакатного произведения определяется синтезом эстетической составляющей и коммуникативной эффективности при взаимодействии с конкретной аудиторией. Максимальная информативность при минимуме выразительных средств становится ключевым принципом создания плакатов для школьной аудитории, обеспечивая моментальное считывание и устойчивую фиксацию основного сообщения.

Воспитательная и образовательная составляющие плакатов для учащихся старших классов требуют максимального внимания при разработке визуальных

материалов. Плакатные композиции становятся значимым инструментом обучения, формируя личностные качества и социальные навыки старшеклассников.

Дизайн плакатов для старшей возрастной группы школьников предполагает сочетание современной динамичной подачи с четкой информативностью, избегая перенасыщения визуальными деталями. Графическое оформление призвано усиливать восприятие смыслового наполнения, способствуя эффективному усвоению и закреплению представленных материалов.

Разработка плакатов для учащихся старших классов требует глубокого анализа психологических характеристик подростковой аудитории. Молодые люди в возрасте 15–17 лет демонстрируют способность к многогранному анализу информации, обладают устойчивыми предпочтениями и сформированным мировоззрением. Плакатная продукция для старшеклассников должна апеллировать к рациональному восприятию наряду с эмоциональным откликом. Грамотное соотношение изобразительных и словесных компонентов способствует привлечению внимания аудитории, стимулирует познавательную активность и мотивирует к личностному росту. Результативность воздействия плаката обеспечивается современной тематикой, близкой молодежной среде, а также методами вовлечения школьников в активное осмысление затрагиваемых проблем.

Разработка плакатов для старших школьников предполагает создание единой графической системы, объединяющей все составляющие проекта. Грамотное сочетание цветовых решений, визуальных методов и композиционных подходов способствует формированию целостного восприятия серии, полностью отвечающего поставленным концептуальным задачам. Каждый плакат сохраняет собственную уникальность при наличии общих стилистических элементов, обеспечивая максимальную вовлеченность аудитории и эффективное достижение коммуникативных целей.

Таким образом, теоретический фундамент дизайна плакатной графики раскрывает механизмы взаимодействия композиционных элементов, типологических характеристик, функциональных аспектов и стилистических решений, формирующих целостное восприятие визуального сообщения аудиторией. Создание плакатов образовательно-воспитательной направленности для старшеклассников предполагает глубокий учет когнитивных особенностей, эстетических приоритетов и закономерностей психологического влияния на данную возрастную категорию. Методология проектирования подобных материалов основывается на синтезе художественно-образного мышления и аналитического подхода к постановке целевых задач. Профессионально разработанный плакат становится действенным средством формирования мировоззренческих позиций у молодежной аудитории.

ГЛАВА 2 ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СЕРИИ ПАТРИОТИЧЕСКИХ ПЛАКАТОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

2.1 Анализ аналогов отечественных патриотических плакатов

XX века.

Патриотический плакат как форма визуальной коммуникации имеет долгую и многослойную историю, которая начинается еще в дореволюционной России и продолжает развиваться на протяжении всего XX века, играя важную роль в социально-политической жизни страны. Плакаты в России всегда служили не только средством массовой агитации, но и инструментом политического влияния, в особенности в периоды великих перемен.

В этой главе проведём анализ отечественных патриотических плакатов, начиная с дореволюционного времени и заканчивая эпохой перестройки, уделим внимание историческому и политическому контексту, влиянию этих факторов на визуальные образы, а также проблемам, с которыми сталкивались создатели плакатов в разные исторические эпохи.

Первые патриотические плакаты в России появились в конце XIX века, в период активного развития печатной графики и агитационного искусства. На заре этого жанра основное внимание было сосредоточено на выражении национальной идентичности, важности единства народа и государства, а также поддержке царской власти. Яркие патриотические плакаты стали проявляться в преддверии и во время Русско-японской войны (1904-1905), когда плакаты использовались для мобилизации общественного мнения и формирования имиджа России как сильной, независимой и единой державы.

Ярким примером является произведения, созданное в 1905 году, изображающее русского солдата, готового к бою с японским воином. Плакат был выполнен в патетичной манере, с ярко выраженным национальным акцентом на мужество, достоинство и силы российского народа. В этом контексте патриотический плакат выполнял роль не только агитационного инструмента, но

и символа национальной гордости, несмотря на неудачи, переживаемые Россией в ходе войны. Он должен был поддерживать моральный дух народа и военных, укреплять веру в победу.

В дореволюционный период плакаты, как правило, несли в себе довольно традиционные символы, такие как изображения орлов, императора и русских воинов, что было характерно для царской эпохи. Однако даже в этом раннем периоде стали проявляться определенные сложности в восприятии патриотической пропаганды. В частности, необходимость отразить образ государства как "спасителя" народа, при этом не затмить или ослабить саму идею самоуправления, которое еще не было характерно для российской монархии, было сложной задачей.

Советская эпоха после революционных событий 1917 года ознаменовалась масштабным распространением патриотической плакатной графики, ставшей мощным средством идеологического воздействия на население. Революционные преобразования требовали новых форм коммуникации с массами, где агитационные плакаты выступали эффективным инструментом трансляции социалистических идеалов. Широкомасштабная плакатная пропаганда периода 1917–1941 годов целенаправленно формировала мировоззрение граждан молодого советского государства, укрепляя поддержку революционных преобразований и политического курса большевистской партии.

Советские агитационные плакаты начала XX века служили мощным инструментом распространения социалистической идеологии среди населения, мобилизуя массы на построение социалистического государства и борьбу с противниками режима. Знаковым произведением советского агитационного искусства 1920-х годов стал плакат "Ударник — гордость страны!", воплотивший образ рабочего с молотом как центральный символ революционных преобразований. Художественное решение плаката подчеркивало ведущую роль пролетариата в формировании нового общественного уклада, возвеличивая трудовой подвиг каждого гражданина и его

значимость в достижении коллективных целей социалистического строительства.

Знаменитый агитационный плакат военного периода 1941 года "Все для фронта, все для победы!" символизировал мощную идеологическую кампанию советского времени. Мобилизующий призыв плаката воплощал патриотический дух народа, объединяя граждан вокруг общей задачи разгрома фашистских захватчиков. Масштабная пропагандистская работа через визуальные образы способствовала формированию трудового героизма и массовой поддержки военных усилий страны, ставших основополагающими элементами патриотического сознания советских людей.

Политическая среда и исторические условия вынуждали художников-плакатистов непрерывно разрабатывать инновационные способы визуальной коммуникации. Советская власть, активно применявшая пропагандистские методы, устанавливала строгие ограничения для творческой деятельности, требуя неукоснительного следования партийным директивам во избежание идеологических промахов. Жанровые ограничения создавали дополнительные сложности при работе с агитационными материалами, направленными на продвижение коллективистских и социалистических идеалов, поскольку малейшее отступление от установленных норм могло повлечь серьезные последствия для авторов.

Период хрущевской оттепели, начавшийся после марта 1953 года, ознаменовал значительные перемены в советском плакатном искусстве. Смягчение идеологического контроля позволило художникам-графикам расширить палитру художественных средств выражения. Плакаты обогатились новыми визуальными решениями, отражая растущий интерес общества к культурному наследию народов СССР. При сохранении агитационной направленности патриотической тематики графическое искусство приобрело более многогранный характер, включая элементы национального своеобразия республик Советского Союза.

Период хрущевской оттепели, начавшийся после марта 1953 года, ознаменовал значительные перемены в советском плакатном искусстве. Смягчение идеологического контроля позволило художникам-графикам расширить палитру художественных средств выражения. Плакаты обогатились новыми визуальными решениями, отражая растущий интерес общества к культурному наследию народов СССР. При сохранении агитационной направленности патриотической тематики графическое искусство приобрело более многогранный характер, включая элементы национального своеобразия республик Советского Союза.

Однако, несмотря на успешность и популярность таких плакатов, проблемы оставались. Плакаты часто оставались частью более широкой агитационной машины, иногда не отражая реальных потребностей и интересов населения, что вызывало некоторое недовольство.

Период Перестройки (1985-1991 гг.) ознаменовал масштабные социально-политические преобразования, существенно повлиявшие на характер агитационной деятельности. Визуальная пропаганда утратила прежнюю идеологическую однозначность, сохранив при этом значимость патриотических мотивов. Показательным образцом трансформации агитационного искусства стал плакат, изображающий падение преград между обновляющимся обществом. Художественное решение плаката воплощало метафору социальных изменений и открытости, одновременно апеллируя к историческому наследию и культурным ценностям народа.

В период трансформации советского общества патриотический плакат претерпел существенные изменения, утратив прежнюю идеологическую направленность и монолитность message. Визуальная пропаганда начала отображать социальные противоречия и настроения граждан, стремящихся переосмыслить концепцию патриотизма в контексте масштабных политических преобразований. Плакатное искусство эпохи перестройки запечатлело процесс поиска национальной самоидентификации населения СССР.

Патриотические плакаты двадцатого столетия отражают глубинную связь между социально-политическими реалиями и агитационным искусством соответствующих периодов. Становление советского государства превратило плакатное творчество в действенный механизм воздействия на массовое сознание, направленный на укрепление идеологических основ и мобилизацию населения для решения государственных задач. Мастера плакатного искусства, работая в условиях идеологических ограничений, создавали выразительные визуальные образы для передачи ключевых посланий. Разработка уникального графического стиля требовала от художников особого мастерства в совмещении официальной идеологии с актуальными общественными запросами.

Далее перейдем к патриотическим плакатам периода Постперестройки (1994-2000-е гг.). После распада Советского Союза и окончания эпохи перестройки на постсоветском пространстве начался процесс формирования новой национальной идентичности. Патриотические плакаты этого периода отражали процессы трансформации государства и общества, а также попытки найти баланс между наследием Советского Союза и новыми политическими реалиями.

Сразу после распада СССР патриотическая символика начала отказываться от старых идеологических форм, а государственная пропаганда потеряла свою прежнюю силу. Плакаты этого периода часто были нацелены на утверждение новой российской идентичности, при этом они стремились использовать символы, как традиционные, так и новообразованные, такие как российский флаг и герб.

Серия патриотических плакатов конца девяностых годов "Россия восстанавливает силу" отразила новый подход к визуальной пропаганде. Художники отказались от прямолинейных агитационных призывов, характерных для советского периода, сделав акцент на величественных архитектурных памятниках страны - московском Кремле, Екатерининском дворце, православных храмах. Подобное художественное решение способствовало формированию глубинного патриотического чувства через

культурное наследие, знаменуя переходный этап между историческими традициями и современностью.

Патриотический плакат постсоветского периода обрел новые черты индивидуальности и многообразия, отражая прагматические настроения и либеральные тенденции общества. Девяностые годы ознаменовались масштабной работой по возрождению культурного достояния страны, реставрации исторической символики и возвращению к исконным русским ценностям.

Двухтысячные годы открыли новую страницу патриотического искусства. Президентство Владимира Путина ознаменовало начало масштабной патриотической кампании, где плакатное искусство служило инструментом консолидации нации и укрепления государственности. Период отличался активным использованием символики времен Великой Отечественной войны, подчеркивая могущество и достоинство российского государства.

Патриотическая символика плакатного искусства приобрела сдержанный военно-исторический характер, отражая славные страницы прошлого и триумф советского народа в войне 1941–1945 годов. Агитационные материалы демонстрировали боевую технику, доблестных защитников отечества, сопровождаемые призывами "Слава России!" и "Вместе к победе!". Патриотическое воспитание неразрывно связывалось с воинской доблестью, маскулинностью и священным долгом охраны рубежей родной земли.

Масштабное распространение получили агитационные материалы, освещающие великие достижения российской культуры и знаковые моменты истории государства на фоне державной символики. Появление плакатов с изображением президента В. В. Путина в военном обмундировании или возле государственного флага олицетворяло укрепление властной вертикали и политическую преемственность.

Далее рассмотрим период 2010-х годов. С начала 2010-х годов патриотическая пропаганда в России продолжала активно использовать визуальные образы для поддержки идеологии, связанной с государственным

суверенитетом и русским национализмом. Визуальные концепты включают в себя как историческую тему, так и современное восприятие России как сильной и независимой державы на мировой арене.

Политическая пропаганда активно освещала процесс включения Крымского полуострова в состав Российской Федерации, создавая многочисленные агитационные материалы, отражающие воссоединение территорий в 2014 году. Визуальные средства агитации того периода включали символические изображения полуострова, государственные символы России, элементы триумфа, подчеркивая легитимность произошедших событий и патриотический подъем населения.

Визуальные элементы оставались яркими, патриотичными и эмоциональными. Плакаты 2010-х годов часто показывали символы силы и стабильности, такие как российские военные, космонавты, а также культурные памятники и знаковые исторические личности, включая таких героев, как Александр Невский или Дмитрий Донской.

Решения в дизайне, по-прежнему, опираются на эстетические традиции русской графики, однако это сочеталось с новыми, более современными подходами, включая элементы в духе поп-арт или цифровых технологий.

В заключении анализа изучим особенности современного патриотического плаката (2020-е годы). В этот период патриотические плакаты в России продолжают служить инструментом социальной и политической агитации. В последние годы акценты смещаются в сторону военной тематики, защиты традиционных ценностей, и поддержки государственной идеологии. Визуальные решения зачастую синтезируют традиционные и современные элементы: использование исторических символов в контексте сегодняшней политики.

Современные медиакommunikации активно продвигают семейные ценности и патриотические настроения посредством визуальной агитации и массовых каналов информации. Молодое поколение получает устойчивые нравственные ориентиры через целенаправленное воздействие социальной рекламы. Масштабная визуальная пропаганда акцентирует внимание на защите

национальных интересов России в медиапространстве и укреплении социальной стабильности при возрастающем влиянии мировых процессов и вызовов современности.

Визуальное воплощение образов великих правителей прошлого, включая Владимира Мономаха и Дмитрия Донского, сочетается с государственной геральдикой на современных агитационных материалах, укрепляя национальное самосознание и патриотические ценности. Графическое оформление плакатного искусства нового поколения характеризуется лаконичностью форм, упрощенными визуальными решениями и наглядными схематическими элементами, благодаря чему информационное послание становится максимально доступным для восприятия молодым поколением.

Визуальная культура отечественных патриотических плакатов XX века претерпела значительные изменения под влиянием масштабных социально-политических преобразований государства. Мощное воздействие плакатного искусства на формирование гражданской позиции населения способствовало укреплению национального самосознания и консолидации общества. Начиная с установления советского строя и вплоть до завершения прошлого столетия, патриотические плакаты служили не только зеркалом господствующей идеологии, но и действенным механизмом ее становления, чутко откликаясь на малейшие колебания политического курса страны.

Политическая агитация советского времени широко использовала плакатное искусство для продвижения социалистических идеалов и мобилизации населения страны. Визуальный язык плакатов насыщался героическими символами и коллективными образами, вдохновляя патриотические чувства граждан, поддерживая боевой настрой народа во времена военных конфликтов и революционных преобразований. Период перестройки ознаменовался отходом плакатного искусства от жестких пропагандистских форм, отражая сложные общественные процессы и стремление осмыслить меняющуюся политическую реальность. Последующие годы характеризовались использованием плакатов как инструмента выражения

национального самосознания, подчеркивая значимость культурного наследия и исторической преемственности поколений.

Возрождение патриотической плакатной пропаганды с рубежа столетий, преимущественно начиная с двухтысячных годов, знаменует обновленный этап государственной идеологической политики, направленной на укрепление позиций России как мировой державы. Национальная символика и исторические образы в визуальном искусстве способствуют консолидации общества, пробуждая чувство национального достоинства и могущества страны в эпоху глобальных перемен. Плакатное искусство патриотической направленности, сочетающее многообразие художественных приемов и стилистических решений, сохраняет роль действенного инструмента в формировании гражданского самосознания и обеспечении культурной преемственности народа.

Таким образом, патриотический плакат XX века, несмотря на изменения политических и культурных ориентиров, неизменно оставался мощным инструментом визуальной пропаганды, играя важную роль в консолидации общества, укреплении гражданской идентичности и поддержке государственной идеологии.

2.2. Дизайнерская концепция серии плакатов для детей старшего школьного возраста

Выполнение практической части начали с анализа понятий, которые предполагают патриотические плакаты для детей старшего школьного возраста. Необходимо было определить те патриотические ценности, которые мы хотим вложить в головы и сердца подрастающего поколения.

Изучив работы педагогов с рекомендациями для патриотического воспитания школьников, я выделила следующие основные темы:

- малая Родина и локальная история. Любовь к месту, в котором ты родился, уважение к корням, семейные ценности;

- знание и уважение к достижениям страны в науке и технике, гордость и желание продолжить дело предков;

- историческая преемственность и общая память. Связь поколений, уважение к подвигу предков, чувство гордости и ответственности за их заслуги;

- осознание величия российской культуры, ее многовековой истории, сохранение и передача этих ценностей будущим поколениям;

Первый этап творческого поиска заключался в изучении национальных символов, устойчиво ассоциирующихся с Россией как в массовом сознании, так и в профессиональной культуре. Были рассмотрены исторические знаки (герб, флаг, архитектура), природные образы (реки, леса, животные), художественные формы (народные орнаменты, фольклор), культурные достижения (музыка, театр, живопись), а также технологические и научные прорывы.

Параллельно были проанализированы характеристики восприятия старшими школьниками: они ценят искренность, ищут индивидуальность и чаще всего эмоционально откликаются на образы, которые говорят с ними на понятном и образном языке. В этом возрасте важна не абстрактная идея Родины, а её проявления через конкретные формы и человеческие достижения.

Далее необходимо было определить направления сюжетов, которые наиболее ярко и доступно покажут разные стороны национального самосознания.

В процессе исследования были выбраны следующие темы:

1. Наследие архитектурных и декоративно-прикладных традиций. Через узнаваемые элементы — купола православных храмов, деревянное зодчество, орнаменты народной вышивки, элементы резьбы по дереву — подросток увидит связь между собой и многовековой историей своей страны. Символы, отсылающие к наследию народного мастерства и архитектурной культуры, помогают выстроить ассоциативный ряд: «Я — часть народа, у которого есть своя культура, стиль, традиции». Такие изображения, должны вызвать у подростков эмоции: уважение, гордость, чувство принадлежности.

2. Сюжеты, связанные с воинской историей и преемственностью. Военная история — одна из центральных тем в патриотическом воспитании, особенно когда речь идёт о подростках. Для старшеклассников это время, когда формируется понимание таких понятий, как долг, честь, отвага и защита Родины. Важно, когда изображение не только показывает героизм прошлого, но и проводит параллель с настоящим. Школьник начинает ассоциировать себя с продолжением большой исторической линии. Это и есть преемственность — осознание, что ты звено в длинной цепи поколений.

3. Ориентация на достижения в области космонавтики - одна из самых вдохновляющих и сильных с точки зрения патриотического воспитания. Включение образов, связанных с космонавтикой, в патриотические плакаты для старших школьников даёт возможность говорить с подростками на языке будущего, прогресса и научных достижений, которые напрямую связаны с историей их страны.

4. Культурный код — это всё то, что делает народ узнаваемым: символы, цвета, образы, формы мышления и поведения, которые передаются из поколения в поколение. Для подростков это понятие может быть ещё не до конца осознанным, но они хорошо воспринимают его на уровне ощущений и визуальных ассоциаций. Такой плакат помогает старшекласснику не только узнать свою культуру, но и принять её как часть своей личности, формирует внутреннюю связь с Родиной — не на уровне лозунга, а через образы.

Согласно методическим рекомендациям Л.Д. Гуткиной [12] и Т.А. Касимовой [18] при создании наглядных материалов для школьников старшего возраста подчеркивается важность визуальной доступности и стилистической современности. В связи этим стилистически серию решено выполнить в стиле flat-дизайн.

Основным фоном для всей серии был выбран ярко-красный цвет. Красный фон — это сильный визуальный акцент, который сразу привлекает внимание и вызывает эмоциональный отклик. В патриотическом контексте он несёт несколько смысловых слоёв:

- символ силы, решимости и мужества;
- традиционно ассоциируется с исторической памятью и героизмом (в том числе с воинской славой, знаменами, народным единством);
- стимулирует активное восприятие и усиливает концентрацию внимания.

Также, психологи отмечают, что в старшем школьном возрасте подростки чувствительны к цвету как к средству самовыражения и идентичности. Красный здесь работает как эмоциональный «якорь», создающий атмосферу значимости и вовлечённости.

Для оформления текста я выбрала белый цвет. В сочетании с красным он не вызывает мрачного эффекта, как черный в сочетании с красным. Цветовое сочетание воспринимается позитивно, при этом обеспечивает высокий контраст с фоном и способствует легкому и быстрому восприятию информации.

По моему мнению, комбинация ярко-красного фона, белого шрифта и flat-графики в серии патриотических плакатов:

- соответствует визуальным предпочтениям подростков;
- помогает выделить ключевые смыслы и усилить эмоциональное восприятие;
- реализует принципы наглядности, контрастности и лаконичности, рекомендованные в педагогической литературе;
- формирует ассоциации с ценностями силы, чистоты, честности, преемственности и национального единства.

Такая палитра не только функциональна, но и символически заряжена, что делает её эффективным инструментом в формировании гражданской позиции и патриотического мировоззрения у старших школьников.

Разработка серии патриотических плакатов для детей старшего школьного возраста требует не только понимания содержания, но и выстраивания целостной дизайнерской концепции. Визуальная коммуникация в данном случае выполняет не просто информационную, но и воспитательную функцию. Задача дизайнера — соединить национальные образы, актуальные графические приёмы

и особенности детского восприятия в единую визуальную систему, способную эмоционально вовлечь и вызвать внутренний отклик у школьников.

Основной целевой аудиторией являются дети старшего школьного возраста (13–16 лет). Это возраст формирования личностной позиции, активного интереса к окружающему миру и первых осознанных оценок исторических и культурных явлений. Подростки в этом возрасте чувствительны к визуальной форме, остро воспринимают проявления искренности и быстро отвергают образы, кажущиеся им навязчивыми или искусственными. Поэтому визуальный язык плакатов должен быть современным, но не слишком модным; уважительным к традиции, но не скучным; ярким, но не агрессивным.

Основная задача серии — не наставлять, а вовлекать, дать ребёнку почувствовать, что это о нем, это часть его страны, он может этим гордиться. Через узнаваемые, но интерпретированные по-новому образы, подросток соотносит своё личное пространство с пространством Родины, ощущая не внешнее давление, а внутреннюю сопричастность.

Таким образом, дизайнерская концепция серии построена на соединении традиционных символов с современным визуальным языком. Серия направлена на формирование позитивного отношения к культуре, истории и будущему своей страны, сохраняя при этом простоту подачи, эмоциональную выразительность и педагогическую значимость.

2.3. Процесс проектирования дизайна серии патриотических плакатов для детей старшего школьного возраста

Для разработки первого плаката выбран лозунг: «Здесь — твои корни. Задача плаката показать важность исторической Родины, знание своих корней.

Матрёшка, стилизованный символ российской культурной самобытности, занимает главенствующее положение в художественной композиции, воплощая преемственность и охранительные начала народных обычаев. Бережные руки,

державшие матрёшку, создают выразительную метафору сохранения духовного богатства и передачи культурных кодов между поколениями. Многослойный символизм матрёшки раскрывает глубинную взаимосвязь исторического опыта с современностью, одновременно указывая путь к грядущему.

Традиционный орнамент матрёшки раскрывается через растительные образы, воплощённые в контрастных цветочных и лиственных узорах, отражающих глубинные смыслы народной культуры – изобилие, эстетическую гармонию и духовное богатство. Насыщенный алый фон матрёшки воплощает жизненную энергию, эмоциональную полноту и героический дух, свойственные национальной художественной традиции, создавая динамичное пространство торжественного звучания.

Монументальные слоганы «здесь — твои корни», набранные геометрическим шрифтом Montserrat ExtraBold, формируют ключевые визуально-смысловые доминанты композиции. Строгая геометрия рубленых букв обеспечивает мгновенное считывание информации, закрепляя основные идеи в сознании молодого поколения через создание устойчивого эмоционального резонанса и укрепление культурной самоидентификации.

Центральное расположение элементов в вертикальной плоскости акцентирует неразрывную связь личности, традиционной культуры и государства. Бережно поддерживающие матрёшку ладони становятся метафорой единения человека с национальным наследием, воплощая принципы почитания и сохранения культурных основ. Подобное композиционное решение раскрывает глубинную взаимосвязь персонального и общественного самосознания.

Лаконичное цветовое решение создаёт мощное эмоциональное воздействие: сочетание багряных, угольно-чёрных и янтарных оттенков формирует гармоничную атмосферу душевного тепла. Продуманный контраст между периферией и центральным образом матрёшки концентрирует внимание зрителя на основном смысловом элементе работы.

Минималистичный подход к визуальному оформлению, основанный на упрощенных геометрических формах, создает актуальное стилистическое решение, резонирующее с восприятием молодежной аудитории цифровой эпохи. Лаконичность графического исполнения, дополненная многоуровневой символикой, обеспечивает эстетическую выразительность и глубокое эмоционально-смысловое воздействие на зрителя. Архитектоника плакатного пространства активизирует механизмы позитивной гражданской самоидентификации, апеллируя к эмоциональной памяти и интуитивному восприятию, пробуждая патриотические чувства и уважительное отношение к государственной символике.

Вторым плакатом серии стала отсылка к космическим достижениям нашей страны.

Изображение ракеты, взмывающей вверх с мощным языком пламени, отсылает к значимому культурному и историческому коду России — первому полёту человека в космос. Этот образ мгновенно узнаётся школьниками, так как входит в школьную программу и общее визуальное поле детства. Он вызывает ассоциации с именем Ю.А. Гагарина и космическим прорывом, что формирует устойчивое чувство национальной гордости. Кроме того, ракета символизирует движение вперёд, целеустремлённость и технический прогресс, что особенно важно для подростков, находящихся в стадии самоопределения и стремящихся к социально значимым ориентирам.

Фон плаката выполнен в насыщенном красном цвете, что соответствует визуальной системе всей серии. Красный цвет несёт эмоциональный заряд: он ассоциируется с героизмом, силой, энергией и внутренним напряжением. В контексте плаката он подчеркивает драматизм момента старта и усиливает мотивационный посыл. На фоне активного красного ярко выделяется белый лозунг — символ чистоты, честности, открытости. Такое контрастное сочетание обеспечивает хорошую читаемость и моментальное восприятие послания.

Лозунг «Мы первые. Идём дальше.» несёт чёткое и лаконичное послание, обращённое как к историческим достижениям, так и к будущему. Формулировка

строится на принципе двойного посыла: первая часть («мы первые») апеллирует к национальной памяти и гордости за лидерство, вторая («идём дальше») ориентирована на перспективу и личную включённость в движение вперёд. Для подростков это важно, поскольку они склонны оценивать действия сквозь призму личного вклада и прогресса. Лозунг выполнен в утвердительной форме и передаёт идею коллективной силы и исторической преемственности.

Плакат с ракетой транслирует ценности, важные для данной возрастной группы: технологическое лидерство, стремление к будущему, коллективное усилие, национальная гордость. Образ ракеты становится здесь не просто метафорой прогресса, но и символом взросления, движения вперёд — что напрямую отражает внутреннее состояние старшеклассника.

Использование современной визуальной подачи (стиль flat-дизайн, чистый контраст, графическая лаконичность) делает плакат легко воспринимаемым для подростков, привыкших к цифровому графическому языку.

Третьим плакатом серии стал плакат «Мы - связь поколений».

Центральным элементом плаката выступает изображение георгиевской ленты, закрученной в форму спирали ДНК. Это визуальное решение несёт в себе сразу несколько смыслов. Георгиевская лента — широко признанный в российском обществе символ памяти, воинской доблести и национального подвига. Её присутствие в визуальной культуре школьников стабильно и знакомо, особенно в контексте мероприятий, приуроченных к 9 мая.

Форма ДНК добавляет новый смысловой уровень. Она отсылает к биологической преемственности, передаче информации и идентичности от поколения к поколению. Таким образом, в графике соединяются символика героизма и памяти с научной метафорой жизни и связи времён. Такое решение делает плакат не только патриотическим, но и интеллектуально провоцирующим, что особенно важно для подростков в возрасте 15–17 лет — периода активного развития абстрактного мышления и личной рефлексии.

Текст «Мы — связь поколений» выполнен в белом цвете на красном фоне, что обеспечивает высокий визуальный контраст и эмоциональную

выразительность. Сам лозунг краток, легко запоминается и построен в утвердительной форме, что усиливает его воздействие. Он транслирует ключевую идею всей серии — преемственность, принадлежность к историческому и культурному потоку. Для подростков, находящихся в поиске личной и гражданской идентичности, такая формулировка чётко указывает на их включённость в национальную историю и культуру, не через обязанность, а через естественную связь.

В методических рекомендациях по патриотическому воспитанию Гуткиной Л.Д. [12] и Касимовой Т.А. [18] подчёркивается значимость лаконичных, осмысленных лозунгов и их графического единства с изображением. В данном плакате эти принципы соблюдены: текст работает как смысловой и эмоциональный акцент, усиливая визуальный посыл.

Фон плаката — глубокий красный, традиционно используемый в серии, — создаёт ассоциации с мужеством, силой, борьбой и исторической памятью. Красный фон не перегружен деталями, что позволяет центральному элементу (лента-ДНК) занять доминирующее положение в композиции и фокусировать внимание зрителя.

Использование белого цвета для шрифта и элементов визуального акцента придаёт образу ощущение чистоты и честности. Чёрно-оранжевые полосы георгиевской ленты добавляют визуального ритма и поддерживают символическую узнаваемость, сохраняя уважение к историческому контексту.

Спираль ДНК как форма памяти и идентичности, «встроенной» в человека, вызывает интерес и уважение — это понятная им отсылка к научным знаниям, сочетаемая с чувством принадлежности к своему народу.

Такой визуальный подход отвечает цифровым привычкам подростковой аудитории и делает традиционный символ — георгиевскую ленту — актуальным и современным.

И четвертым, заключительным плакатом серии стал плакат «Ты – часть большого наследия», представляющий собой композицию на ярко-красном фоне

с изображением карты России, выполненной в коллаже из визуальных кодов традиционной культуры, архитектуры и декоративных элементов.

Стилистически плакат выполнен в направлении современной минималистичной графики с элементами flat-дизайна. При этом в нём органично сочетаются узнаваемые визуальные маркеры русской идентичности: православные храмы с луковичными куполами, деревянное зодчество, фрагменты орнаментированной вышивки и классические формы колокольни. Эти элементы вписаны в силуэт территории Российской Федерации, что отсылает к геокультурной целостности страны. Основной цвет фона — насыщенно-красный — символизирует энергию, силу, единство и обращается к исторической традиции цвета как маркера государственности.

Центральный лозунг плаката — «Ты — часть большого наследия» — подан чётким белым шрифтом, без засечек, с акцентом на читаемость и прямоту посылы. Такая лаконичность отвечает принципам визуальной агитации и при этом сохраняет диалог со зрителем. Смысловая нагрузка этой фразы заключается в вызывании чувства принадлежности к истории и культуре страны. Она направлена на формирование у школьника ощущения сопричастности, уважения к традициям и готовности к личной ответственности за их сохранение.

С точки зрения восприятия старшими школьниками, плакат опирается на несколько педагогически значимых механизмов воздействия. Во-первых, это идентификация: подросток, разглядывая карту и узнавая в ней знакомые образы, может проецировать на них личный опыт или школьные знания. Во-вторых, символическая насыщенность изображения активизирует визуальное мышление — важнейшую составляющую когнитивной деятельности в подростковом возрасте. В-третьих, применение яркого, но не агрессивного цветового решения способствует эмоциональному вовлечению, не вызывая отторжения.

Символическое значение архитектурных и культурных элементов раскрывает глубинную связь народных традиций России. Величественный храм воплощает духовное наследие поколений, искусная вышивка отражает самобытность народного творчества, а традиционный деревянный сруб

представляет мастерство зодчих и уклад жизни. Многогранное культурное пространство страны естественно раскрывается через гармоничное сочетание этих элементов, создавая органичный визуальный язык без навязчивой дидактики.

Актуальность данного плаката обусловлена современными задачами образовательной среды: необходимость патриотического воспитания в условиях глобализации, снижение интереса подростков к национальной культуре и поиск новых, визуально-привлекательных форм коммуникации. Плакат работает не только как носитель информации, но и как тема для обсуждения на классных часах, внеклассных мероприятиях и в рамках воспитательных программ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование и реализация проекта патриотических плакатов подтвердили актуальность обращения к визуальным средствам воспитательного воздействия на старших школьников в контексте современных социокультурных реалий. Плакат, как жанр социально ориентированной графики, сохранил способность выполнять просветительскую, мобилизационную и воспитательную функции. Его эффективность сегодня во многом определяется не только идейной наполненностью, но и визуальной грамотностью, соответствием эстетическим ожиданиям и когнитивным особенностям целевой аудитории.

В ходе теоретического анализа выявлены ключевые этапы становления и развития патриотического плаката в отечественной художественной культуре. Плакатное искусство двадцатого и двадцать первого столетий претерпело значительные изменения под влиянием общественно-политических процессов и культурных преобразований. Советская школа плаката создала фундаментальные принципы визуальной организации, сохраняющие значимость в современном дизайне. Мастера плакатного искусства разработали методы композиционного построения, включающие доминантный центр, силуэтное решение, гармоничное объединение графики с текстом и применение устойчивых культурных образов. Визуальный язык плаката менялся соответственно историческим событиям, запросам власти и эстетическим предпочтениям аудитории.

С учётом психолого-педагогических особенностей старшего школьного возраста определены требования к визуальной подаче воспитательных материалов. Восприятие подростков в настоящее время характеризуется высокой визуальной чувствительностью, стремлением к символичности, эмпатии, поиску идентичности. Создание эффективного воспитательного плаката основывается на комплексном применении визуальных образов, ассоциативных связей и эмоционального воздействия при сохранении

лаконичной формы подачи материала, избегая прямых нравоучений и идеологических штампов.

Разработка и реализация дизайнерского проекта осуществлялись в соответствии с принципами социальной графики и педагогического дизайна. Визуальные образы, отобранные для плакатов («матрёшка», «георгиевская лента», «ракета», «карта России»), обладают высокой символической ёмкостью и культурной узнаваемостью, что способствует немедленному считыванию основной идеи. Каждый плакат основан на приёмах визуального акцента, баланса, цветового контраста и смыслового центра. Композиционные решения выстроены с учётом логики восприятия от общего к частному, от символа к смыслу. Цветовая палитра строится на сочетании эмоционально насыщенных тонов и символически нагруженных цветов, соответствующих государственной и исторической символикой.

Текстовые элементы плакатов ограничены по объёму, но насыщены смыслом. Используются короткие, афористичные формулировки, способные зафиксироваться в памяти и вызвать эмоционально-ассоциативный отклик. Форма подачи информации соотносится с особенностями восприятия визуального контента подростками, воспитанными в условиях цифровой среды.

На основании анализа педагогической направленности визуального проекта сделан вывод о возможности интеграции разработанных плакатов в образовательное пространство как в рамках учебной, так и внеучебной деятельности. Применение плакатов в образовательном пространстве реализуется многогранно: оформление учебной среды, включение в программы патриотического воспитания, организация выставочных экспозиций и культурно-просветительских событий. Педагогический потенциал плакатов раскрывается через методическую деятельность преподавателей, охватывающую анализ визуальных элементов, проектную работу и коллективное изучение смыслового наполнения изображений.

Результаты работы свидетельствуют о высокой эффективности патриотического плаката как средства визуально-педагогического воздействия.

При правильной стилистической подаче и продуманной символике данный жанр способен выступать не только как средство художественной выразительности, но и как важнейший ресурс формирования гражданской идентичности, устойчивых ценностных ориентиров и эмоционального сопричастия подростков к истории и настоящему своей страны.

Таким образом, патриотический плакат, выполненный с опорой на традиции отечественной плакатной школы и адаптированный к современным условиям восприятия, обладает высоким воспитательным потенциалом. Его использование в образовательной среде представляется целесообразным и методически оправданным. Созданный дипломный проект может служить примером актуального взаимодействия визуального искусства, педагогики и социального дизайна, ориентированного на формирование активной гражданской позиции и патриотического мировоззрения у подрастающего поколения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2021. — № 27 (ч. I). — Ст. 5351.
2. Ахмад А.Р. Коммуникационные и эстетические функции плаката в архитектуре города // Строительство: наука и образование. — 2017. — Т. 7, вып. 2 (23).
3. Бабурина Н.И. Русский плакат (конец XIX — начало XX века). — Л.: Художник РСФСР, 1988. — 192 с., ил.
4. Басова Н.А. Коммуникативный потенциал рекламного плаката // Вестник ЧелГУ. — 2010. — № 31. — С. 130–133.
5. Бацманова А.И., Иванова Д.К. Искусство плаката в СССР // Бизнес и дизайн ревю. — 2021. — № 1 (21). — С. 5.
6. Бочкарева Т.А. Социальная реклама в молодежной среде: восприятие и эффективность // Вестник молодежной политики. — 2019. — № 3. — С. 22–28.
7. Борисова Е.А. Влияние народного декоративно-прикладного искусства на формирование патриотических чувств у детей // Искусство и образование. — 2017. — № 5. — С. 42–46.
8. Ван М. Эволюция формы плаката как средства графической коммуникации // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. — 2009. — № 114. — С. 295–300.
9. Гизе М.Э. Очерки истории художественного конструирования в России XVIII — начала XX вв. — СПб: СПбГУ, 2008. — 640 с., ил.
10. Гордеева С.А. Влияние визуальной культуры на формирование гражданской идентичности подростков // Молодой ученый. — 2017. — № 6. — С. 178–181

11. Гофман А.Б. Социально-психологические аспекты потребления и дизайн бытовых изделий // Психологический журнал. — 1988. — № 2. — С. 45–53.
12. Гуткина Л.Д. Планирование и организация воспитательной работы в школе. — М.: Центр «Педагогический поиск», 2002. — 160 с.
13. Гуткина Л.Д. Настольная книга классного руководителя. — М.: Центр «Педагогический поиск», 2001. — 192 с
14. Зверева О.В. Социальная реклама как инструмент гражданского воспитания // Молодежная политика и право. — 2020. — № 1. — С. 23–27
15. Игошина Т.С. Графический дизайн отечественного социального плаката: дис. ... канд. искусствоведения. — М., 2009.
16. Иванова И.В. Графический дизайн и реклама для детей. — М.: Изд-во «Детство-Пресс», 2015. — 136 с.
17. Кабидулина Г.М. Внедрение новшества в создание социального плаката в графическом дизайне // Вопросы и проблемы современных гуманитарных наук. — 2017.
18. Каптерев П.Ф. Дидактические очерки. — М.: Просвещение, 2015. — 312 с.
19. Касимова Т.А., Яковлев Д.Е. Патриотическое воспитание школьников: методическое пособие. — М.: Айрис-пресс, 2005. — 64 с.
20. Касимова Т.А. Система патриотического воспитания ДТ ДМ «Истоки» в общеобразовательном пространстве // Внешкольник. — 2013. — № 4. — С. 12–15
21. Кравцов А.Л. Визуальные средства как инструмент воспитания познавательного интереса у подростков // Образовательные технологии. — 2020. — № 2. — С. 44–49.
22. Кричевский В.Г. Типографика в терминах и образах. — М.: Слово, 2000. — Т. 1, 2.

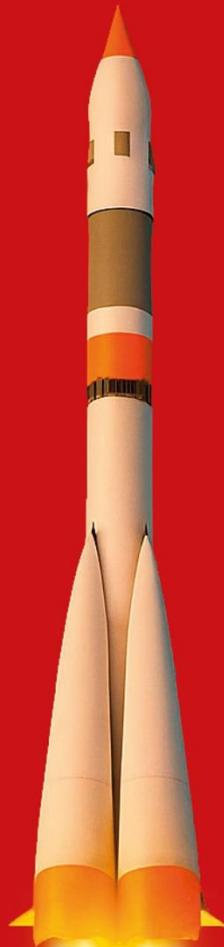
23. Кудряшова И.И. Формирование патриотических чувств у школьников средствами изобразительного искусства // Искусство в школе. — 2019. — № 3. — С. 15–19.
22. Куликова Е.Д. Современный социальный плакат // Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии. — Омск: ОмГТУ, 2015. — С. 30–32.
23. Ласкина Е.Е. В поисках решений. Типографика. Книга. Плакат. Фотография: 60 лет истории кафедры графического дизайна Академии Штиглица // Terra Artis. Искусство и дизайн. — 2024. — № 3. — С. 125–129.
24. Литвинова Н.В. Эстетическое воспитание школьников через визуальные образы высокой культуры // Педагогическое образование в России. — 2018. — № 7. — С. 101–106.
25. Ляхов В.Н. Советский рекламный плакат и рекламная графика. 1933–1973: Альбом. — М.: Советский художник, 1977.
26. Маркевич Е.О. Коммуникационные средства современного экологического плаката // Межвуз. науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых специалистов им. Е.В. Арменского. — М.: МИЭМ НИУ ВШЭ, 2020. — С. 209–211.
27. Марон И.С. Воспитание гражданственности школьников. — М.: Академия, 2002. — 93 с.
28. Петрова Л. С. Символика цвета в российской визуальной культуре: педагогический аспект // Педагогика искусства. — 2017. — №4. — С.89–94.
29. Петровский А.В. Возрастная и педагогическая психология. — М.: Академия, 2005. — 217 с.
30. Петухова Н.А. Влияние социальной рекламы на подростков // Молодежная политика и медиа. — 2018. — № 2. — С. 31–34.
31. Пименова Н.Н., Шпак А.А., Ермаков Т.К. Жанр советского плаката в изобразительном искусстве 1917–1922 гг. // Журнал СФУ. Гуманитарные науки. — 2023. — Т. 16, № 4.

32. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники. Кн. 1. — М.: Архитектура-С, 2006. — 368 с.
33. Соколова Т.В. Визуальные коммуникации в образовательной среде: культурологический подход // Образование и наука. — 2016. — № 9. — С. 72–85.
34. Сокольникова Н.М. Основы дизайна и композиции. — М.: Академия, 2019. — 159 с.
35. Соловьева Е.М. Роль визуальной информации в патриотическом воспитании подростков // Педагогика и психология. — 2020. — № 4. — С. 52–56
36. Смирнова О. А. Роль изобразительного искусства в формировании гражданской идентичности у старшеклассников // Психология и педагогика. — 2016. — №6. — С.45–50
37. Сырова Н.В. Искусство советского плаката начала XX века // Современные научные исследования и инновации. — 2017. — № 4.
38. Тореев Ю.А. Графический дизайн и плакат: педагогический аспект. — Минск: Белорусская государственная академия искусств, 2015. — 112 с.
39. Щуркова Т.И. Педагогика для всех. — М.: Академия, 2004. — 198 с.
40. Эльконин Д.Б. Психология развития школьника. — М.: Институт практической психологии, 1997. — 384 с.

ЗДЕСЬ ТВОИ КОРНИ



**МЫ ПЕРВЫЕ!
ИДЕМ ДАЛЬШЕ**







**ТЫ – ЧАСТЬ БОЛЬШОГО
НАСЛЕДИЯ**

