**Рекомендации по подготовке и оформлению плакатов**

*Плакат* является произведением печатной графики, изображение и текст которого выражают его общую идею. Плакат является одним из основных видов наглядной агитации и пропаганды, информации, рекламы, инструктажа или обучения. Как полиграфическое издание плакат представляет собой листовое издание, отпечатанное, как правило, на одной стороне печатного листа, удобное для расклейки. Основные требования к плакатам составляют хорошая видимость на расстоянии плюс привлекательный вид изделия.

*При составлении плаката необходимо определить:*

· название темы;

· назначение и конкретную задачу плаката

· целевую аудиторию (плакат всегда приобретает большую действенность в тех случаях, когда он как можно точнее обращается к определенному кругу лиц (по полу, возрасту, профессии, образованию);

· название (текст) плаката;

· описание ситуации (содержание изображения).

*По способу воплощения идеи выделяются три основных типа сюжета плаката:*

Положительный сюжет. В его основе лежит факт, образ или действие, которые должны вызвать к себе положительное отношение. Упор в таких плакатах делается на общественную и индивидуальную значимость и необходимость пропагандируемого действия. Тема имеет, как правило, оптимистическое, мажорное "звучание".

Отрицательный сюжет. Строится на показе в реалистической или метафорической форме отрицательного факта, неправильного поведения и часто его последствий. Такие образы воздействуют на зрителя через пробуждение негативного отношения к изображаемому, через осознание опасных последствий несоблюдения тех или иных норм и правил. Тема звучит драматически или сатирически.

Двойной сюжет. Строится на показе двух действий: положительного и отрицательного или их последствий. Основная идея выражается в противопоставлении положительного и отрицательного действий или фактов. Тема характеризуется напряженностью и динамичностью.

*Требования к тексту плаката:*

1. Краткость текста – одно из условий его быстрого восприятия и запоминания. Известно, что человеком оптимально воспринимается и запоминается 7 (+/- 2) слов. Следует учитывать, что текст легче запоминается в виде краткого призывного лозунга. Наиболее доходчив текст, ритмически построенный, поэтому тексты, основанные на употреблении пословиц, поговорок, фразеологических оборотов, отрывков из популярных песен и известных стихов в прямом или перефразированном виде, запоминаются и воспроизводятся наиболее легко.

2. Текст лучше давать в утвердительной форме, поскольку призывы в отрицательной форме (с употреблением отрицания "не") психологически вызывают у человека противодействие.

3. Текст должен быть конкретным, целенаправленным, поэтому такие общие слова, как "запрещается", "необходимо", "опасно", которые можно с одинаковой вероятностью отнести к различным темам, являются малоконкретными, не несут ценной информации. Лучше употреблять в тексте не безличную, а личную форму обращения 4. Следует учитывать, что наиболее доходчив текст, приближенный к разговорной речи. Однако в нем недопустимо употреблять просторечные слова и выражения.

5. Доходчивость текста плаката значительно снижается, если нет смысловой связи между текстом и изображением. Основная мысль плаката должна быть выражена в смысловом единстве текста и изображения. Это особенно необходимо, когда и текст, и изображение решены образно.

6. Для повышения эмоциональности и выразительности высказывания можно с успехом использовать восклицательные и вопросительные предложения, особенно риторические вопросы.

*Требования к композиции изображению плаката:*

1. Необходимо строить композицию так, чтобы ее центром был тот элемент, на который следует обратить внимание (смысловой центр композиции). Центральный по смыслу элемент должен быть выделен размером, цветом, формой, фоном или же сочетанием этих приемов. Все элементы композиции необходимо разместить на плакате так, чтобы они так или иначе "стремились" к смысловому центру, притягивали взгляд человека к нему.

2. Замечено, что изображения людей и животных на 23 % больше привлекают внимание к плакату, чем изображения неодушевленных предметов, а при восприятии изображения человека обращается внимание на выражение лица. Эти данные следует учитывать при поиске средств выразительности.

3. Известно, что с большого расстояния лучше читаются шрифты, состоящие из прямых линий и острых углов. Обладают хорошей видимостью знаки с соотношением высоты к ширине 1:1 и толщины к высоте 1:5. Зрительное впечатление насыщенности шрифта может изменяться в зависимости от расстояния между буквами: чем больше это расстояние, тем светлее кажется шрифт. Оптимальным расстоянием между буквами в плакате считается расстояние, равное половине средней ширины буквы.

4. Размер шрифта должен подбираться с учетом того, что среднее расстояние считывания плаката - 2 - 4 м. Наименьшая высота шрифта, читающегося с этого расстояния - 12 - 16 мм.

5. Для решения вопроса об удачном цветовом сочетании шрифта и фона можно руководствоваться следующими данными о наилучшей различимости и читаемости шрифтов на цветовых фонах (при одинаковой интенсивности цветов):

̶ черный - на желтом и желтый - на черном;

̶ зеленый - на белом и белый - на зеленом;

̶ красный - на белом и белый - на красном;

̶ синий - на белом и белый - на синем;

̶ черный - на белом и белый - на черном;

̶ красный - на желтом;

̶ зеленый - на красном и красный - на зеленом.

6. В плакате не должно быть чрезмерного количества цветов, рекомендуется использовать не более четырех.