**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Блиок Валерии Анатольевны**

**"ИЛЛЮСТРАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ ПЛАКАТЕ: ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ "**

**Н. рук. - Беленький Александр Иосифович, ст. преподаватель**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очная форма обучения**

В наши дни cоциальная тематика является неотъемлемой частью рекламной сферы. Особенность социальной рекламы в том, что с ее помощью можно воздействовать на человека, формировать его взгляды, а также и отношение к современным социальным проблемам. Социальная реклама способна привести к повышению нравственности человека, обратить его внимание на те или иные проблемы и вызвать отклик на них. Чтобы обратить большее внимание на себя, социальная реклама часто использует нестандартные визуальные подходы, мощную картинку, способную зацепить "за живое", вызвать эмоции и мысли у публики. Такую функцию выполняет социальный плакат, который является одним из ярких примеров социальной рекламы.

Изучение и анализ визуальных особенностей современного социального плаката позволит определить какой эффект оказывает использование визуальных приемов на публику и насколько он действенен. В современных условиях это является особенно важным, так как дизайн играет ведущую роль в создании плаката. Социальная тематика постоянно активно развивается, поэтому эта тема является **актуальной** для настоящего исследования.

**Научная новизна исследования** состоит в новом взгляде на дизайн социального плаката, с точки зрения визуальной риторики, которая пока что изучена совсем не глубоко.

**Объектом** данного исследования станет современный социальный плакат. **Предметом** исследования выступит визуальная риторика иллюстрации в социальном современном плакате.

**Целью** работы является выявление особенностей визуального языка современных плакатов социальной тематики. Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:** во-первых, изучить мировую социальную рекламу и социальный плакат в историческом аспекте, во-вторых, провести анализ тематики плакатов и выявить их общие черты, и наконец, анализировать их выразительные особенности.

При написании данной выпускной квалификационной работы использованы **методы** исторического исследования и типологизации, метод классификации, а также сравнительный контент-анализ.

**Эмпирическую базу** исследования составили плакаты социальной тематики XXI-ого века.

**Хронологические рамки** исследования охватывают 2000-2014 годы, время бурного развития социальной рекламы и дизайна, появления новых идей и нестандартных художественных решений.

Подводя итоги исследования, отметим, что нестандартный подход в дизайне и использование визуальной риторики в современных плакатах выводит иллюстрацию на новый уровень в сфере социальной рекламы. Постоянное совершенствование дизайна и появление новых визуальных подходов делает это исследование интересным.