**Аннотация**

**выпускной квалификационной работы**

**Коробейниковой Веры Вячеславовны**

**«ВИЗУАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ PR-КАМПАНИИ ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ»**

**Н. рук. – Кипреева Наталия Станиславовна, канд. филол. наук, ст. преп.**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очная форма обучения**

Тема здорового образа жизни все чаще становится предметом общественного обсуждения, что способствует появлению социальных плакатов, нацеленных на популяризацию здорового образа жизни. Государство также понимает важность этой темы, что подтверждается принятием «Стратегии развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2020 года» и «Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года». Это доказывает **актуальность** данной работы. Однако стоит отметить, что большинство социальных плакатов обращаются к эмоциям зрителя и рассматривают отдельные составляющие темы, но здоровый образ жизни требует более осознанного отношения. Новизна данной работы состоит в разработке серии плакатов, которые затрагивают большинство важных аспектов здорового образа жизни, а также с помощью инфографики обращаются к разумным доводам в пользу ведения здорового образа жизни.

**Объект** исследования – дизайн плакатов социальной направленности, посвященных здоровому образу жизни. **Предмет** исследования– визуализация PR-кампании по популяризации здорового образа жизни в Санкт-Петербурге.

**Цель** работы – создать серию графических материалов, популяризирующих здоровый образ жизни в Петербурге. **Задачи**: определить значение дизайна как инструмента коммуникации; обозначить необходимость и значение инфографики для нашего проекта; установить значение и возможности использования цвета и типографики в дизайне инфографического плаката; проанализировать существующие графические материалы по заданной теме; определить и охарактеризовать аудиторию для конечного сообщения; визуализировать и представить собранную информацию по теме исследования.

**Теоретической базой** стали научные труды исследователей, рассматривающих дизайн и инфографику как инструменты коммуникации (Р. Арнхейм, В. В. Лаптев, Дж. Феличи, Я. В. Уайт, С. Уэйншенк, Р. Ю. Овчинникова, М. Смикиклас, Д. Шервин, П. Райс, О. Клеон, А. Бергер, В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский, Я. Чихольд). **Эмпирическую базу** составили интернет-ресурсы, представляющие инфографику, а также сайты официальных ведомств, которые были использованы для сбора данных.

В работе использованы следующие **методы** исследования: наблюдения, анализа, синтеза, сравнения, обобщения, контент-анализа, прогнозирования, анализа документов.

**Структура работы** включает введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложения. Во **введении** обосновывается актуальность работы, ее новизна, формулируются цели и задачи, а также описываются теоретическая, эмпирическая и методологическая базы исследования. В **первой главе** рассматриваются особенности дизайна, инфографики, цвета и типографии как инструментов коммуникации. Во **второй главе** описывается аудитория сообщения, проводится анализ существующих графических материалов на эту тему и описание процесса создания плакатов. В **заключении** приводятся результаты исследования, и подводится итог работы над дизайном плакатов: они выдержаны в едином стиле и содержат эффективные способы передачи информации, что соответствует поставленной цели.

**Annotation**

**of final qualifying work of Vera Korobeinikova**

**"VISUAL SUPPORT OF PR-CAMPAIGN TO PROMOTE HEALTHY LIFESTYLE IN SAINT PETERSBURG"**

**Scientific supervisor: Kipreeva Natalia Stanislavovna, PhD in Philology, senior teacher**

**The Department of media design and information technologies
Full-time courses**

The theme of healthy lifestyle is increasingly becoming the subject of public discussion that contributes the appearance of social posters aimed at promotion of healthy lifestyle. The government also understands the importance of this topic that is confirmed by adoption of “The strategy of Russian Federation’s physical culture and sport development for the period up to 2020” and “The concept of Russian Federation’s population policy for the period up to 2025”. That proves the **relevance** of this work. However, it is worth noting that most posters appeal to the emotions of the audience and regard the particular components of the topic but healthy lifestyle requires more conscious attitude. The **novelty** of this work consists in designing the series of posters which cover many important aspects of healthy lifestyle and appeal to reasonable arguments for healthy lifestyle using infographics.

The **object** of research – design of posters with social orientation. The **subject** of research – the visualization of PR-campaign to promote healthy lifestyle in Saint Petersburg.

The **purpose** of the work – to create a series of graphic materials promoting healthy lifestyle in Saint Petersburg. **Objectives**: to determine the design significance as the communication tool; to note the need and the value of infographic for our project; specify the importance and opportunities of color and typographic in the infographic poster design; to analyze graphic materials on our topic; to determine and describe the audience for our final message; to visualize and present collected information on the topic.

**Theoretical base** of this work were the scientific works of researchers considered design and infographics to be communication tools (R. Arnheim, V. Laptev, J. Felici, Y. White, S. Ueynshenk, R. Ovchinnikov, M. Smikiklas, J. Sherwin, P. Rice, O. Cleon, A. Berger, V. Runge, V. Senkovskiy, J. Tschichold). The **empirical base** of the work was made up by internet resources as infographics and official agencies’ web-sites which were used for collecting the information.

In the work the following **methods** of research were used: observation, analysis, synthesis, comparison, generalization, content-analysis, prediction, documents analysis.

The **structure of the work** consists of introduction, two chapters, conclusion, list of used literature and appendices. The **introduction** provides the relevance of the work, its novelty, purpose of the work and objectives, describes the theoretical, empirical and methodological basis of the research. The **first chapter** regards the features of design, infographics, color and typographic as communication tools. The **second chapter** describes the audience, analyzes graphic materials on the topic and describes the posters making process. The **conclusion** contains the findings of research and the following result of the work on the posters design: they are designed in the same style and contain the efficient methods of data transmission and it fits the stated purpose.