

Хмельницький національний університет
Факультет технологій і дизайну
Кафедра дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ «ПОПУЛЯРНІ УКРАЇНСЬКІ ПІСНІ»

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 2019020.01.01. ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ГДР-19-1 _____ Валерія БЕЙ

Керівник: _____ Анатолій КАРМАЛІТА

Нормоконтролер: _____ Лариса КРАСНЮК

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну _____ Ельвіра БАЗИЛЮК

_____ 2023 р.

Хмельницький, 2023

Хмельницький національний університет
(повне найменування навчального закладу)

Факультет технологій та дизайну

Кафедра Дизайну

Освітній рівень перший (бакалаврський)

Галузь знань 02 Культура та мистецтво
(шифр і назва)

Спеціальність 022 Дизайн
(шифр і назва)

Освітня програма Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Базилюк Е.В.

_____ 2023 року

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Бей Валерія Валеріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту Розробка дизайну серії плакатів – «Популярні українські пісні»

Керівник проекту Кармаліта Анатолій Констянтинівич

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від « 1 » березня 2023 р., № 5

2. Строк подання студентом закінченої роботи 14 червня 2023 року

3. Вихідні дані до роботи _____ Мета роботи – розробка дизайну серії плакатів _____

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ

1 Обґрунтування вихідних даних до проектування плакату

2 Ретроспектива теми

3 Творча розробка дизайну плакатів

Висновки

Перелік джерел посилання

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____

1 Плакат «Юність»

2 Плакат «Обійми»

3 Плакат «Ніжність»

4 Плакат «Персефона»

5 Плакат «Стіни»

6 Плакат «Відьми»

АНОТАЦІЯ

дипломної роботи освітнього рівня «бакалавр»

на тему: Розробка дизайну серії плакатів – «Популярні українські пісні»

студентки групи ГДР–19–1 Бей В.В.

керівник – к.т.н., Кармаліта А.К.

Обсяг пояснювальної записки –74 с., 23 рис., 2 додатки, 21 джерело

ПЛАКАТ, ПОСТЕР, РИСУНОК, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ТА МУЗИКА.

У ході виконання дипломної роботи було розроблено шість плакатів.

Були проведені дослідження по вихідним даним та історичний огляд ретроспективи дизайну плакатів. При розробці дизайну плакатів були враховані вимоги до оформлення плакатів, особливості їх створення, гармонійне колірне рішення і форми шрифту для виконання надписів.

Було розроблено: декількі варіантів плакатів, були підібрані шрифти та кольорові гами.

Обґрунтовано технологічну частину при розробці об'єктів дизайну.

Розроблені презентаційні планшети та електронні макети продукції.

(дата)

(підпис)

ЗМІСТ

Вступ.....	6
1. Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта.....	
1.1 Характеристика об'єкта проектування.....	8
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкта.....	17
1.3 Джерело творчості.....	22
2. Ретроспектива теми.....	
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напрямку (минулих і сучасних).....	27
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою.....	43
3. Творча розробка дизайну об'єкта проектування	
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування.....	50
3.2 Розробка варіантів творчих ідей.....	54
3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проектування.....	66
Висновки.....	68
Перелік джерел посилань.....	70
Додатки.....	71

ВСТУП

Плакати є невід'ємною частиною нашої візуальної культури. Вони ефективно комунікують повідомлення, привертають увагу та впливають на наші почуття та реакції. У цифрову епоху, коли вплив інформації набуває все більшого значення, дизайн плакатів стає важливою зброєю, яке дозволяє виділитись серед конкуренції та досягати максимального впливу на аудиторію.

Метою цієї дипломної роботи є розробка дизайну плакатів, який буде відповідати вимогам сучасності та забезпечувати максимальний ефект сприйняття. У цьому процесі ми будемо використовувати потужні інструменти та програми для дизайну, зокрема Adobe Illustrator, Adobe Photoshop та Adobe Photoshop Lightroom, які дозволять нам створити унікальні та захоплюючі плакати.

Дизайн плакатів має велике значення в рекламі, де його ціль - привернути увагу та зацікавити потенційних споживачів. Візуальний елемент грає ключову роль у створенні сильного першого враження та впливу на цільову аудиторію. Дослідження різних підходів до використання кольору, форми та композиції, типографіки та інших елементів дизайну плакатів може допомогти виявити ефективні методи залучення уваги та передачі повідомлення.

Застосування програм Adobe Illustrator, Adobe Photoshop та Adobe Photoshop Lightroom у дослідженні та створенні дизайну плакатів надасть можливість експериментувати з різними графічними ефектами, фільтрами, редакцією фотографій та створенням високоякісних візуальних елементів. Ці програми є потужними інструментами для дизайнерів, що дозволяють реалізувати свою творчу бачення та створити плакати, які викликають сильну емоційну реакцію та звертають увагу на повідомлення.

У даній роботі ми також розглянемо вплив цифрової епохи на дизайн плакатів. За останні роки цифрові медіа та соціальні мережі суттєво змінили спосіб, яким ми сприймаємо та споживаємо інформацію.

Дослідження зосередяться на таких ключових елементах дизайну плакатів, як використання кольору, композиція, типографіка, фотографії та ілюстрації. Ми дослідимо різні підходи та методи, які допоможуть нам створити плакати, що виражатимуть задуману концепцію та ефективно комунікуватимуть з цільовою аудиторією.

Актуальність цього дослідження полягає у тому, що дизайн плакатів залишається невід'ємною частиною реклами, мистецтва, культури та багатьох інших галузей. У контексті постійно зростаючої конкуренції та швидкого розвитку цифрових технологій, важливо розробляти плакати, які будуть вирізнятися та здатні ефективно спілкуватися зі своєю аудиторією.

У подальшому дослідженні ми плануємо аналізувати приклади успішних плакатів, проводити експерименти та тести для визначення найбільш ефективних підходів, а також розглянути можливості їх використання в різних сферах.

Висновки цієї дипломної роботи нададуть практичні рекомендації для створення впливових та естетично привабливих плакатів з використанням сучасних інструментів та програм дизайну. Дослідження спрямовані на збагачення нашого розуміння дизайну плакатів та покращення нашої вміння творчо використовувати їх потенціал.

1 ОБГРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ОБ'ЄКТА

1. Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта

Обґрунтування вихідних даних про плакат є важливою складовою дизайну, оскільки воно спирається на концептуальне мислення та аналіз цільової аудиторії. Вихідні дані допомагають сформуванню основних принципів та параметрів, які визначатимуть кінцевий вигляд плакату. Ось кілька обґрунтувань, які можуть бути включені:

1. Цільова аудиторія: Аналіз та визначення цільової аудиторії є ключовим етапом у створенні плакату. Розуміння вікової групи, інтересів, потреб та очікувань цільової аудиторії дозволить визначити відповідні стиль, тон та повідомлення, що максимально привернуть їхню увагу та спонукатимуть до дії.

2. Повідомлення та цільова мета: Вихідні дані мають містити чітко сформульоване повідомлення та цільову мету плакату. Наприклад, це може бути реклама продукту, запрошення на подію або просування певного послання. Обґрунтування вибору цього повідомлення та мети допомагає встановити напрямок та фокус дизайну.

3. Контекст використання: Важливо враховувати контекст, у якому плакат буде використовуватись. Наприклад, якщо це зовнішня реклама, плакат повинен бути чітким та легкозрозумілим навіть на великій відстані. Якщо це внутрішній плакат для виставки або галереї, його дизайн може бути більш творчим та експериментальним. Обґрунтування вибору конкретного контексту допомагає створити зручну та змістовну взаємодію з аудиторією.

4. Стиль та естетика: Розгляд стилю та естетики вихідного дизайну плаката допомагає визначити загальний вигляд та настрій плаката. Наприклад, це може бути сучасний та мінімалістичний стиль для привернення молоді аудиторії або винятковий та художній стиль для презентації мистецького проекту.

Обґрунтування вибору конкретного стилю дозволяє досягти консистентності та співвідношення з метою плакату. Збір та обґрунтування вихідних даних про плакат допомагають створити міцну основу для дизайну та розробити ефективну стратегію, яка відповідає потребам цільової аудиторії та досягає поставлених цілей.

Плакат - це форма візуального комунікаційного засобу, що поєднує текст, зображення та графічні елементи для передачі повідомлення або інформації широкій аудиторії. Це один з найпоширеніших засобів реклами, маркетингу, політичної пропаганди та культурного просування.

Плакати мають велике значення в різних контекстах. Вони можуть використовуватись для просування товарів і послуг, оголошення подій, передачі інформації, підтримки політичних кампаній, створення образу бренду, а також для вираження мистецької та культурної ідеї.

Плакати зазвичай мають привабливий дизайн, сильні візуальні ефекти, використовують колірну гармонію, ефективну композицію та типографіку, щоб привернути увагу та зацікавити глядачів. Вони можуть бути розміщені на вулицях, в громадських місцях, в транспорті, в магазинах або бути поширені в електронному форматі через соціальні мережі та інтернет.

Основна мета плакатів полягає в тому, щоб передати повідомлення чітко, ефективно та запам'ятовувано. Вони можуть заохочувати глядачів до певних дій, створювати емоційну зв'язок, викликати рефлексію або переконати у певній ідеї чи думці.

Створення успішного плакату вимагає уважного планування, розробки концепції, використання креативного дизайну та врахування особливостей цільової аудиторії. Плакати є потужним засобом впливу, який може викликати реакції, змінювати думки та мотивувати дії.

Існує ряд різних видів плакатів, які використовуються в різних сферах діяльності. Деякі з найпоширеніших видів плакатів включають:

1. Рекламні плакати: Ці плакати використовуються для просування

товарів, послуг або подій. Вони можуть містити зображення продукту, лозунги, інформацію про акції, контактну інформацію та інші деталі, що привертають увагу цільової аудиторії.

Рекламний плакат - це вид візуального медіа, що використовується для просування товарів, послуг або подій. Це великорозмірний друкований матеріал, який зазвичай розміщується на видимих місцях, таких як вулиці, торгові центри, станції громадського транспорту, або внутрішні приміщення, такі як магазини або театри.

Рекламні плакати мають бути візуально привабливими та ефективними в комунікації з аудиторією. Вони часто містять графічні зображення, лозунги, лаконічні текстові повідомлення та контактну інформацію. Інноваційний дизайн, виразні кольори та художні елементи допомагають залучити увагу та запам'ятатися глядачам.

Рекламні плакати використовуються як частина комплексної рекламної стратегії, яка включає інтернет-рекламу, телерекламу, радіорекламу та інші канали комунікації. Вони дозволяють брендам і підприємствам залучати увагу і спонукати споживачів до певних дій, що допомагає вплинути на ринок та забезпечити комерційний успіх. (рис.1.1)



Рисунок.1.1 - Приклад рекламного плакату

2. Культурні плакати: Ці плакати використовуються для просування культурних подій, таких як концерти, вистави, фестивалі, музейні виставки та інші культурні заходи. Вони можуть включати художні зображення, інформацію про подію, назву виконавця або художника, дату, місце проведення та інші деталі. (рис.1.2)

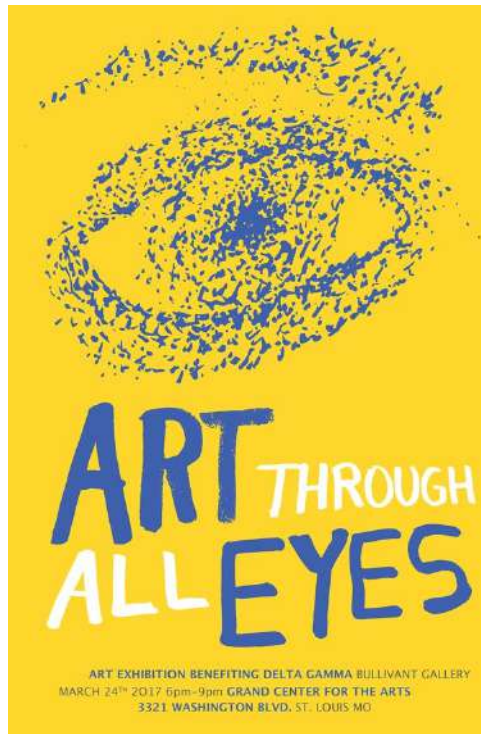


Рисунок.1.2 - Приклад культурного плакату

3. Політичні плакати: Ці плакати використовуються для вираження політичних поглядів, ідеологій, спонукання до дій або пропаганди певної політичної партії, кандидата, руху або суспільного питання. Він є інструментом політичної комунікації, спрямованим на вплив на громадську думку, залучення уваги громадськості та мобілізацію підтримки.

Політичні плакати часто мають сильні графічні елементи, щоб привернути увагу та передати повідомлення. Вони можуть включати яскраві

кольори, символи, ілюстрації, фотографії та графічні зображення, які сильно впливають на емоції та переконання глядачів.

Політичні плакати зазвичай мають короткі, потужні та запам'ятовувані повідомлення або слогани. Текст повинен бути лаконічним, зрозумілим та ефективно висловлювати ідеї чи позицію, яку бажають передати автори плакату.

Політичні плакати зазвичай мають підклик до дії. Вони можуть закликати до голосування, підтримки певного кандидата, участі у протесті або руху, звертатися до свідомості та активізувати громадську мобілізацію, можуть бути засобом передачі ідеології, політичних цінностей та поглядів. Вони можуть викликати емоції, заохочувати до роздумів та стимулювати дискусії щодо політичних питань.

Політичні плакати зазвичай розповсюджуються на публічних місцях, вулицях, майданах, в будівлях, на оголошувальних дошках тощо. Їхній широкий охоплюючий характер дозволяє досягти великої кількості людей та впливати на громадську думку.

Їх використовуються в політичних кампаніях, протестах, виборах та інших політичних контекстах для комунікації політичних ідей, залучення підтримки та зміни громадської думки. (рис.1.3)



Рисунок.1.3 - Приклад політичного плакату

4. Соціальні плакати: Ці плакати спрямовані на піднесення соціальних питань, свідомості про екологію, прав людини, безпеку на дорозі та інші важливі теми. Вони часто створюються з метою звернути увагу громадськості на проблеми та привернути суспільну увагу до них.

Соціальний плакат - це візуальний засіб комунікації, що використовується для поширення соціальних повідомлень, обговорення суспільних проблем, спонукання до дій або підвищення громадської свідомості щодо певних соціальних тематик. Його головна мета - залучити увагу глядачів до питань, які стосуються суспільства та покликати викликати емоції, змінити ставлення та спонукати до роздумів та дій.

Соціальні плакати можуть освітлювати широкий спектр проблем, серед яких:

1. Екологічні проблеми: Соціальні плакати можуть ставити на меті питання екології та природоохорони, наголошуючи на важливості збереження природи, енергоефективності, рециклінгу, зменшенні викидів та інших аспектах, пов'язаних зі збереженням навколишнього середовища.
2. Соціальна нерівність: Соціальні плакати можуть висвітлювати проблеми нерівності, бідності, бездомності, соціальної несправедливості та дискримінації. Вони можуть сприяти залученню уваги до соціальних проблем і підтримці програм і проектів, спрямованих на поліпшення соціальної ситуації.
3. Здоров'я та безпека: Соціальні плакати можуть ставити на увагу важливість здорового способу життя, профілактику хвороб, безпеку на дорогах, проблеми залежності від наркотиків та інших питань, пов'язаних із фізичним та психічним здоров'ям людей.
4. Громадська безпека: Соціальні плакати можуть ставити акцент на важливості громадської безпеки, боротьбі з насильством, торгівлею

людьми, злочинністю, захистом прав людини та іншими проблемами, що стосуються безпеки суспільства.

5. Культурне розмаїття: Соціальні плакати можуть підкреслювати важливість різноманітності культур, толерантності, поваги до прав людини, розбудови гармонійного багатокультурного суспільства.

Ці проблеми є лише деякими з багатьох тем, які можуть бути висвітлені у соціальних плакатах. Кожен плакат прагне змінити громадську свідомість та ставити актуальні питання перед громадськістю з метою покращення суспільства. (рис.1.4)

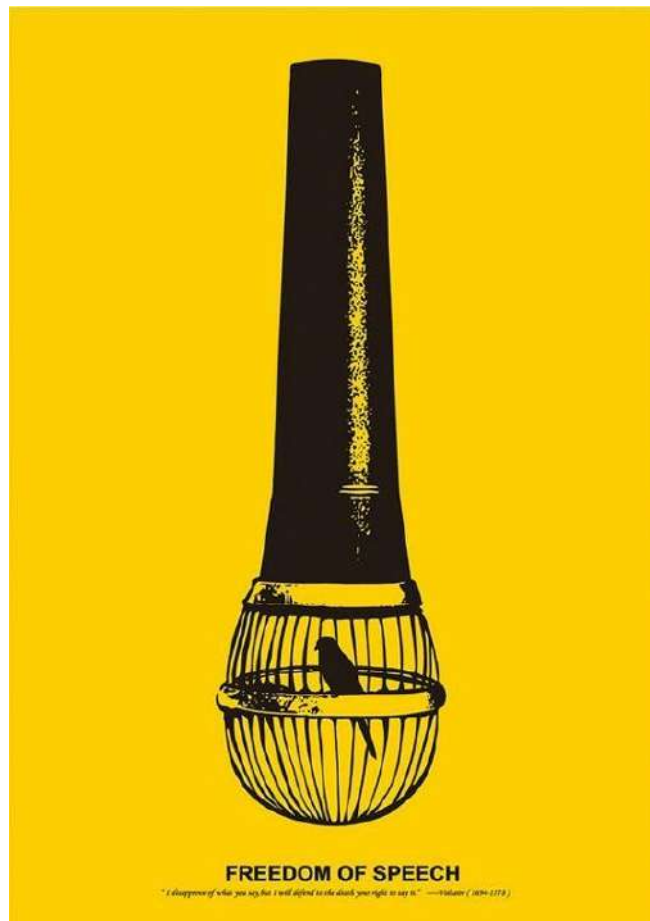


Рисунок.1.4 - Приклад соціального плакату

5. Інформаційні плакати: Ці плакати надають корисну інформацію, таку як карти, графіки, години роботи, правила безпеки, інструкції тощо. Вони

допомагають передати важливу інформацію глядачам у доступній та зрозумілій формі. Інформаційні плакати мають відповідати певним критеріям, щоб ефективно комунікувати інформацію та досягати своєї мети.

Ось деякі важливі характеристики, якими мають володіти інформаційні плакати:

1. **Чіткість та лаконічність:** Інформація на плакаті повинна бути зрозумілою та легко сприйматися. Використовуйте короткі фрази, ключові слова або символи, щоб передати головну ідею без зайвих деталей.
2. **Яскравість та контрастність:** Використовуйте яскраві кольори та контрастні комбінації, щоб залучити увагу та зробити інформацію більш помітною. Забезпечте високу читабельність тексту на тлі та використовуйте виділення для важливих деталей.
3. **Графічні елементи:** Використовуйте ілюстрації, фотографії, діаграми, графіки або інші графічні елементи, які допоможуть візуально підкреслити інформацію та зробити плакат більш привабливим.
4. **Організація інформації:** Розташуйте інформацію на плакаті логічно та зрозуміло. Використовуйте заголовки, підзаголовки, нумерацію або викладку у вигляді списків, щоб візуально розділити інформацію на блоки та полегшити сприйняття.
5. **Іконографіка та піктограми:** Використовуйте ікони або піктограми для швидкого передавання певних повідомлень або інструкцій. Вони можуть бути корисними для ілюстрації дій, процесів або інших важливих аспектів інформації.
6. **Інформативність:** Плакат повинен містити достатньо інформації для передачі основної ідеї, але не перевантажувати глядачів деталями. Виберіть найважливіші та найрелевантніші факти, щоб досягти максимального впливу.

7. Візуальна цілісність: Забезпечте гармонію між всіма елементами плаката - кольорами, шрифтами, зображеннями. Створіть впізнаваний стиль, який буде відповідати темі і залучати увагу.

Ці характеристики допоможуть вам створити інформаційний плакат, який буде ефективно комунікувати інформацію та привертати увагу аудиторії.

6. Мистецькі плакати: Ці плакати використовуються в мистецькому контексті, як засіб вираження художніх ідей та креативності. Вони можуть включати мистецькі зображення, візуальні ефекти, абстрактні форми та інші художні елементи для створення вражаючого візуального враження.

Мистецький плакат - це форма візуального мистецтва, що комбінує графіку, дизайн та мистецький вираз для створення вражаючих та емоційних зображень. Він використовується для промоції, виставок, концертів, театральних постановок, фільмів, музеїв та інших культурних подій.

Мистецькі плакати поєднують естетичність з комунікативними цілями, намагаючись привернути увагу глядачів і викликати в них різні емоції. Вони можуть використовувати різноманітні стилі, техніки та медіа, включаючи малюнок, живопис, фотографію, колаж, типографію та інші візуальні елементи.

Ці види плакатів представляють лише деякі з можливих варіантів, і вони можуть варіюватися залежно від конкретної ситуації, контексту і мети використання плакату.

Плакати є важливими засобами комунікації, які використовуються для передачі повідомлень, інформації та спонукання до дії. У світі дизайну та мистецтва існує різноманіття видів плакатів, кожен з яких має свою специфіку та мету.

Рекламні плакати стимулюють продаж продуктів і послуг, використовуючи привабливість та переконливість. Вони сприяють підвищенню свідомості та визнання брендів, залучаючи увагу цільової аудиторії.

Культурні плакати відображають мистецтво, культурні події та сприяють просуванню культурних цінностей. Вони виступають як засоби візуального виразу та промоції культурних подій, виставок, фестивалів та інших заходів.

Політичні плакати зосереджені на політичних питаннях, виражаючи погляди, ідеологію та протестування. Вони створюються для мобілізації громадської думки, залучення уваги до політичних проблем та актуалізації громадських дебатів.

Соціальні плакати прагнуть підняти свідомість про соціальні проблеми, сприяють зміні ставлення до глобальних питань. Вони фокусуються на проблемах середовища, громадського здоров'я, рівноправ'я, безпеки тощо, маючи на меті змінити світ на краще.

Інформаційні плакати надають зрозумілу та лаконічну інформацію про певну тему, послугу, продукт або подію. Вони служать як засоби швидкої та ефективної комунікації, надаючи глядачам необхідні факти та деталі.

Мистецькі плакати поєднують графіку, дизайн та мистецький вираз, щоб створити вражаючі та емоційні зображення. Вони використовуються для промоції культурних подій, виставок, концертів та інших мистецьких заходів, сприяючи їхньому визнанню та популярності.

Кожен вид плакатів має свою унікальну мету та специфіку, але всі вони використовуються як засоби комунікації та впливу на аудиторію. Незалежно від типу плакату, важливо створювати ефективні та привабливі дизайни, що викликають емоції та досягають поставленої мети.

1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкта

Плакат – це витвір мистецтва, різновид тиражної графіки. Сучасний плакат – це найчастіше поліграфічне виконання художнього оригіналу. Основні вимоги до плакату такі: плакат повинен сприйматися з великої відстані, бути помітним на фоні інших засобів візуальної інформації. Він увібрав у себе найкращі досягнення станкової та книжкової графіки, фотографії та

типографіки, а також є невід'ємною частиною візуальної культури, потужним засобом масової інформації та впливу на свідомість людей.

Кращі роботи українських майстрів відрізняють володіння всіма засобами плакатної виразності, висока графічна культура, розуміння кольору як змістовно-сміслового компонента плакатної композиції, органічна взаємодія зображення і шрифту. Український плакат досить вичерпно демонструє різноманітність його видів і жанрів – від соціальної тематики і плаката культурного до торгової реклами, листів з безпеки руху, кіно і театральних афіш.

У живописі, графіці «зміст» може не вичерпуватися власне зображенням, а як би залишати за площиною графічного листа якусь недомовленість, безліч глибоких асоціацій, народжуваних самою атмосферою твору, змістовністю, натхненністю мальовничій формі і т. п. Але плакату подібне протипоказано. Він повинен бути витлумачений глядачем тільки в одному напрямку; різночитань тут бути не може. І в цьому сенсі плакат одномірний. Так само як агітаційність і публіцистичність – його жанрова сутність. В іншому випадку – це не плакат. Звичайно, мається на увазі плакат соціально-громадської тематики. Концертні афіші чи театральні, які інтерпретують музику Баха або п'єси Лесі Українки, можуть бути по-різному прочитані і самим художником, і глядачем, який побачив ці плакати.

Зараз, що помітно з розвитком всього прогресивного світового плаката, він стає занадто зашифрованим.

Часом метафоричність, символічність і гіперболи настільки багатоскладні, що доводиться їх відгадувати як ребус, як загадку, тут складно побачити ідею. Чи корисно це плакату? Він завжди конкретний за темою, функціональний і простий, намагається переслідувати певну мету: застерегти, звернути нашу увагу, дати нам певну інформацію. Коли ж сенс плаката розпливчастий, це означає тільки те, що плакатист не знайшов для цієї теми єдино оптимального рішення.

Для створення плакату вам знадобиться наступне:

- Концепція: Спочатку вам потрібно визначити концепцію вашого плакату. Це включає розуміння мети плакату, його повідомлення та основних ідей, які ви хочете передати.

- Інструменти дизайну: Для створення плакату вам знадобиться доступ до програм дизайну, таких як Adobe Illustrator, Adobe Photoshop або інших графічних редакторів. Ці програми дозволять вам створити візуальні елементи, маніпулювати зображеннями, створювати текст та компоувати елементи плакату.

- Візуальні елементи: Зображення, графіка, фотографії та інші візуальні елементи є ключовими складовими плакату. Ви можете створити власні зображення або скористатися стоковими фотографіями та графічними елементами, щоб додати візуальний імпакт до вашого плакату.

- Кольори та шрифти: Вибір правильних кольорів та шрифтів може впливати на настрій, сприйняття та ефективність плакату. Виберіть кольорову палітру, яка відповідає вашій концепції та відображає бажані емоції. Виберіть шрифти, які читаються легко та підходять до загального стилю плакату.

- Текст та інформація: Визначте текст, який буде включений до плакату. Це може бути заголовок, підзаголовок, основне повідомлення, контактна інформація тощо. Впевніться, що текст зрозумілий, лаконічний та легко читається.

- Композиція та баланс: Розмістіть всі елементи плакату в збалансовану композицію. Розташуйте їх таким чином, щоб вони створювали зручний та привабливий вигляд. Розгляньте різні можливості розміщення елементів та їх взаємодію.

- Друкований або електронний формат: Врахуйте, яким способом ви збираєтеся представити свій плакат. Якщо ви плануєте друкувати плакат, зверніть увагу на роздільну здатність, формат та якість друку. Якщо це

електронний плакат, збережіть його відповідно до вимог формату та роздільної здатності.

Загальною метою при створенні плакату є створення впливового та ефективного дизайну, який привертає увагу аудиторії та передає необхідну інформацію. Ретельне планування, вибір відповідних інструментів, врахування вимог до візуальних елементів та організація тексту сприяють успішному створенню плакату.

Плакат має мати лаконічний та зрозумілий текст, який може бути підкріплений заголовком або підзаголовком, якщо це необхідно для повного розуміння інформації. Зображення або візуальна частина плакату є важливим елементом, який запам'ятовується найкраще. Розмір зображення залежить від цілей плакату, але зазвичай воно займає близько 40-50% від висоти формату. Гармонійне поєднання тексту та зображення є ключовим для створення ефективного плакату. Читабельність також має велике значення, тому текст повинен бути легко читатись і звертати на себе увагу. Необхідно уникати надмірного завантаження плаката зайвими об'єктами, щоб забезпечити чистоту та охайність дизайну.

Правила композиції в дизайні допомагають створити збалансовану, гармонійну і естетичну розстановку елементів на поверхні плаката. Ось кілька загальних правил композиції, які можна використовувати:

- Закон третин: Розділіть поверхню плаката на віртуальну сітку з трьома горизонтальними та трьома вертикальними лініями. Розташуйте ключові елементи плаката вздовж цих ліній або в їх перетині. Це допомагає створити баланс та цікаву композицію.

- Центральна композиція: Розташуйте основний об'єкт або повідомлення у центральній частині плаката. Це може бути ефективно для привертання уваги та створення фокусу на головному елементі.

- **Баланс:** Розподіліть візуальну вагу елементів рівномірно по плакату. Збалансуйте великі та малими елементами, світлі та темні кольори, щоб створити візуальний рівновагу.

- **Правило третинної лінії:** Розташуйте ключові елементи плаката вздовж вигнутих ліній, які поділяють плакат на третини горизонтально або вертикально. Це може додати рух і динаміку до композиції.

- **Використання ліній:** Використовуйте лінії (прямі, криві або діагональні) для відповідного напрямлення погляду глядача і створення потоку або руху на плакаті.

- **Простір:** Розташуйте елементи плаката таким чином, щоб залишалася достатня вільна простору між ними. Це дозволяє елементам дихати та забезпечує зручність сприйняття і читабельність.

- **Фокус:** Визначте головний елемент або центральну точку і приверніть до неї увагу за допомогою розміщення, кольору або контрасту.

Важливо пам'ятати, що ці правила композиції можна застосовувати як основу, але також можна експериментувати та відхилятися від них, щоб створити унікальний та цікавий дизайн плаката.

Акцент в дизайні плакату є ключовим елементом, який привертає увагу та визначає головний фокус повідомлення. Акцент може бути створений за допомогою розміщення, кольору, контрасту, форми або зображення. Важливо, щоб акцент був яскравим та виділявся від інших елементів плакату, щоб він зберігався в пам'яті глядача.

Застосування акценту допомагає зосередити увагу глядача на головному повідомленні плакату та створити сильний вплив. Він може бути використаний для підкреслення ключових слів, логотипу, зображення або будь-якого іншого елемента, який має велике значення для комунікації повідомлення.

При створенні акценту слід враховувати баланс та гармонію з іншими елементами плакату, щоб уникнути перевантаження або візуального суперечення. Він повинен бути розміщений стратегічно так, щоб привернути

увагу глядача, але не викликати незручностей або перешкоджати сприйняттю іншої інформації на плакаті.

Використання акценту допомагає зробити плакат привабливим та ефективним у передачі повідомлення. Він створює візуальну ієрархію, яка наводить порядок і структуру всередині дизайну плакату і сприяє кращому сприйняттю та запам'ятовуванню інформації.

Збільшення або зменшення контрасту може бути корисним для виділення або приховування елементів дизайну. Ви можете привернути увагу до певного об'єкта, використовуючи висококонтрастну палітру або підсилити ефект прозорості, зменшуючи контраст.

Повторення елементів дизайну допомагає підтримувати узгодженість і послідовність у макеті. Використання одних і тих самих шрифтів або графічних мотивів декілька разів надає вашому дизайну зв'язність і забезпечує перетік елементів між різними секціями.

Білий простір може підвищити чіткість і ясність вашого дизайну. Використання білого простору для збалансування більш насичених частин композиції допомагає дизайну "дихати". Важливо не заповнювати кожен ділянку білого простору, а використовувати його цілеспрямовано.

Будова елементів дизайну забезпечує послідовне і чітке вирівнювання, що допомагає створити порядок серед багатьох об'єктів. Вирівнювання особливо важливе, коли використовується багато зображень, тексту або графічних елементів.

Наслідуючи ці правила композиції, ви можете досягти більш збалансованого та ефективного дизайну плакату.

1.3 Джерело творчості

Джерело творчості - це те, що надихає та стимулює творчий процес. Це можуть бути різноманітні джерела і впливи, що надають нові ідеї, спонукають

до експерименту та розширюють межі творчого мислення. Джерелом творчості цієї серії плакатів є українські пісні.

Зв'язок музики і створення плакатів може бути досить цікавим і творчим процесом. Музика має великий потенціал впливати на емоції та настрої людей, а це може бути використано для створення ефектних та привабливих плакатів.

Один з основних способів, яким музика впливає на створення плакатів, полягає у передачі настрою або тематики через візуальні зображення. Композитори та музиканти можуть створювати музику, яка відображає певні емоції або концепції, а художники, в свою чергу, можуть використовувати цю музику як натхнення для створення плакатів. Музика може надихати на вибір кольорів, композиції, руху та інших елементів дизайну, які допомагають створити виразні та вражаючі плакати.

Крім того, музика може використовуватися під час самого процесу створення плаката. Вона може створювати атмосферу творчості та концентрації, допомагати художникам зануритися у свій творчий процес та передати певні настрої чи емоції через їх роботу.

В певних випадках музика може слугувати прямим джерелом інформації для створення плакатів. Наприклад, плакати, що рекламують музичні події або концерти, можуть використовувати елементи музичного запису, нотації або інструментів, щоб візуально передати суть події та привернути увагу глядачів.

Музика може впливати на створення плакатів шляхом надання настрою, натхнення для використання елементів дизайну, створення потрібної атмосфери під час творчого процесу, а також як прямий елемент візуального зображення на плакаті. Це дозволяє поєднати дві мистецькі форми і створити вражаючі та емоційно заряджені твори.

Українська музика почала свій розвиток з IX століття, коли формувалася Київська Русь. Вона охоплює різноманітні види музичного мистецтва, включаючи народну, професійну, академічну та популярну музику. Сучасна українська музика виявляється у багатосторонності та має своє визнання як в

Україні, так і за її межами. Вона продовжує розвиватися в народній та професійній традиціях і є предметом вивчення науковців.

Українська музика відрізняється музичністю та співучістю, які є характерними рисами українців. Музичні традиції на території сучасної України сягають прадавніх часів. Археологи виявили музичні інструменти, такі як тріскачки з бивнів мамонта, що мають вік близько 20 тисяч років, а також флейти, знайдені в Чернівецькій області, що належать до того ж періоду.

Фрески Софії Київської (XI століття) зображують музикантів, що грають на різних музичних інструментах, включаючи духові, ударні та струнні. Ці фрески свідчать про розмаїття музичної культури Київської Русі. У літописах згадуються співці Боян та Митуса, що датуються до XIII століття.

Первісне музикування мало синкретичний характер, поєднувало пісню, танець та поезію. Воно супроводжувало обряди, церемонії, ритуали та

трудовий процес. Музика та музичні інструменти виконували важливу роль у магічних заклинаннях, молитвах та оберегах. Вона служила захистом від негативних сил та забезпечувала родючість ґрунту та худоби.

У процесі розвитку музики почали виділятися солісти та заспівувачі. Елементи музичної виразної мови стали більш розпізнаваними. Поступово розширювався звуковий діапазон, і утвердилися кварта та квінта як природні межі підвищення та зниження голосу. Цей процес сприяв формуванню музичних систем, які в подальшому вплинули на формування національних рис у музичній мові.

На основі старовинних обрядових пісень можна зробити висновок про практику народної пісні, яка існувала у найдавніші часи на території України. Ці пісні відображають світогляд первісної людини та його ставлення до природи та природних явищ. Найбільш самобутній національний стиль представлений піснями центрального Придніпров'я, які мають характерну мелодійну орнаментику та вокалізацію голосних звуків. У Прикарпатті та

Карпатах сформувалися особливі пісенні стилі, такі як гуцульський і лемківський діалекти.

Сучасна українська музика розмаїта і включає різні жанри та стилі. Вона постійно розвивається та адаптується під впливом світових тенденцій, але також зберігає свої національні особливості.

Одним з популярних жанрів сучасної української музики є поп-музика. Вона характеризується легкими мелодіями, запальними ритмами та тексти, які відображають повсякденне життя, почуття та емоції. Відомі українські поп-виконавці, такі як Океан Ельзи, СКАЙ, НеАнгели, Марія Яремчук та інші, мають велику популярність як в Україні, так і за її межами.

Українська рок-музика також має значний вплив на сучасну музичну сцену. Багато українських рок-гуртів отримали визнання за кордоном. Серед них - "Воплі Відоплясова", "Скрябін", "Кому Вниз", "Океан Ельзи" та інші. Український рок характеризується енергійними гітарними рифами, соціально-політичною спрямованістю та глибокими текстами.

Фольклорна музика також має велике значення в сучасній українській музиці. Багато виконавців поєднують народні мелодії та інструменти з сучасними аранжуваннями. Це допомагає зберегти і відродити традиції української культури та музичної спадщини. Національні інструменти, такі як бандура, кобза, трембіта, часто використовуються в сучасних композиціях.

Крім того, українська електронна музика здобуває популярність, особливо серед молоді. Молоді музиканти та продюсери створюють електронні треки, міксуючи елементи українського фольклору з сучасними звуками та ритмами.

Сучасна українська музика є різноманітною та динамічною. Вона відображає сучасні реалії та поєднує українську спадщину зі світовими тенденціями. Це сприяє розвитку української культури та презентації її на міжнародній арені.

Сучасні українські пісні також можуть бути важливим джерелом творчості для багатьох людей. Вони відображають сучасне українське

суспільство, його проблеми, радості, страхи та надії. Ось декілька способів, як сучасні українські пісні можуть надихати на творчість:

- Тексти та теми: Сучасні українські пісні часто засвідчуються потужними текстами, які відображають актуальні проблеми суспільства. Це може включати політичні, соціальні, екологічні або особисті теми. Ці тексти можуть надихати на написання власних пісень або стати вихідною точкою для роздумів і обговорень.

- Музичні інновації: Сучасні українські пісні часто поєднують традиційні українські мотиви з сучасними жанрами та звучанням. Це може надихати на експерименти зі звуком, аранжуванням та музичними інноваціями.

- Ідентичність та національна гордість: Українські пісні часто виражають національну гордість, почуття ідентичності та прив'язаності до своєї культури та народу. Це може надихати на творчість, спонукаючи до вираження власної національної та культурної спадщини.

- Музична естетика: Сучасні українські пісні мають свою унікальну музичну естетику, яка може надихати на створення власної музики. Це можуть бути характерні мелодії, ритми, вокальні техніки або інструментальні аранжування, які можна використовувати як джерело творчих ідей.

Отже, сучасні українські пісні можуть бути джерелом натхнення для написання власних пісень, експериментів зі звуком та вираження своєї національної та культурної спадщини. Вони можуть стимулювати творчість та сприяти розширенню музичного горизонту.

2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напрямку (минулих і сучасних)

Перші плакати з'явилися у різних культурах і періодах історії. Однак, історичні документи про ці ранні плакати є обмеженими, і нам доводиться робити припущення щодо їхнього вигляду та функцій.

У Давньому Єгипті, наприклад, були знайдені плакати зображення фараонів, богів та релігійних церемоній. Ці плакати мали символічне значення і використовувалися для комунікації з божествами та підтримки релігійних обрядів.

Плакати використовувались для комунікації з божествами, підтримки релігійних обрядів та відображення влади фараона. Вони зображували фараонів у величному вигляді, їхніх божественних атрибутів та символіку. Ці плакати могли бути розміщені в храмах, святинях, гробницях та на інших святійших місцях.

Плакати у Давньому Єгипті були виконані вручну на різних матеріалах, таких як папірус, пергамент або стіни храмів. Вони часто мали колоритні малюнки та ієрогліфічний текст, який пояснював зображення та передавав релігійні послання.

Плакати у Давньому Єгипті мали велике значення для релігійного життя і комунікації з божествами. Вони відображали владу фараонів та їхнє сполучення з божественним світом. Крім того, плакати також могли мати інформаційний характер, оголошувати релігійні свята, церемонії та інші важливі події.

За допомогою плакатів у Давньому Єгипті передавалась релігійна та політична ідеологія, підтримувалась культова діяльність та стимулювався розвиток культури. Вони були способом візуалізації та поширення важливих релігійних та соціальних послань серед населення.

Хоча багато з ранніх плакатів з Давнього Єгипту було втрачено часом, але археологічні знахідки дозволили зберегти деякі з них. Вони слугували важливим джерелом для розуміння культури, релігії та суспільства Давнього Єгипту.

Перші плакати у Римській імперії виникли на початку республіканського періоду (509-27 роки до н.е.). Вони були використані для політичної та комерційної пропаганди, а також для оголошень та інформаційних цілей.

У ранніх часах плакати у Римі були зазвичай написані вручну на дошках або папірусі та розміщені на видних місцях, таких як форуми, майдани та публічні будівлі. Вони мали текстовий характер і містили оголошення про різноманітні події, звернення до населення та політичні заяви.

З розвитком римської цивілізації та технологічними досягненнями плакати стали більш складними та різноманітними. Вони отримали графічні елементи, такі як ілюстрації, символи та герби, які доповнювали текстову інформацію. Плакати стали важливим інструментом для передачі політичних, соціальних та релігійних повідомлень населенню.

Протягом імперського періоду (27 рік до н.е. - 476 рік н.е.) плакати в Римській імперії набули ще більшого значення та розмаху. Вони були використані для просування ідеології імператора, показу суспільного статусу та багатства еліти, а також для реклами товарів та послуг. Плакати розміщувалися на публічних будівлях, форумах, банкетних залищах та інших видних місцях.

Оскільки багато римських плакатів не збереглися, наша інформація про них базується на археологічних розкопках та знахідках, а також на літературних та історичних джерелах того часу. Деякі з найбільш відомих римських плакатів, які до нашого часу дійшли, відображають політичні події, спектаклі, гонитви, рекламу товарів та послуг.

Взагалі, плакати у Римській імперії відіграли важливу роль у передачі інформації, пропаганди та сприяли формуванню культурного середовища в той період.

У добу середньовіччя, плакати мали обмежене поширення, оскільки були вироблені вручну та використовувались переважно в релігійних цілях. Оскільки друкарська справа ще не була розвинена, плакати робилися вручну художниками та монахами, що обмежувало їхню кількість та доступність.

У Середньовіччі плакати зазвичай використовувалися для релігійних церемоній, ярмарків та інших масових подій. Вони мали за мету привернути увагу громадськості до релігійних свят, збору пожертвувань, пропагувати культ святих та інші духовні теми. Плакати часто зображували святі образи, релігійні символи та написи на латині або місцевих мовах.

Також у середньовічній Європі виникла практика розміщення публічних оголошень на плакатах, що містили закони, розпорядження та рішення місцевих властей. Ці оголошення виконували функцію інформування громадян про правила, податки та інші адміністративні питання.

Однак, варто зазначити, що плакати в середньовіччі не мали широкого поширення та впливу, порівняно з іншими мистецькими формами, такими як рукописи, вітражі та скульптура. Розвиток друкарської справи та поява книгодрукування змінили ландшафт дизайну та інформаційного спілкування в подальші періоди.

Розробка друкарських технологій у 15 столітті, таких як літографія і гравюра, сприяла подальшому розвитку плакатів. Вони стали доступнішими для масового використання і отримали широке поширення. Плакати стали важливим засобом комунікації, включаючи політичну пропаганду, рекламу товарів і послуг, анонси культурних подій і т. д.

З часом розвиток технологій друку, шрифтів, фотографії та графічних технік сприяв розмаїтості дизайну плакатів. Вплив культурних рухів, таких як арт-нуво, модернізм та поп-арт, також мав велике значення для розвитку стилю та естетики плакатів.

Розвиток плакатів був впливовий різними країнами та культурами протягом історії. Особливо значущий вплив мали Франція, Німеччина, Росія, США, Японія та Китай.

Розвиток плакату у Китаї.

Історія розвитку плакатів в Китаї має довгу та багатогранну історію, яка починається зі стародавніх часів і триває до сьогодення. Китайські плакати є важливою частиною культурного та мистецького спадщини Китаю.

Перші плакати в Китаї з'явилися в давньому періоді, близько 206 до н.е. - 220 н.е., під час династії Хань. Вони були використовувані для комунікації, реклами та поширення інформації. На початку плакати складалися з тексту, але з часом вони стали більш витонченими та включали графічні елементи.

Протягом історії Китаю, плакати були використовувані в різних сферах життя, включаючи політичну пропаганду, рекламу товарів, культурні заходи, освіту та релігійні церемонії. Вони відображали культурні, соціальні та політичні аспекти життя в Китаї. (рис.2.1)



Рисунок 2.1 - Плакати часів культурної революції

Одним із найбільш відомих періодів розвитку китайських плакатів є період культурної революції (1966-1976 рр.). Під час цього періоду плакати

стали потужним інструментом політичної пропаганди та мобілізації мас. Вони використовувалися для поширення ідеології Мао Цзедуна та культу особи, а також для активізації громадського руху "Червоних гвардій". Цей період був характеризований насиченими кольорами, графічними образами та політичними слоганами на плакатах.

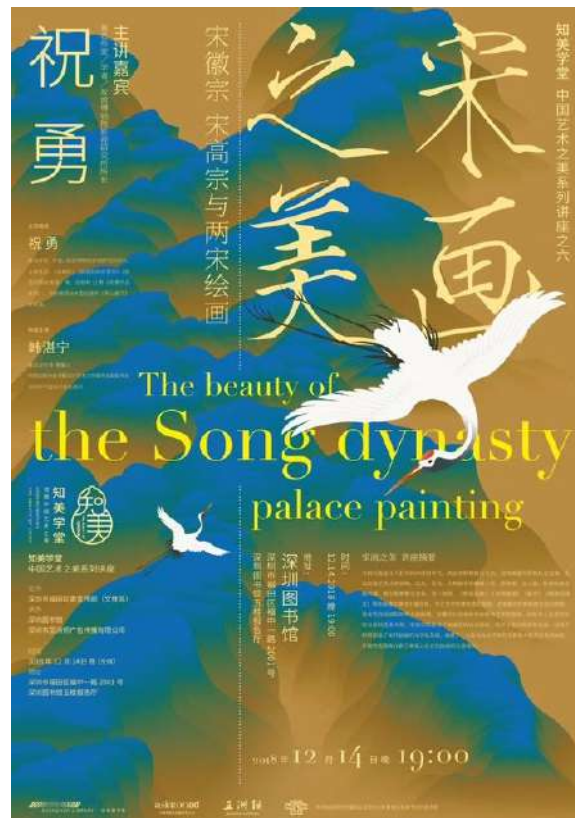


Рисунок 2.2 - Сучасний китайський плакат

У сучасному Китаї плакати залишаються важливим засобом комунікації. Вони використовуються як засіб реклами, політичної пропаганди, витворів мистецтва та культурного вираження. З'явилися нові технології та методи створення плакатів, такі як комп'ютерний дизайн та цифрова друкарська технологія, що дозволяє створювати більш складні та ефективні плакати. (рис.2.2)

Плакати в Китаї мають довгу історію та відображають особливості китайської культури та мистецтва.

Ось деякі особливості плакатів Китаю:

- Каліграфія: Китайська каліграфія має довгу традицію і використовується у багатьох аспектах китайського мистецтва, включаючи плакати. Каліграфічні знаки та символи часто використовуються для створення художніх композицій та передачі повідомлення.

- Мінімалізм: Китайські плакати часто характеризуються мінімалістичним стилем, в якому використовуються обмежена кількість кольорів та прості графічні елементи. Це дозволяє зосередитися на ключовому повідомленні та створює естетичну гармонію.

- Символіка та символізм: Китайська культура містить багато символів із глибоким значенням. Плакати використовують символіку, таку як знаки зодіаку, символи щастя, довголіття, миру тощо, щоб передати певні повідомлення та цінності.

- Художній реалізм: Деякі китайські плакати можуть мати художній реалістичний стиль, особливо коли йдеться про зображення людей, природи або історичних подій. Такі плакати використовуються для відтворення реалістичних сцен і передачі емоцій.

- Традиційні кольори: Колір має велике значення в китайській культурі, і плакати не виняток. Традиційні китайські кольори, такі як червоний, золотий, чорний і білий, часто використовуються для створення насичених та виразних плакатів.

Ці особливості відображають глибокі культурні та художні традиції Китаю і надають плакатам унікальний вигляд та відчуття. (рис. 2.2)

Історія розвитку плакатів в Китаї відображає культурні, соціальні та політичні зміни в країні протягом віків. Вони стали важливою складовою китайської мистецької традиції та спадщини, а їх вплив можна побачити як у сфері мистецтва, так і в соціальному та політичному контекстах.

Розвиток плакату у Японії.

Історія розвитку плакатів в Японії багата і цікава. Японські плакати, відомі як "укію-е" (укійо-е). Це традиційний японський мистецький стиль дереворитури та гравюри, що розквітав від XVII до XIX століття. Термін "укійо-е" буквально означає "зображення світу плинуцького життя" або "зображення мирського світу".

Укійо-е плакати використовувалися в Японії як засіб комерційної реклами, а також для популяризації театральних вистав, гейш та інших культурних подій. Вони стали популярними серед населення, особливо серед міського населення Едо (сучасний Токіо).

Укійо-е плакати відрізнялися своїм яскравим кольоровим дизайном, деталізацією та експресивними образами. Вони відображали японське повсякденне життя, включаючи красу жінок, героїв легенд та міфів, пейзажі, природу, історичні події та різноманітні сюжети. (рис.2.3)



Рисунок 2.3 - «Три красуні років Кансей» (Збірка «Квіти Едо», Кітагава Утамаро)

Найвідоміші майстри укійо-е, такі як Кітагава Утамаро, Кацушіка Гokusай та Утагава Хірошіге, створили безліч неперевершених творів мистецтва у цьому стилі. Їх роботи мали великий вплив на японську та світову мистецьку сцену, а укійо-е плакати стали символом японського графічного мистецтва.

У другій половині ХІХ століття плакати в Японії отримали новий імпульс розвитку з введенням літографії, що дозволило ширше поширення плакатів серед населення. У цей період плакати стали втілювати модерністські тенденції, вплив західного мистецтва, зокрема французького постерного мистецтва. Яскраві кольори, геометричні форми та експерименти з типографією стали характерними рисами японських плакатів цього періоду.

Розвиток плакатів у Японії тривав і після Другої світової війни. Виникла нова хвиля плакатного мистецтва, що відображала сучасні соціальні, політичні та культурні питання. Японські плакати стали використовуватися для пропаганди, реклами, політичних кампаній, а також як засіб вираження соціальних проблем та активізму. (рис.2.4)



Рисунок 2.4 - Плакат Ікко Танаки до вистави «5th Sankei Kanze Noh»

Сучасні японські плакати поєднують традиційні елементи з сучасними технологіями і стилями. Японські дизайнери та художники продовжують експериментувати з формою, кольором, композицією та графікою, створюючи унікальні твори мистецтва, які відображають сучасне японське суспільство та культуру.

Розвиток плакату у США.

Історія розвитку плакатів у США має довгу та різноманітну історію, яка починається в XIX столітті і продовжується до сьогодення. Особливо впливовим періодом для плакатного мистецтва у США є перша половина XX століття, коли відбулися значні зміни у суспільстві, політиці, культурі та рекламі.

На початку свого розвитку плакати в США використовувалися в основному для реклами товарів та послуг. Вони відображали стиль та естетику свого часу, використовуючи різні графічні техніки та стилістику. (рис.2.5)



Рисунок 2.5 - Плакат «Жіночий день», березень 1975 року

У період Першої світової війни та Другої світової війни плакати стали могутнім засобом пропаганди та мобілізації національного духу. Вони використовувалися для залучення рекрутів до армії, підтримки воєнних зусиль та збору коштів на військові потреби. Цей період був характеризований великими, яскравими та патріотичними плакатами.

У другій половині ХХ століття плакати стали виразником культурних та політичних рухів, таких як рух за громадянські права, фемінізм, протестування проти війни в'єтнамських і подібних. Це була ера плакатів, які спонукали до задуму, змушували задуматися та викликали соціальну свідомість. (рис. 2.5)

Вплив комп'ютерної графіки та цифрових технологій на розвиток плакатів у США був надзвичайно значущим. Із появою комп'ютерів та програмного забезпечення для графічного дизайну, митці та дизайнери отримали нові можливості для створення плакатів.

Однією з найважливіших переваг цифрових технологій є їх швидкість та ефективність. Митці можуть створювати плакати безпосередньо на комп'ютері, використовуючи графічні програми для малювання, компоновання та обробки зображень. Це дозволяє зберегти час, зусилля та ресурси, порівняно з традиційним ручним процесом створення плакатів.

Комп'ютерна графіка також дає більше можливостей для творчості та експериментації. Митці можуть використовувати широкий спектр цифрових інструментів, текстур, ефектів та фільтрів для створення унікальних та вражаючих візуальних елементів. Вони можуть легко маніпулювати кольорами, формами, пропорціями та композицією плакату.

Цифрові технології також розширили можливості розповсюдження плакатів. Завдяки Інтернету та соціальним мережам, плакати можуть швидко й ефективно поширюватися, досягаючи широкої аудиторії. Це надає можливість для більшої впливовості та комунікації з глядачами.

Також важливо відзначити, що цифрові технології дозволяють зберігати та архівувати плакати в електронному форматі, що сприяє їх збереженню та доступності для майбутніх поколінь.

У підсумку, вплив комп'ютерної графіки та цифрових технологій на розвиток плакатів у США є незаперечним. Вони надали митцям та дизайнерам нові інструменти та можливості для творчості, сприяючи створенню вражаючих та інноваційних плакатів.

Загалом, історія розвитку плакатів у США свідчить про їх роль у візуальному вираженні політичних, соціальних та культурних змін у суспільстві. Вони стали невід'ємною частиною американської культури та мистецтва, відображаючи індивідуальність та креативність митців.

Розвиток плакату у Німеччині.

Розвиток плакату у Німеччині має багату історію і є важливою частиною світової графічної традиції. Німеччина внесла значний внесок у розвиток плакатного мистецтва, починаючи з кінця XIX століття і протягом XX століття.

Один із перших відомих плакатних художників Німеччини - Луціан Бернхард (Lucian Bernhard), який створив знамените плакатне оголошення для фірми "Призма" у 1906 році. Його стиль характеризувався простотою, яскравими кольорами та використанням графічних елементів для залучення уваги глядачів. (рис.2.6)

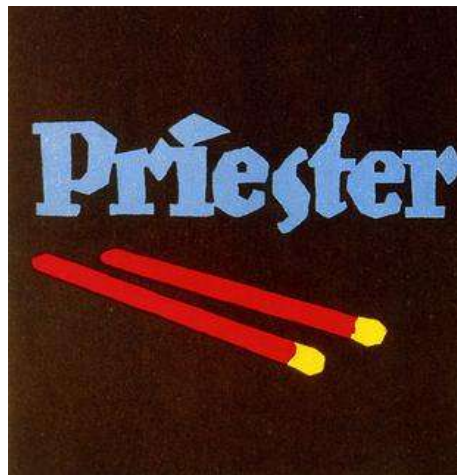


Рисунок 2.6 - Постер Бернхарда для матчів Прістера

У 1920-1930-х роках у Німеччині розвивалися різні стилі плакатного мистецтва, зокрема експресіонізм та конструктивізм. Експресіоністські плакати характеризувалися емоційністю, експресивними кольорами та нестандартними композиціями. Конструктивістські плакати використовували геометричні форми, абстракцію та новаторські композиції.

Протягом періоду Веймарської Республіки (1919-1933), плакатне мистецтво в Німеччині розквітло. Знаменитий баухаус (Bauhaus) сприяв розвитку новаторських дизайнерських підходів, а художники, такі як Герберт Байєр (Herbert Bayer) та Лазло Мохолі-Надь (László Moholy-Nagy), внесли значний внесок у сучасну графіку та плакатне мистецтво. (рис.2.7)

У другій половині ХХ століття в Німеччині розвивалися різні напрямки плакатного мистецтва, включаючи мінімалізм, поп-арт та постмодернізм. Німеччина також славиться своїми плакатними фестивалями та виставками, такими як Міжнародний фестиваль плакату у Любеку та Берлінський фестиваль плакату.



Рисунок 2.7 - Лазло Мохолі-Надь, «Заздрість»

Зворотній зв'язок з американськими, російськими та іншими культурами мав великий вплив на розвиток плакатного мистецтва в Німеччині. Наприклад, вплив американського поп-арту і масової культури в 1960-х роках став помітним в німецькому плакатному дизайні. Цей період характеризувався використанням яскравих кольорів, графічних образів з реклами та масової культури, а також використанням комерційних елементів для привернення уваги глядачів.

У період після Другої світової війни плакатне мистецтво у Німеччині також використовувалося як засіб політичної пропаганди. Зокрема, у Східній Німеччині (НДР) плакати були важливим інструментом комуністичної пропаганди та масової мобілізації. Часто плакати пропагандували соціалістичний ідеал, зображуючи працівників, колгоспників та символи пролетарської боротьби.

У багатовимірному сучасному контексті плакатне мистецтво в Німеччині продовжує розкривати широкий спектр тематик та стилів. Художники використовують традиційні та сучасні техніки, включаючи ручний малюнок, фотографію, комп'ютерну графіку та інші цифрові технології. Це дозволяє створювати інноваційні та вражаючі дизайни, які відображають сучасні тенденції та спілкування з глядачем.

Загалом, розвиток плакату в Німеччині відзначається інноваційністю, технічними досягненнями та творчим підходом до дизайну. Німецькі плакати часто відображають соціально-політичні питання, культурні події та комерційні оголошення, а їх стиль та якість виконання є визнаними на міжнародному рівні.

Розвиток плакату у Франції.

Франція відіграла важливу роль у розвитку плакатного мистецтва і вважається однією з його народжувальних країн. Історія плакату у Франції сягає XIX століття, коли плакати стали широко використовуватися для реклами театральних вистав, книг, продуктів та інших товарів.

Великий вплив на розвиток плакатного мистецтва у Франції мав арт-нуво, художній стиль, який панував у кінці XIX - початку XX століття.

Арт-нуво (також відомий як ар-нуво або арт-нуво) - це художній стиль, який зародився в кінці 19-го століття, особливо популярний в період з 1890 до 1910 року. Цей стиль має свої коріння в європейському мистецтві та архітектурі, а його назва в перекладі з французької означає "нове мистецтво".

Арт-нуво відрізняється від попередніх стилів того часу своєю органічною, криволінійною формою та використанням природних, рослинних мотивів. Художники арт-нуво намагалися поєднати мистецтво, ремесло та архітектуру в єдину гармонійну синтезовану форму.

Арт-нуво вплинуло на багато галузей мистецтва, включаючи живопис, скульптуру, графіку, архітектуру, дизайн і прикладне мистецтво. Його стильові рішення можна бачити в багатьох відомих будівлях, предметах меблів, предметах побуту та графічних роботах того періоду.



Рисунок 2.8 - Плакат першої власної виставки Мухи в «Салоні ста»

Арт-нуво мав значний вплив на розвиток плакатного мистецтва в Франції. Він надавав нові інноваційні підходи до дизайну плакатів, поєднуючи художність і рекламу. Французькі художники, такі як Альфонс Муха, Тулуз-Лотрек, Жюль Шере та інші, стали знаменитими своїми роботами в стилі арт-нуво в плакатному мистецтві. (рис. 2.8)

Основні характеристики арт-нуво, такі як органічні форми, природні мотиви та естетичний підхід, знайшли своє відображення в плакатних роботах цього періоду. Арт-нуво плакати були відмінними від традиційних рекламних зображень свого часу, які використовували прямі лінії і прості форми. Замість цього, арт-нуво плакати використовували гнучкі, криволінійні лінії і елегантні кольорові палітри.

Плакати в стилі арт-нуво відображали різноманітні теми, включаючи театральні постановки, виставки, концерти, продукти, парфуми та інші товари. Вони часто використовували привабливі жіночі фігури, віддзеркалюючи естетику і сенсуальність стилю.

Арт-нуво плакати стали візитною карткою цього художнього стилю, їхній вплив виходив далеко за межі реклами. Вони привертали увагу глядачів своєю граціозністю, елегантністю та естетичною привабливістю. Ці плакати були важливим кроком у розвитку графічного дизайну та реклами, а також внесли свій внесок у формування сучасного плакатного мистецтва.

У 1920-х роках у Франції народився стиль афішізм, який характеризувався використанням яскравих кольорів, геометричних форм, абстракції та виразності. Цей стиль досліджував нові техніки та ідеї в плакатному дизайні, що зробило його важливим моментом у розвитку плакату. (рис 2.9)

У другій половині ХХ століття французькі художники, такі як Жан-Мішель Фольон, Раймонд Савінак та Жан Пол Готьє, принесли свіжий підхід до плакатного мистецтва. Вони поєднали традиційні техніки з

експериментами у дизайні, використовували фотографію, ілюстрацію та комп'ютерну графіку, щоб створити вражаючі та емоційні плакати. (рис.2.9)



Рисунок 2.9 - Роберт Бонфілс, плакат для виставки

Сьогодні у Франції плакати залишаються важливим засобом комунікації та використовуються в різних сферах, включаючи культуру, політику, спорт, соціальні кампанії та багато інших. Французькі художники продовжують експериментувати зі стилями, техніками та новими технологіями, щоб створювати впливові та запам'ятовувані плакати.

2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою

Плакати на основі музики є цікавим проявом взаємодії музики та візуального мистецтва. Вони можуть бути створені як рекламні матеріали для концертів, фестивалів або альбомів, або як незалежні твори мистецтва, які візуалізують атмосферу, текст або настрій певної пісні чи музичного жанру.

Плакати на основі музики можуть мати різні стилі та естетику, залежно від творчого підходу художника. Вони можуть використовувати зображення музикантів, музичні інструменти, музичні символи або абстрактні елементи, щоб відтворити настрій та емоції музики.

У таких плакатах часто використовуються візуальні елементи, що пов'язані з конкретним жанром музики. Наприклад, плакати на основі рок-музики можуть мати енергійні кольори, графічні елементи гітар, вогню або розриву, виражаючи силу і драйв музики. Плакати на основі джазу можуть мати графічну естетику відтворювати ритмічність та імпровізацію цього жанру.

Важливо зазначити, що плакати на основі музики можуть бути створені як професійними художниками та дизайнерами, так і любителями, які виражають свої почуття та інтерпретації музики через візуальне мистецтво.

Ці плакати відображають унікальну співвідношення між музикою та візуальним мистецтвом, дозволяючи зрозуміти та відчувати музику через візуальний досвід. Вони можуть бути цікавим додатком до музичних подій або просто виражати наше сприйняття та зв'язок з улюбленою музикою.

Багато художників створюють плакати на основі музики, оскільки це дає їм можливість поєднати два види мистецтва - музику та візуальне мистецтво. Декілька відомих художників, які спеціалізуються на створенні плакатів на основі музики, включають:

Філіпп Друїллет (Philippe Druillet) - відомий французький художник, коміксист та дизайнер, який вніс значний вплив на дизайн, особливо в жанрі

фантастичного та науково-фантастичного мистецтва. Він відомий своїми психоделічними та футуристичними ілюстраціями, які мають надзвичайно складні деталі, яскраві кольори та виразний стиль.

Друїллет став піонером в графічному стилі психоделічного коміксу в 1960-х роках. Його роботи відображали експериментальні форми, абстракцію, геометричні мотиви та високу деталізацію, що віддзеркалювало психоделічну культуру того часу. Він також використовував багато фантастичних та науково-фантастичних елементів у своїх роботах, створюючи ілюстрації, які були як естетично привабливі, так і емоційно навантажені.

У своїх роботах Друїллет часто використовує міфологічні символи, футуристичні ландшафти та геометричні форми. Він відтворює містичність, силу та фантастичну естетику у своїх ілюстраціях, створюючи вражаючі візуальні світи. (2.10)

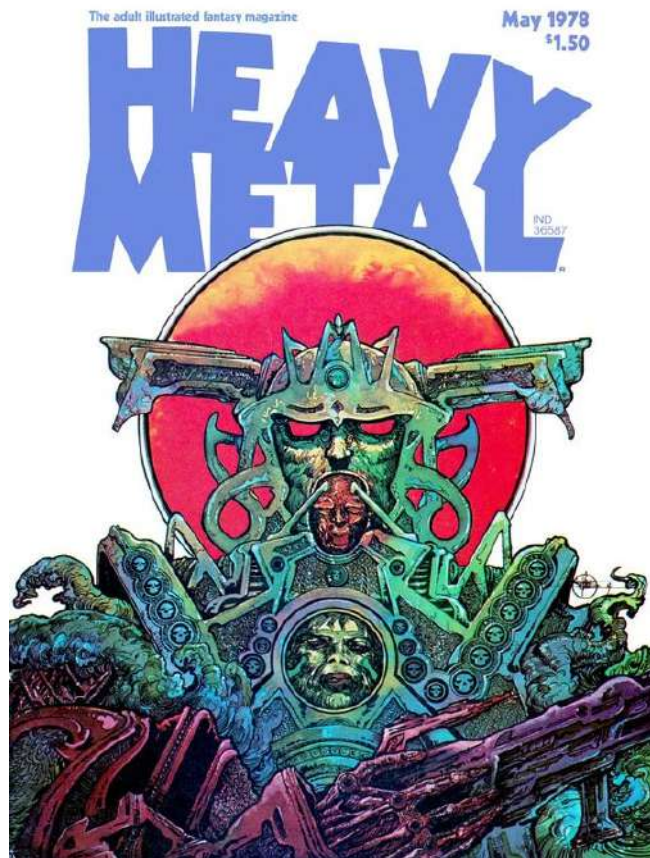


Рисунок 2.10 - Плакат Філіппа Друїллета

Вплив Друїлле на дизайн простежується не тільки в коміксах, але й у візуальних медіа, включаючи музичні плакати та обкладинки альбомів. Його унікальний стиль вплинув на багатьох художників та дизайнерів, які прагнуть експериментувати з формами, кольорами та абстракцією.

Філіпп Друїлле продовжує активно працювати і до сьогодні творить свої визначні роботи. Його внесок у дизайн та візуальне мистецтво залишається значним, а його стиль впізнаваним та впливовим у сучасній культурі.

Стенлі Маусон (Stanley Mouse) - американський художник, відомий своїми внесками у психоделічний дизайн, зокрема створенням плакатів для музичних гуртів, зокрема Grateful Dead. Він співпрацював з іншим відомим художником Альфредом Келлі (Alton Kelley), і разом вони створили численні іконічні рок-плакати та логотипи, що стали візитною карткою психоделічної епохи.



Рисунок 2.11 - «Скелет та троянди», Стенлі Маусон

Роботи Маусона відрізняються психоделічним стилем та використанням яскравих кольорів, заплутаних ліній, деталізованих мотивів та складних графічних композицій. Його плакати втілюють дух тогочасної контркультури та музичного руху 1960-х років.

Одним з найвідоміших робіт Маусона є плакат "Skeleton and Roses" для гурту Grateful Dead. Цей плакат став символом самого гурту та його фанатів. Він включає у собі складну композицію з мотивами черепів, троянд та психоделічних візерунків. (рис. 2.11)

Стенлі Маусон також відомий своїми роботами для інших гуртів, таких як Big Brother and the Holding Company, Steve Miller Band та Quicksilver Messenger Service. Його творчість відбиває енергію та експериментальний дух музики, з якою він співпрацював.

Вплив Маусона на дизайн і мистецтво виявляється у створенні візуально захоплюючих та символічних робіт, які до сьогодні є частиною культурної спадщини психоделічного руху 1960-х років.

Емек (Emek) - відомий американський художник-постерист, який вирізняється своїм унікальним стилем та творчим підходом до створення плакатів. Його роботи часто асоціюються з рок-музикою та альтернативною культурою.

Основні риси творчості Емека включають високу деталізацію, витончений лінійний малюнок та використання психоделічних елементів. Він вміло поєднує графічні образи, символи та тексти, створюючи незабутні візуальні композиції.

Емек відомий своїми соціально-політичними плакатами, які висловлюють його погляди на різні соціальні та екологічні питання. Він активно використовує свої роботи, щоб піднести на увагу проблеми довкілля, соціальну справедливість та мир.

Також Емек співпрацював з численними музичними гуртами і музикантами, створюючи плакати для їхніх концертів та фестивалів. Він

створив незабутні роботи для гуртів, таких як Pearl Jam, The Flaming Lips, Radiohead, Pixies та багатьох інших. (рис. 2.12)

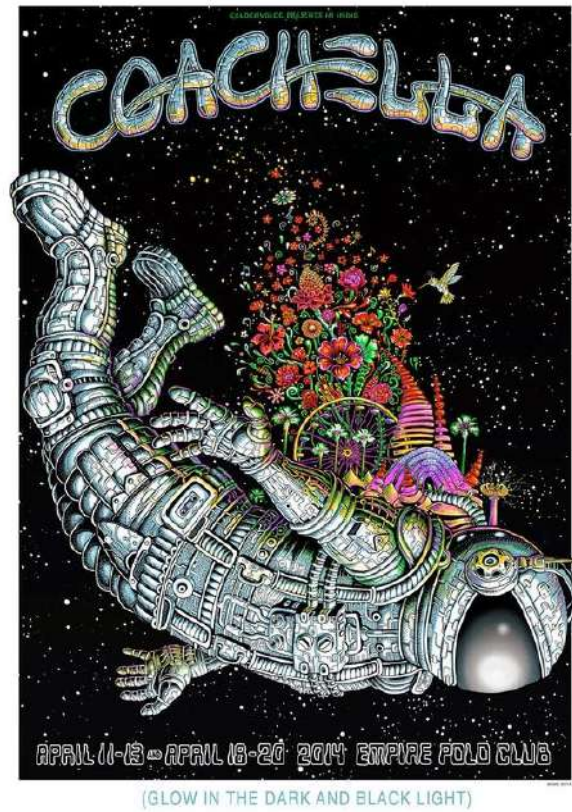


Рисунок 2.12 - Постер для Коачелла-фест, Емек

Творчість Емека є впливовою в сучасному дизайні плакатів та графічному мистецтві. Його роботи відзначаються оригінальністю, характерним стилем та сильним виразом, що робить їх впізнаваними та цінними для шанувальників його творчості.

Боб Масс (Bob Masse) - відомий канадський художник-постерист, який набув популярності завдяки своїм психоделічним плакатам для рок-гуртів та музичних подій, зокрема у 1960-х роках.

Боб Масс народився в 1947 році в Канаді. На його творчість сильно вплинула музика та контркультурна сцена 1960-х років. Він сам був шанувальником рок-музики того часу і був активно залучений до створення візуальних елементів для музичних виступів.

Свої перші плакати Масс створював для концертів у маленьких клубах та кав'ярнях у Ванкувері, де він проживав. Згодом його роботи почали набувати популярності, і його плакати поширювалися на багато великих музичних подій того часу. (2.13)

Характерним елементом творчості Боба Маса є його унікальний манер розташування тексту, використання каліграфічних елементів та ефектів "випалення". Він також експериментував з різними техніками друку, включаючи ситодрук та літографію, щоб створити багатий та живий кольоровий спектр у своїх роботах.



Рисунок 2.13 - Плакат на 50-річчя творчості Джорджії Стрейт, Боб Масс

Згодом Масс переїхав до Сан-Франциско, де продовжив свою роботу з плакатами для рок-гуртів та музичних фестивалів. Його роботи були великою частиною психоделічного руху Сан-Франциско тогочасної ери "Літньої Любові" (Summer of Love) і Хайт-Ашбері (Haight-Ashbury).

Творчість Боба Масс має важливе місце в історії дизайну плакатів. Його роботи вирізняються не тільки естетикою психоделії, але й вмінням передати дух епохи та музичного руху. Він продовжує створювати нові роботи і досі, а його плакати залишаються цінними колекційними екземплярами серед шанувальників рок-музики та графічного мистецтва.

Творчість Боба Масс відрізняється використанням яскравих кольорів, фантастичних мотивів та характерним психоделічним стилем. Його плакати включають у себе замкнені в собі візуальні світи, де зустрічаються мотиви природи, містики, музики та психоделії.

Роботи Боба Масс стали важливою частиною поп-культури тогочасного руху, а його плакати широко розповсюджувалися та збиралися фанатами музики та колекціонерами. Його творчість залишається впливовою в сфері дизайну плакатів, особливо в жанрі психоделії, і його роботи досі захоплюють своєю витонченістю та виразністю.

Загалом, багато художників, які працюють у галузі графічного дизайну, мистецтва або ілюстрації, знаходять натхнення в музиці та створюють плакати, які відображають сутність пісень і музичну культуру. Це дозволяє поєднати дві форми мистецтва і передати сильні емоції, які виникають від музики, через візуальну мову плакату.

3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЕКТУВАННЯ

Під час переддипломної практики було створено шість плакатів на тему "Популярні українські пісні". В процесі розробки було проведено дослідження за вихідними даними та здійснено історичний огляд ретроспективи дизайну плакатів. Для створення плакатів були враховані вимоги до оформлення, особливості їхнього створення, гармонійне колірне рішення та форми шрифту для написів. Було розроблено кілька варіантів плакатів, вибрано підходящі шрифти та кольорову гаму.

3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування

Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування є важливим етапом у розробці плакатів. Для успішного вибору концепції потрібно враховувати різні фактори, такі як цільова аудиторія, повідомлення, яке має бути передане, а також контекст та характеристики проекту.

Перед початком проектування плакатів слід провести детальне дослідження та аналіз цільової аудиторії. Важливо визначити, для кого будуть створені плакати, їхні інтереси, потреби та очікування. Це допоможе зрозуміти, який стиль, кольори, графічні елементи та загальна концепція привернуть увагу та ефективно передадуть повідомлення.

Крім аудиторії, необхідно визначити головну ідею або повідомлення, яке потрібно передати за допомогою плакатів. Чи є цільова повідомлення інформативним, рекламним, освітнім або артистичним? Яка емоція або реакція має викликати плакат у глядачів?

Контекст та характеристики проекту також впливають на вибір концепції дизайну. Наприклад, якщо плакати призначені для виставки чи культурного заходу, можна обрати стиль, що відповідає тематиці події. У разі рекламних

плакатів для продукту або послуги важливо враховувати брендові елементи та залучити увагу цільової аудиторії.

Після аналізу всіх цих факторів, можна вибрати концепцію дизайну, яка найкраще відповідає поставленим завданням. Обґрунтування вибору концепції має включати пояснення того, як саме обрана концепція відповідає цілям проекту, як вона передає повідомлення та взаємодії з цільовою аудиторією.

При аналізі сучасних тенденцій у дизайні плакатів можна визначити наступні художньо-композиційні особливості. Один з найпопулярніших підходів - використання плакатів з домінуючим зображенням, що займає приблизно 60-70% площі поверхні. Якщо потрібно вмістити декілька зображень, можна виділити одне головне, а решту розмістити в менших розмірах у блоковому вигляді. Хоча ці цифри є орієнтовними, оскільки розмір зображення може варіюватись від 85% до дуже маленького, в цьому випадку роль головного поля в композиції набуває особливого значення.

Частина плаката, що містить зображення, може бути реалістичною фотографією або мальованим образом - це залежить від теми та задуму автора. Вибір ідеї, стилю та створення образу плаката є ключовими етапами. Потім розпочинається робота над композицією, в результаті якої досягається єдність, цілісність та гармонія всіх її елементів. На цьому етапі зазвичай випробовуються безліч варіантів розміру та розташування тексту, заголовків, ілюстрацій та фірмових блоків. Виконання цих завдань за допомогою комп'ютера виявляється особливо зручним.

Особлива увага приділяється заголовку, який є головним елементом, що привертає увагу глядача. Заголовок повинен бути коротким і, якщо можливо, займати один рядок. Тематичний текст може бути розташований у будь-якому місці плаката, хоча найчастіше він займає приблизно 10-15% його площі. Фірмовий знак зазвичай не перевищує 10-15% площі плаката і часто розташовується у нижній його частині, хоча можливі й інші варіанти розташування.

Дотримання традиційних прийомів дизайну дозволяє створити якісний твір, проте необхідно пам'ятати, що несподівані рішення часом можуть привести до набагато цікавіших результатів. Дозволяючи експериментувати та застосовувати новаторські підходи, можна надати плакату унікальність та привернути більше уваги до нього.

Сьогодні все більш поширеними стають використання психологічних прийомів сприйняття інформації, що вимагають від глядача інтелектуальної активності та спонукають до осмислення та запам'ятовування відображеного. Залучаючи сучасні технології спрямованого сприйняття оточуючого світу у процесі створення плаката, дизайнери поступово створюють атмосферу, спрямовану на зміну настрою глядача, працюють більш цілеспрямовано, спонукаючи до відчуття необхідних емоцій і включення у двосторонній комунікативний процес.

Зрозуміло, що ці психологічні прийоми, незважаючи на їх універсальність, не можуть бути застосовані механічно, оскільки вони змінюються в залежності від місця і практичної мети плаката. Кожен плакат вимагає від дизайнера своїх особливих підходів і враховує специфічні вимоги, будь то малий плакат для невеликої поверхні або величезний, що розміщується на зовнішній стіні будівлі, або плакат, призначений для внутрішнього приміщення.

Було розроблено комплект плакатів на тему «Популярні українські пісні». Виконуючи редакторський аналіз початкової інформації було сформульовано вимоги до майбутнього поліграфічного видання та визначено його концепцію.

Комплект плакатів призначений для ознайомлення із сучасними українськими виконавцями та їх творчістю. Плакати спрямовані надихати, спонукати та розвивати свої творчі здібності та проявляти креативність. Крім того, вони несуть оздоблювальний характер.

Вони не тільки стимулюють творчу і розумову діяльність, а й прикрашають простір привабливим дизайном. Це досягається поєднанням

яскравих кольорів, які легко привертають увагу молоді. При початковому створенні комплекту плакатів було використано кольори, базуючись на емоційній складовій пісень.

Плакати були створені за допомогою графічного редактора Adobe Illustrator, який є професійним інструментом для створення та редагування векторної графіки, розробленим компанією Adobe. Початково програма була розроблена для комп'ютерів Apple Macintosh у 1985 році. Зараз вона входить до складу пакету Creative Cloud, який пропонує користувачам можливість підписки на програми Adobe з використанням хмарних технологій через інтернет.

Останнім випущеним версією Adobe Illustrator є Illustrator CC 2022, яке було представлено 26 жовтня 2021 року. Це 25-те покоління продукту, що входить до лінійки Adobe Illustrator. У 2018 році журнал PC Magazine визнав Adobe Illustrator найкращою програмою для редагування векторної графіки.

Adobe Illustrator є однією з найпопулярніших та найвикористовуваних програм для роботи з векторною графікою. Вона має широкі можливості для створення і редагування графічних об'єктів, що засновані на математичних формулах, що дозволяє зберігати векторну графіку високої якості і масштабувати її без втрати роздільної здатності.

Adobe Illustrator надає широкий спектр інструментів для малювання, редагування шляхів, створення форм, застосування кольорів та текстур, маніпулювання об'єктами та їх атрибутами. Крім того, вона підтримує використання шарів, що дозволяє організувати елементи проекту в окремі структурні шари для зручного управління.

Програма має розширені можливості роботи з текстом, включаючи різні шрифтові налаштування, текстові ефекти та перетворення тексту в контури. Крім того, Adobe Illustrator підтримує імпорт та експорт різноманітних форматів файлів, що дозволяє легко обмінюватися графічними роботами з іншими програмами та платформами.

Завдяки своїм багато-функціональним можливостям та інтуїтивному інтерфейсу, Adobe Illustrator є популярним інструментом серед графічних дизайнерів, художників, ілюстраторів та інших професіоналів, які працюють з векторною графікою. Вона використовується для створення логотипів, плакатів, брошур, ілюстрацій, веб-дизайну та багатьох інших графічних проектів.

Наприклад, важливо відзначити, що зростаюча популярність плакатів в онлайн-середовищі також впливає на їх дизайн. Інтернет надає безліч нових можливостей і інструментів для створення привабливих та сучасних плакатів. Таким чином, користувачі мають змогу експериментувати з візуальними ефектами, використовувати анімацію та інтерактивність для створення більш захоплюючих та вражаючих дизайнів.

Загалом, оглядаючи новітні методи проектування в дизайні плаката, можна зробити висновок, що вони повинні бути застосовані, щоб плакати в Україні виглядали привабливо та сучасно. Нові технології, креативність та унікальність дизайну важливі для того, щоб привернути увагу глядачів і передати потрібні повідомлення. Застосування інноваційних підходів і експериментування з новими ідеями дозволяють створювати вражаючі та ефективні плакати, які будуть відповідати вимогам сучасності та задовольняти потреби цільової аудиторії.

3.2 Розробка варіантів творчих ідей

При розробці варіантів творчих ідей для плакатів, дизайнери мають можливість експериментувати з різноманітними концепціями і рішеннями. Основна мета полягає в тому, щоб створити унікальну, запам'ятовувальну та ефективну графічну комунікацію.

Один з підходів полягає у використанні великого домінуючого зображення, яке привертає увагу та створює сильний емоційний вплив на

глядачів. Це може бути візуально вражаюче фото, художня ілюстрація або графічний елемент, який передає основну ідею плаката.

Також варто розглянути використання концепції мінімалізму, де простота та мінімальна кількість елементів візуально привертають увагу до основного повідомлення. Чисті лінії, прості форми та мінімальне використання кольорів можуть створити сучасний та стильний вигляд плаката.

Також можна експериментувати з різними типографічними рішеннями, використовуючи різні шрифти, їх розміри, розташування та стиль для створення визначального елемента плаката. Правильно підібраний шрифт може викликати певні асоціації та передати настрій або тематику плаката.

Крім того, варто звернути увагу на використання кольорів, які можуть впливати на емоційний стан глядачів і передавати певні повідомлення. Кольорова гама може бути яскравою та енергійною, стриманою та серйозною або гармонійною та збалансованою, в залежності від тематики плаката та його цільової аудиторії.

Нарешті, необхідно брати до уваги контекст та специфіку плаката. Враховуючи, де буде використовуватись плакат (наприклад, на вулиці, в приміщенні або в інтернеті), дизайнер може врахувати розмір, пропорції та особливості місця розміщення, щоб плакат максимально ефективно передавав своє повідомлення.

Розробка творчих ідей для плакатів - це процес, в якому дизайнер може використовувати свою уяву, експериментувати з різними елементами та знаходити інноваційні способи передачі інформації. Важливо залишатися відкритим до нових ідей і вдосконалювати свої навички, щоб створювати привабливі та сучасні плакати, які ефективно спілкуються з глядачами.

Було розроблено комплект плакатів на тему «Популярні українські пісні». Виконуючи редакторський аналіз початкової інформації було сформульовано вимоги до майбутнього поліграфічного видання та визначено його концепцію.

Комплект плакатів призначений для ознайомлення із сучасними українськими виконавцями та їх творчістю.

Плакати спрямовані надихати, спонукати та розвивати свої творчі здібності та проявляти креативність. Крім того, вони несуть оздоблювальний характер. Вони не тільки стимулюють творчу і розумову діяльність, а й прикрашають простір привабливим дизайном. Це досягається поєднанням яскравих кольорів, які легко привертають увагу молоді. При початковому створенні комплекту плакатів було використано кольори, базуючись на емоційній складовій пісень.

Khrystyna Soloviy

ЮНІСТЬ



Ukrainian Pop, 2022

Рисунок 3.1 - Плакат до пісні «Юність» - Христина Соловій

Для плакату «Юність» було розроблено 3 ілюстрації метеликів. Метелик як символ юності на плакаті має глибокий сенс і передає різні аспекти цього періоду життя. Метелик є перетворенням гусениці, яке символізує процес зростання, перетворення і трансформації, що є невід'ємною частиною юності.

Вони мають витончені крила, що символізують легкість, грацію та свободу, які часто пов'язують з юністю. (рис.3.1)

Також метелики зображений в русі, підкреслюючи енергію та динаміку молодих людей. Наприклад, метелик може перелітати над квітами або полем, що відображає прогрес, рух і розквіт юності.

Крім того, метелик має символічне значення в контексті юності. Він може втілювати надію, нові початки і можливості, що часто асоціюються з цим періодом життя. Метелик може стати втіленням молодих людей, які розкривають свій потенціал, розмахуючи крилами і впевнено летять у світ.

Загалом, метелик як символ на плакаті про юність передає елементи перетворення, краси, легкості та надії, що пов'язані з цим періодом життя. Він викликає почуття оптимізму, прогресу та можливостей для молодих людей, надихаючи їх на саморозвиток і досягнення власних мрій.

Фото було оброблене у графічній програмі - Adobe Photoshop Lightroom.

Lightroom може працювати як зі стисненими форматами зображень, так і з форматом RAW, а також підтримує DNG. Робочий простір програми складається з двох бічних панелей, між якими розташовуються оброблювані знімки. У лівій панелі знаходяться загальні дії, такі як навігація по комп'ютеру та застосування шаблонів. У правій панелі відбувається точне налаштування.

У Lightroom є функція, що дозволяє порівнювати оригінальне або зразкове зображення з його редагованою версією. Це дозволяє користувачеві бачити візуальну різницю між початковим і зміненим варіантами зображення.

Для текстової частини плакату було обрано шрифт - Orchidea Pro Medium.

Шрифт Orchidea Pro Medium є відмінним вибором для плакатів. З його допомогою можна створити ефектний та професійний дизайн, що приверне увагу глядачів. Orchidea Pro Medium має середню товщину, що забезпечує читабельність тексту на плакаті, а його стильний і елегантний вигляд додасть особливого шарму інформації, що передається. Цей шрифт можна використовувати для заголовків, підзаголовків або основного тексту на плакаті, створюючи злагоджений і привабливий дизайн. Завдяки своїй універсальності і гнучкості, Orchidea Pro Medium може вдало вплинути на загальний вигляд плакату і допомогти досягти бажаного ефекту і комунікації з аудиторією.



Рисунок 3.2 - Плакат до пісні «Обійми» - The Hardkiss

Плакат «Обійми» – це творчий вираз, що візуалізує важливе і значуще поняття обіймів. Цей плакат має на меті передати почуття тепла, близькості та любові, які виникають під час обіймів. (рис.3.2)

Головним елементом плаката є зображення двох людей, які обіймаються. Це можуть бути дружина та чоловік, друзі, родичі або навіть незнайомі люди.

Кольорова палітра плаката є теплою і затишною, використовуючи відтінки червоного, ці кольори асоціюються з теплотою, любов'ю та комфортом.

Композиція плаката є збалансованою та привабливою. Важливо було створити гармонію між зображенням, кольорами та текстом, щоб передати емоції і звернути увагу глядачів.

Плакат про обійми має викликати почуття тепла, привертати увагу до значущості обіймів у нашому житті та надихати на близькість і любов.

Шрифт *Caviar Dreams Bold* - це стильний та виразний шрифт, який може бути чудовим вибором для плакатів. Використання цього шрифту додасть вагомості та елегантності до дизайну.

Caviar Dreams Bold має сильний характер з гострими кутиками та виразними лініями. Його заголовки та текст будуть виділятися на плакаті, привертаючи увагу глядачів. Шрифт має чудову читабельність, що робить його ідеальним для передачі інформації та повідомлень на плакаті.

Завдяки своїй графічній силі, *Caviar Dreams Bold* може бути використаний для створення великих заголовків, акцентованих слів чи фраз, що привертають увагу. Цей шрифт підходить для різних тематик плакатів, від концертів та вистав до рекламних акцій та спортивних подій.

Використання *Caviar Dreams Bold* на плакаті може створити сильний візуальний ефект та додати харизми до дизайну. Варто використовувати його з розумінням композиції та балансу, забезпечуючи належну читабельність та відтворення тексту.

Загалом, Caviar Dreams Bold - це шрифт, який забезпечить плакату сильний і стильний вигляд, підкреслюючи важливість та вплив повідомлення, що ви хочете передати.



Рисунок 3.3 - Плакат до пісні «Квітка» - Океан Ельзи

Для плакату «Квітка» був розроблений ескіз квітки та розглянуті різні варіанти кольорового вирішення плакату.

Плакат зображує велику, красиву квітку, що центрально розташована і привертає увагу глядачів. Квітка відображається в яскравих, живих кольорах, що надає плакату виразного та енергійного вигляду. (рис.3.3)

Плакат відтворює сильну емоційну ауру, що пронизує цю пісню. Квітка стилізована у вигляді гармонійного поєднання яскравих кольорів, що символізують життєву силу, енергію та красу.

Головною ідеєю плакату є передача внутрішнього світу, який розкривається через текст пісні. Зображення може відтворювати ніжність та крихкість квітки, що відбиває хрупкість людських почуттів, яку описує пісня.

Використання шрифту, який відображає енергію та виразність, може доповнити плакат та підкреслити його емоційну силу.

Основна мета плаката полягає в тому, щоб він викликав бажання послухати пісню "Квітка" гурту "Океан Ельзи" та відчути всю її силу та глибину. Він має створити атмосферу та зробити враження на глядача, зацікавити його та підтвердити виразність та силу музики гурту.

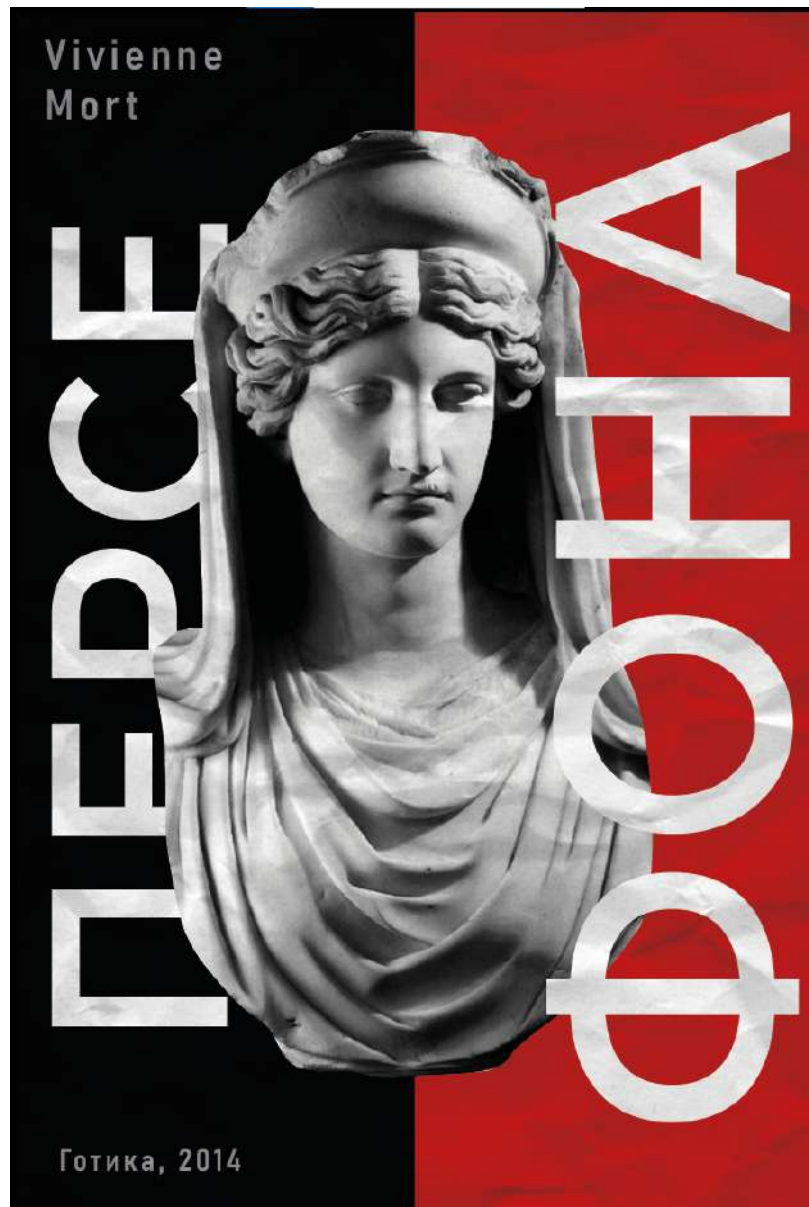


Рисунок 3.4 - Плакат до пісні «Персефона» - Vivienne Mort

«Персефона» - це пісня гурту Vivienne Mort, яка інспірована міфологічною історією про богиню Персефону. У міфології Персефона є дочкою Зевса та Деметри, богині плодючості і землі. Вона стала королевою підземного світу після того, як була викрадена самим підземним богом Гадесом.

Плакат до пісні «Персефона» відтворює елементи з міфологічної історії, створюючи темну і драматичну атмосферу. Зображення Персефони є центральним елементом плаката. (рис.3.4)

Колорит плаката темний і містичний, з використанням відтінків чорного та червоного, що створюють атмосферу підземного світу та таємничості.

Шрифт має виразність та драматичність, що відображає емоційність пісні. Текст виконаний у вишуканому і стилізованому шрифті, який відображає античний характер історії.

Головна мета плаката - передати емоційність, загадковість та міфологічну сутність пісні "Персефона". Він має привернути увагу глядача та створити інтригу, посилаючи його на прослуховування цієї потужної композиції.



Рисунок 3.5 - Плакат до пісні «Стіни» - Один в каное

Плакат до пісні «Стіни» - Один в каное відтворює емоційну і тематичну сутність цієї композиції, створюючи враження сили, співчуття і рефлексії. Основна ідея плаката полягає в тому, щоб передати сенс пісні, який може бути пов'язаний з самотністю, незрозумінням, втратою або навіть внутрішньою боротьбою. (рис. 3.5)

Кольорова палітра плаката приглушена використовуючи відтінки сірого, чорного та білого, щоб відтворити атмосферу задумливості та містичності. Можна також використовувати контрастні кольори, які підкреслюють напруження та суперечливість.

Зображення на плакаті зображений силует людини, яка відображає самотність та відокремленість. Ілюстрація може бути виконана в стилі абстракції або містити символічні елементи, що відтворюють психологічні аспекти пісні.

Шрифт на плакаті є виразним і стислим, підкреслюючи заголовок пісні або певні фрази, які є ключовими в тексті. Можна використовувати шрифт, який відтворює емоційність і настрій пісні.

Головна мета плаката - привернути увагу глядача та передати суть пісні. Він повинен викликати відчуття самотності, підняти питання індивідуальності та боротьби, а також заохотити слухачів дослухатися до цієї музики з глибоким розумінням та відчуттям.



Рисунок 3.6 - Плакат до пісні «Відьми» - Balkon

Плакат до пісні «Відьми» гурту Balkon втілює містичну, таємничу та загадкову атмосферу цієї композиції. Основна ідея плаката полягає в тому, щоб передати сенс пісні, який пов'язаний з магією, жіночою силою та внутрішнім вогнем. (рис.3.6)

Кольорова палітра плаката є темною та насиченою, використовуючи відтінки темних кольорів, чорного та коричневого, щоб створити атмосферу таємниці та драматичності. Можна також використовувати яскраві акцентні кольори, які підкреслюють силу і виразність.

Зображення на плакаті може включати символ відьомства, магічний танець.

Шрифт на плакаті може бути виразним, фантастичним та загадковим, відтворюючи заголовок пісні або певні фрази, які є ключовими в тексті. Можна

використовувати шрифт, який має елементи ескізного малюнка або напису, підкреслюючи магічну ауру.

Головна мета плаката - привернути увагу глядача та передати суть пісні «Відьми». Він повинен викликати відчуття таємниці, пробуджувати інтерес та зацікавленість слухачів до внутрішнього світу і сил жіночої енергії.

3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проектування

Розробка головної ідеї дизайну об'єкта проектування є важливим етапом, який визначає концепцію і характер всього проекту. Це обґрунтування передбачає вибір і розробку основних елементів, які втілюють ціль і специфіку проекту. Основне завдання - створити концептуальне рішення, яке відображає цілі, цінності і атмосферу проекту.

Обґрунтування головної ідеї дизайну об'єкта проектування базується на детальному аналізі і розумінні потреб і вимог замовника або цільової аудиторії. Воно враховує функціональні, естетичні, ергономічні, психологічні та інші аспекти, що впливають на успішне виконання проекту.

Створення плаката, який би відповідав сучасному стильному та довговічному дизайну, є викликом, оскільки тенденції у дизайні змінюються щороку, а плакати зазвичай використовуються протягом тривалого періоду. Для вирішення цієї проблеми було прийнято рішення виділити головні риси та тренди і пристосувати їх до вибраних цілей.

Під час розробки плакатів було використано різноманітні підходи та елементи дизайну, з метою створення привабливих та ефективних рекламних продуктів. Основні принципи дизайну, такі як композиція, читабельність, використання кольорів та шрифтів, були враховані для створення збалансованих та привертаючих увагу плакатів.

Кожен плакат мав свою унікальну концепцію та спрямованість. Розроблені плакати до пісень і музичних композицій передавали їхню емоційну

суть та створювали відповідну атмосферу. Було звернуто увагу на використання підходящих графічних елементів, колористики та композиційного рішення для кожного плаката, щоб вони відповідали своїй музичній тематиці.

Також враховувалися актуальні тенденції у сучасному дизайні, проте головним пріоритетом було передати основну інформацію та зацікавити цільову аудиторію. Застосування градієнтів, кольорів, шрифтів та інших елементів дизайну сприяло створенню візуально привабливих та зрозумілих плакатів.

ВИСНОВКИ

У ході дипломної бакалаврської роботи було виконано усі завдання і досягнуто головної мети.

Плакат є художнім засобом агітаційної інформації, який має за мету привернути увагу людей до певної події і закликати населення прийняти участь в певній справі. При створенні збалансованої композиції плакату необхідно дотримуватись базових принципів дизайну. Серед них важливі такі як однозначність та синхронність сприйняття образу, лаконічність, читабельність текстових елементів, а також систематизованість групування і розміщення графічних елементів.

Однозначність плакату передбачає чітке і однозначне тлумачення як загального зображуваного образу, так і окремих елементів композиції. Лаконічність досягається за допомогою виразних графічних зображень, які швидко і легко сприймаються глядачем. Текстова складова повинна бути зрозумілою та читабельною, містити цікаву та коротку фразу, що привертає увагу.

Елементи шрифтової композиції на плакаті повинні бути систематизовані таким чином, щоб вони послідовно сприймалися згідно з задумом дизайнера. Принцип синхронності передбачає відповідність естетичних систем реципієнта та дизайнера. Для досягнення цього плакат повинен відображати актуальні питання, відповідати сучасним уподобанням і вимогам.

Загалом, використання цих принципів допомагає створити ефективний плакат, який здатен захопити увагу глядача та спонукати його до певних дій чи реакцій.

Під час виконання дипломної роботи було проведено дослідження про плакат як один з основних видів друкованої рекламної продукції, його структуру та типи, а також логотип як основний графічний елемент рекламних

матеріалів. Була вивчена історія виникнення плакату у різних країнах, зокрема було детально розглянуто внесок Філіппа Друїлле та Стенлі Маусона.

Досліджено ретроспективи дизайну плакатів, це дозволило виявити значний розвиток цього мистецького напрямку протягом вікової історії. Від перших плакатів давнього Єгипту та Римської імперії до плакатів середньовіччя та сучасних творів, плакати стали важливим засобом комунікації та вираження ідеї.

Плакати розроблені в рамках переддипломної практики, відповідають вимогам щодо оформлення та естетичних критеріїв. Варіанти дизайну плакатів були розроблені з урахуванням індивідуальних особливостей теми, з використанням гармонійного колірної рішення, зручного розташування тексту та ілюстрацій.

Загальною метою дипломної роботи було вивчення еволюції плакатного дизайну, аналіз українських плакатів на тему "Популярні українські пісні" та розробка варіантів творчих ідей для плакатів. Завдяки проведеному дослідженню та практичній роботі, було досягнуто поставленої мети та отримано цінний досвід у галузі плакатного дизайну.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Hans Sachs. "The Modern Poster" (Сучасний плакат). [Електронний ресурс] - Режим доступу: [The modern poster](#) (дата звернення: 15.06.2023).
2. Margaret Timmers "The Power of the Poster" (Сила плаката). [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://archive.org/details/powerofposter0000vict/page/n9/mode/2up> (дата звернення: 12.06.2023).
3. Paul Grushkin. "The Art of Rock: Posters from Presley to Punk" (Мистецтво року: плакати від Преслі до Панка). [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://e-pdf.net/download/4739557-the-art-of-rock-posters-from-presley-to-punk> (дата звернення: 25.05.2023).
4. Rosalind Ormiston. "Art Nouveau Posters: Masterpieces of Art" [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://masterpdf.pro/download/4330427-impressionists-posterbook-hors-collection> (дата звернення: 20.05.2023).
5. Ruth E. Iskin. "The Poster: Art, Advertising, Design, and Collecting, 1860s-1900s". [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://www.academia.edu/25491571/Introduction_to_The_Poster_Art_Advertising_Design_and_Collecting_1860s_1900s (дата звернення: 20.05.2023).
6. Timothy Cheek. "Propaganda and Culture in Mao's China: Deng Tuo and the Intelligentsia" [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0920203x9801300115> (дата звернення: 25.05.2023).
7. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. пр. : наук. зап. Рівнен. держ. гуманіт. ун-ту / Рівнен. держ. гуманіт. ун-т. – Рівне: РДГУ, 2000.
8. Вікіпедія, плакат. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Плакат> (дата звернення: 11.05.2023).
9. Даниленко В.Я. Дизайн України в європейському вимірі. - ХХ ст. – Київ-Феніус, 2012. – 32 с.

10. Еллен Лаптон, Дженніфер Коул Філліпс. Графічний дизайн нові основи. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.people.ku.edu/~jeshe1lh/gd_new_basics.pdf (дата звернення: 27.05.2023).
11. Косів В.М. Графічний дизайн як візуальна мова. Проблеми спілкування. - Вісник Львівської академії мистецтв, ст. 190-194, 1999.
12. Кулакова А. Геометрія в веб-дизайні і створення абстракції в Photoshop. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://wayup.in/blog/geometry-in-web-design-and-abstractioncreate-in-photoshop> (дата звернення: 05.05.2023).
13. Малиновський В. Значення соціального плакату. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://artkipdm.kosiv.org.ua/2013/05/25/904/> (дата звернення: 05.05.2023).
14. Рубер Г. Г. Плакат як різновид образотворчого видання. Загальна характеристика - Київ: Мистецтво, 1994. — 328 с.
15. Сбітнєва Н. Ф. Історія графічного дизайну: навч. посіб. Харків : ХДАДМ, 2014. 224 с.
16. Соболев О. Графіка і монохромне зображення. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://dveimperii.ru/articles/grafika-i-monohromnoe-i-zobrazhenie-tvorchestvo-chast-vtoraya> (дата звернення: 02.05.2023).
17. Хмельовський О. Графіка і основи графічного мистецтва: навч. посібник / О. Хмельовський, С. Костукевич. — Луцьк : вид-во ЛДПУ, 2003. — 160 с.
18. Шевченко В. Композиція плаката : навч. посіб. / В. Шевченко. — Харків : Колорит, 2004. — 123 с.
19. Є. Онацький. Українська мала енциклопедія. Плакат. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0006040> (дата звернення: 02.06.2023).
20. Яковлев М. І. Нариси з історії українського дизайну ХХ ст. Передмова до зб. статей / за заг. ред. М. І. Яковлева. Київ: Фенікс, 2012. 3–5 с

21. Яців Р.М. Львівська графіка / Р. М. Яців. — Київ : Наукова думка, 1992.
— 119 с.

ДОДАТОК А

РОЗРОБКА ЕСКІЗІВ ДО ПЛАКАТІВ

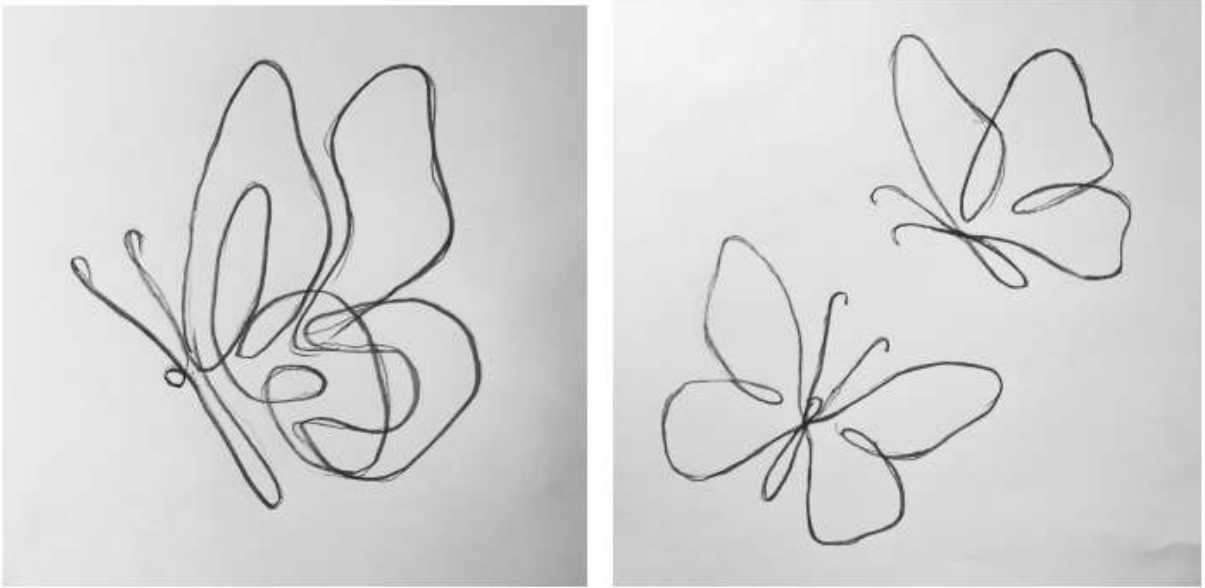


Рисунок А.1 - Розробки ескізів до плакату «Юність»



Рисунок А.2 - Розробка ескізу до плакату «Квітка»



Рисунок А.3 - Розробка ескізу до плакату «Обійми»

ДОДАТОК Б

ВАРІАНТИ ДИЗАЙНУ ПЛАКАТІВ



Рисунок Б.1 - Варіанти шрифтів до плакату «Обійми»

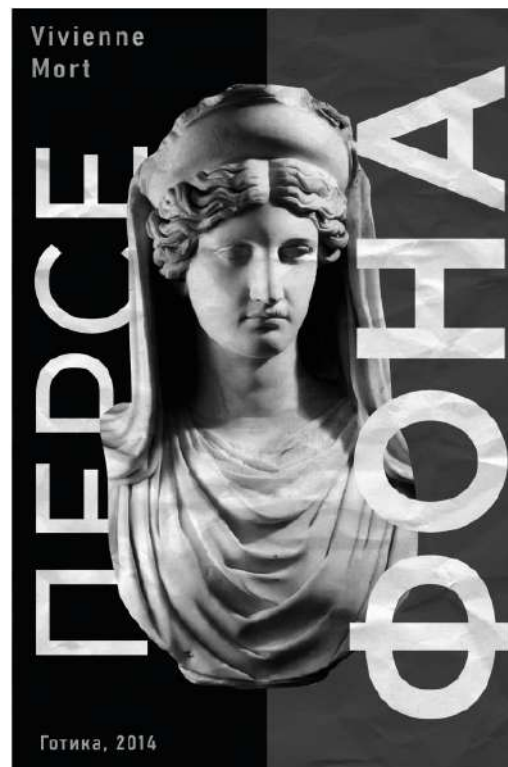


Рисунок Б.2 - Варіант іншої кольорової гами та жирності шрифту плакату
«Персефона»



Рисунок Б.3 - Варіанти іншої кольорової гами для плакату «Квітка»