

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ О.А. Бобарчук
«_____» _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 186 «ВИДАВНИЦТВО ТА ПОЛІГРАФІЯ»

Тема: «Макет серії плакатів «Життя під час війни» для Полошківської школи І-ІІІ ступенів»

Виконавець _____ студентка групи ВП-415 Крупеня Поліна Юріївна
(студент, група, прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____ к.п.н., доцент Матвійчук-Юдіна Олена Василівна
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Нормоконтролер:

(підпис)

_____ С.М. Гальченко
(ПІБ)

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

Спеціальність 186 «Видавництво та поліграфія»

(шифр, найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

О.А. Бобарчук

« _____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Крупеня Поліна Юріївна

(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Макет серії плакатів «Життя під час війни» для Полошківської школи І-ІІІ ступенів» затверджена наказом ректора від «31» березня 2023 р. № 441/ст.

2. Термін виконання роботи: з 22.05.2023 р. по 25.06.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи:

- персональний комп'ютер;
- ілюстративний матеріал;
- текстовий матеріал.

4. Зміст пояснювальної записки: Теоретичні дані та основи макетування плакатів. Специфіка проектування інформаційних плакатів про війну. Практична реалізація макету серії плакатних видань «Життя під час війни» для Полошківської школи І-ІІІ ступенів.

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: Макет серії плакатів «Життя під час війни» для Полошківської школи І-ІІІ ступенів, презентація PowerPoint, рисунки та таблиці.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Ознайомитись з вихідними даними	22.05.2023 – 23.05.2023	
2.	Провести аналіз літератури за темою завдання	23.05.2023 – 27.05.2023	
3.	Розглянути теоретичні засади фірмового стилю та розробки плакатів	28.05.2023 – 29.05.2023	
4.	Розробити дизайн-концепцію видання	29.05.2023 – 30.05.2023	
5.	Здійснити вибір програмного забезпечення для розробки видання	30.05.2023 – 31.05.2023	
6.	Здійснити підготовку текстової та графічної складової видання	31.05.2023 – 02.06.2023	
7.	Провести верстку макета видання	02.06.2023 – 08.06.2023	
8.	Розробити електронну версію видання. Здійснити вибір поліграфічного обладнання	09.06.2023 – 14.06.2023	
9.	Підготувати презентаційний матеріал	15.06.2023 – 18.06.2023	

7. Дата видачі завдання: «22» травня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис керівника)

Матвійчук-Юдіна О.В.
(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання

(підпис випускника)

Крупеня П.Ю.
(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи Макет серії плакатів «Життя під час війни» для Полошківської школи I-III ступенів затверджена наказом ректора складається із списку скорочень, вступу, основної частини, що містить 3 розділи, висновку й списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 56 сторінок. Робота містить 12 рисунків. Список використаних джерел включає 27 джерел.

СЕРІЯ ПЛАКАТНИХ ВИДАНЬ, ІНФОРМАЦІЙНЕ ВИДАННЯ, ADOBE ILLUSTRATOR, ЦИФРОВИЙ ДРУК

Об'єкт проектування – плакатна друкована продукція.

Предмет проектування – макет серії плакатних видань.

Мета роботи – полягає у проектуванні та розробці макету серії плакатів Державного музею авіації.

Методи дослідження: теоретичні (аналіз та систематизація) та практичні (моделювання та макетування).

Практичне значення одержаних результатів стануть корисними для Полошківської школи I-III ступенів.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ДАНІ ТА ОСНОВИ МАКЕТУВАННЯ ПЛАКАТІВ....	10
1.1. Плакат як вид інформаційного видання про війну.....	10
1.2. Особливості вибору матеріалів та способів друку плакату.....	13
1.3. Історія виникнення інформаційного плакату про війну.....	15
Висновки до розділу.....	22
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПЛАКАТІВ ПРО ВІЙНУ.....	23
2.1. Класифікація загальної концепції видання.....	23
2.2. Дизайн та оформлення.....	27
2.3. Аналіз кольорових особливостей сучасних інформаційних плакатів про війну.....	31
Висновки до розділу.....	35
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МАКЕТУ СЕРІЇ ПЛАКАТНИХ ВИДАНЬ «ЖИТТЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ»	36
3.1. Формування концепції дизайну та кольорових рішень.....	36
3.2. Аналіз графічних редакторів для роботи з векторною графікою.....	43
3.3. Поетапне створення макетів серії плакатів.....	44
Висновки до розділу.....	58
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ

Adobe Illustrator – професійний графічний редактор для створення та редагування векторної графіки від компанії Adobe Systems.

Макетування включає підготовку оригінал-макету для подальшого друку.

Оригінальний макет можна створити за допомогою графічних програм, таких як Adobe Photoshop, Adobe Illustrator або InDesign. Вибір програми залежить від вашого досвіду та переваг щодо редагування зображення або створення тексту.

Офсетний друк та цифровий друк є двома основними методами друку плакатів.

Офсетний друк є традиційним методом, де мастило передається з металеві паперові пластини на рулон або аркуш. Цей метод підходить для великих обсягів друку, оскільки він забезпечує високу якість і точність передачі кольору.

Цифровий друк є сучасним методом, де зображення передається одночасно з комп'ютера на принтер. Цей метод є більш гнучким і економічним для друку невеликих обсягів або індивідуальних замовлень.

Графічний редактор - це програма, яка використовується для створення та редагування графічних зображень і елементів. Приклади графічних редакторів включають Adobe Photoshop, GIMP, CorelDRAW та Sketch.

Текстовий редактор програма для створення та редагування текстових документів. Текстові редактори часто використовують для написання текстів, форматування, збереження і редагування документів у різних форматах. Приклади текстових редакторів включають Microsoft Word, Google Docs, Notepad і Sublime Text.

Ілюстрація - це графічний елемент, який використовується для візуального представлення певної ідеї або концепції. Ілюстрації програмування можуть бути створені вручну або за допомогою графічних програм. Вони можуть включати малюнки, векторні графіки, фотографії та інші графічні елементи.

Шрифт - це набір символів одного стилю і розміру, які використовують для набору тексту. Шрифти мають важливе значення в дизайні плакатів, тому вони можуть впливати на читабельність, настрій і загальний вигляд тексту. Існує велика кількість шрифтів, доступних для використання, включаючи різноманітні стилі, ваги та варіації.

Верстка - це процес організації тексту, зображення та інших елементів на плакаті або іншому друкованому матеріалі. Верстка включає розташування, форматування та розміщення вмісту таким чином, щоб створити зручний для сприйняття та естетично збалансований дизайн. Програми для верстки, такі як Adobe InDesign, QuarkXPress та Scribus, часто використовують для створення макетів плакатів і контр.

Графічний дизайн є процесом створення візуальних матеріалів з використанням графічних елементів, таких як зображення, кольори, форми, текст та типографія. Це мистецтво комбінування цих елементів для створення привабливого, ефективного та зрозумілого дизайну.

Композиція- розташування тексту, зображень та інших елементів на плакаті, щоб створити збалансовану та привабливу композицію.

Зображення використання візуальних елементів, таких як фотографії, ілюстрації або графічні елементи, щоб доповнити інформацію та привернути увагу аудиторії.

ВСТУП

Актуальність теми. У світі продовжуються воєнні конфлікти, які мають значний вплив на життя людей і стабільність регіонів. Інформаційні плакати можуть використовуватися для підвищення обізнаності громадськості щодо цих конфліктів, сприяти миротворчим зусиллям і закликати до припинення насилля. Багато регіонів світу стикаються з гуманітарними кризами, пов'язаними з військовою, наприклад, внутрішньою переміщенням населення, біженцями, голодом та нестабільністю. Інформаційні плакати можуть бути ефективним засобом попередження про цю кризу, залучення громадської уваги та надання допомоги постраждалим. В епоху інформаційного перенасичення, коли люди зустрічаються з великою кількістю графічних зображень, кожен день, важливо, щоб інформаційні плакати були видимо привабливими та притягнули увагу.

Плакати про війну можуть служити засобом підвищення усвідомлення про важливість світу, толерантності та взаєморозуміння. Вони можуть сприяти формуванню свідомого ставлення до насильства та конфліктів, пропагувати мирні методи вирішення рішень та сприяти будівництву гармонійного суспільства. Інформаційні плакати про війну можуть мати значення у забезпеченні освіти та свідомості молодого покоління. Вони можуть допомогти учням зрозуміти причини, дослідження та важливість світу, вивчити історичні факти та події, пов'язані з війнами, та розвинути критичне мислення та емпатію.

Метою кваліфікаційної роботи є створення макету серії плакатів в графічній реалізації візуального представлення інформації про життя в період війни.

В ході кваліфікаційної роботи було розроблено макет серії плакатів «Життя під час війни» для Полошківської школи I-III ступенів. Даного роду видання, як плакат - є яскравим представником інформаційного видання.

Серія плакатних видань «Життя під час війни» не є періодичним виданням формату А3, у кількості 10 плакатів. Для тексту на плакатах було обрано сімейство шрифту Arial – це сімейство є безкоштовним для використання.

Для створення макету серії плакатних видань було використано таке програмне забезпечення як Adobe Illustrator CC.

Мета і завдання виконання кваліфікаційної роботи. Метою даної кваліфікаційної роботи є розробка макету плакатів для для Полошківської школи I-III ступенів.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи були поставлені такі основні завдання:

- проаналізувати історичні та сучасні тенденції дизайну плакатів;
- визначити етапи та специфічні особливості процесу проектування плакатів;
- дослідити міжнародний досвід композиційної побудови плакату;
- розробити дизайн та практично реалізувати графічне представлення макету.

Кожний макет плакату є унікальним за дизайном, має р єдину палітру кольорів, що підібрана власноруч. Оскільки кожний плакат має матричний штриховий код технології QR, скануючи який людина переходить на певний інформаційний сайт, офіційний збір коштів, плакати не містять зайвих елементів у вигляді текстового опису та контактної інформації. І це створює додаткову можливість взаємодії з плакатом, та спонукає глядачів задіяти всі елементи плакату та самостійно дізнатися інформацію.

Провівши аналіз формату видання, вимоги до його якості було обрано електронну версію, оскільки вона має ряд переваг.

Об’єкт проектування – плакати, як вид друкованої продукції.

Предмет проектування – макет серії інформаційних плакатів про війну.

Мета проектування – полягає у формуванні стилю та дизайну макету серії плакатів Державного музею авіації, що орієнтований на потенційних відвідувачів.

Методи дослідження – теоретичні: аналіз, синтез, обґрунтування (для опрацювання теоретичної складової, етапів е, вибору способів створення та програмного забезпечення, етапів проектування), практичні: моделювання (для побудови моделі проектування видання), макетування: для створення макету видання.

Практичне використання отриманих результатів. У кваліфікаційній роботі розроблено макет серії плакатів « Життя під час війни», як варіація унікального дизайну даної тематики, який є елементом виховних заходів для учнів.

Технічні та програмні засоби – в кваліфікаційній роботі описано процес створення макету серії інформаційних плакатів про війну із застосуванням графічного редактора Adobe Illustrator.

Апробація отриманих результатів. Результати досліджень, що були включені до кваліфікаційної роботи, були розглянуті на наступних наукових конференціях:

– Міжнародна конференція «Політ».

Публікації. Дослідження, які було надіслано у якості тез на міжнародну конференцію «Політ», були опубліковані як частина збірників на сайті НАУ та сайті кафедри КММТ (<http://fmv.nau.edu.ua/polit/polit-2023/>). Самі тези можна знайти в даних збірниках на наступних сторінках:

1. Збірник тез за 2023 рік – с. 365 Плахтій А., Крупеня П. «Сучасні види дизайну та матеріальної конструкції брошур».

2. Збірник тез за 2023 рік – с. 353 Крупеня П., Плахтій А. «Плакат як мультимедійний засіб висвітлення проблем населення під час війни».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ДАНІ ТА ОСНОВИ МАКЕТУВАННЯ ПЛАКАТІВ

1.1. Плакат як вид інформаційного видання про війну

Плакат - це один із видів інформаційних видань, яке використовується для передачі короткої, яскравої та впливової інформації [1,3]. Він традиційно має великий розмір і розміщується на видному місці, такому як стіни, огорожі, вітрини чи інші громадські місця, щоб привернути увагу перехожих.

Основними характеристиками плаката як інформаційного видання є:

- візуальна привабливість: Плакати часто вибирають яскраві кольори, великі шрифти, графіку та фотографії, щоб привернути увагу та зацікавити перехожих;
- короткість та чіткість: Плакати передають ваше повідомлення за допомогою коротких і простих фраз, що дозволяє швидко сприйняти інформацію;
- повідомлення: Плакати працюють для реклами, пропаганди, інформування про події, заохочення до певної дії або поширення інформації. Вони можуть надрукувати такі елементи, як лозунги, символи, контактну інформацію або веб-адреси;
- масовий зв'язок: Плакати здатні досягти великої кількості людей, які розміщуються на видимих місцях у громадських просторах;
- культурна та історична цінність: Плакати можуть бути використані як мистецькі об'єкти та історичні джерела, які відображають певний часовий період, соціальні аспекти та культурні цінності.

Плакати використовують у різних сферах, включаючи рекламу товарів і послуг, політичну пропаганду, плакати також використовують для оголошення музичних концертів, фестивалів, театральних вистав, спортивних подій та інших громадських заходів. Вони можуть надати інформацію про дату, час, місце проведення події, а також зображення артистів або виконавців.

Плакати також використовують для поширення інформації про соціальні проблеми та кампанії. Наприклад, плакати можуть використовуватися для привернення уваги до екологічних проблем, прав людини, протидії насильству чи боротьби зі шкідливими звичками.

Також плакати можуть бути використані в освітніх цілях. Вони можуть надати навчальну інформацію, ілюструвати поняття або процеси, використовуватися для стимулювання творчості та критичного мислення учнів.

Завдяки своїй доступності та ефективності, плакати залишаються популярним засобом передачі інформації. Вони вміло поєднують текст, зображення та графіку, створюючи впливовий і запам'ятовуваний образ. Плакати можуть бути створені вручну або за допомогою комп'ютерних програм та дизайнерських інструментів, що дає безліч можливостей для творчого виразу та експериментування зі стилями та формами.

Плакати про війну - це особливий вид інформаційного видання, який використовують для передачі повідомлень, пов'язаних з військовими конфліктами. Вони можуть мати різні цілі, включаючи мобілізацію, пропаганду, підтримку військових сил або засудження війни.

Це видання має свої особливості:

- емоційна сила: Плакати про війну часто напірають на емоційну зворушливість, щоб привернути увагу та підвищити почуття патріотизму, гордості, гніву чи солідарності. Вони можуть використовувати сильні образи, наприклад, зображення військових дій, поранених або останніх людей, щоб передати жорстокість та руйнівну силу війни;

- політичний контекст: Плакати про війну можуть бути використані для підтримки чи критики політичних лідерів, урядів чи ідеологій, пов'язаних з війною. Вони можуть використовувати символи, лозунги та інші засоби комунікації для вірування певної політичної позиції;

- мобілізація та підтримка: Плакати про війну можуть закликати до мобілізації, рекрутингу або залучення ресурсів для підтримки військових сил. Вони

можуть надихати громадян на військову службу, пожертвування або допомогу військовим;

– інформаційна цінність: Плакати про війну можуть надавати інформацію про події, важливі, битви, перемоги чи трагедії, пов'язані з війною. Вони можуть містити статистичні дані, факти або послідовність подій, щоб передати загальний контекст та важливість військового конфлікту;

– символіка та ідентифікація: Плакати про війну можуть використовувати символіку, яка асоціюється з військовими силами, національними символами чи прапорами, щоб підкреслити ідентифікацію з військовими цілями та цінностями;

– мобілізація громадської думки: Плакати про війну можна використовувати для формування громадської думки та ставлення до війни. Вони можуть спрямовуватися на підтримку чи протистояння військовим діям, мирним протестам чи політичним рішенням, пов'язаним з війною;

– засудження насильства: Деякі плакати про війну можуть пропагувати світ та засуджувати насильство. Вони можуть наголошувати на людські трагедії, змаганнях та несправедливості, що супроводжують війну, з наказом стимулювати мирні рішення та прийняття.

Важливо відзначити, що плакати про війну можуть бути використані з широкими цілями та ефектами. Вони можуть виділити відмінні реакції і відобразити різні точки зору війни. У плакатах про війну важливо зберегти контекст, історичну об'єкту та вплив, який вони можуть мати на громадську думку.

плакати про війну можуть мати велике суспільне значення та вплив. Вони використовують як засіб пропаганди, щоб мобілізувати громадську підтримку військових дій, залучити рекрутів, стимулювати ентузіазм і підтримку війни. Такі плакати можуть надрукувати героїчні зображення солдатів, національних символів, лозунгів про службу для вітчизни та важливість захисту свободи.

У той же час плакати про війну можуть використовуватись і як засіб протесту проти військових конфліктів. Вони можуть наголошувати на жахах війни, порушенні прав людини, наслідках цивільного населення та вимагати мирного

вирішення конфлікту. такі плакати можуть надрукувати зображення жертви, запити на світ та заклики до примірення.

Завдяки своїй візуальній силі та широкому розповсюдженню, плакати про війну можуть вплинути на громадську свідомість, створити обговорення та спонукати до дій. Вони можуть стати сильним інструментом комунікації, який перетворює абстрактні ідеї, статистику та політичні рішення на впливові образи, здатні змінити ставлення людей до війни.

Незалежно від цілей і змісту, плакати про війну мають потужну роль у передачі інформації та формуванні громадської думки щодо військових конфліктів. Вони можуть спонукати до роздумів, мобілізувати громадські сили та втратити зміни у суспільстві.

1.2. Особливості вибору матеріалів та способів для друку плакату

Вибір матеріалів для друку інформаційного плакату про війну є важливою складовою створення ефективного та впливового різновиду комунікації [2]. Основні особливості вибору матеріалів для такого плакату включають:

Довговічність та стійкість до зовнішніх умов: якщо плакати традиційно виставляються на вулицях або в громадських просторах, важливо звернути матеріал, який буде витримувати знос, вплив погодних умов (вологи, сонця, дощу) та інших факторів. Часто для друку плакатів використовують спеціальні матеріали, такі як пластикові полімери або папери, які мають покриття для захисту від вологи та ультрафіолетового випромінювання.

Яскравість та насиченість кольорів: інформаційний плакат про війну повинен бути виразним та привабливим, щоб привернути увагу та залишити сильні враження від глядачів. Вибір матеріалу з високою яскравістю та доброякісністю відтворення цього кольору може допомогти досягти цього ефекту. Наприклад, матеріали з високою глянцевістю можуть дати насичені кольори та блискучий ефект.

Друкарська якість: важливо вибрати матеріал, який забезпечує високу якість друку, щоб зображення та текст були чіткими та чіткими. Це може включати використання спеціальних паперів або покриття, що покращують деталізацію та роздільну здатність друку.

Використання відповідних матеріалів: при виборі матеріалів для друку плаката про війну необхідно використовувати його дозвіл та умови використання. Якщо плакат буде виставлений на вулиці, він повинен бути стійким до погодних умов, таких як дощ, вітер або сонце. Пластикові покриті матеріали або водонепроникні папери можуть бути хорошим вибором у таких випадках. Якщо плакат буде виставлений всередині приміщення, можна відзначити використання глянцевого або матового паперу у відношенні ефекту, якого ви хочете досягти.

Використання високоякісних друкарських технологій: важливо звернути увагу на якість друку, особливо при передачі деталей та кольорів. Якісні друкарські технології, такі як офсетний друк або цифровий друк, забезпечують високу роздільну здатність та точність кольору. Крім того, можна використовувати спеціальні друкарські техніки, такі як ситодрук або трафаретний друк, для досягнення особливих ефектів.

Емоційна сила та вплив: плакати про війну часто мають емоційну силу, і вибір матеріалів та способів друку може допомогти посилити цей ефект. Наприклад, використання великих форматів, яскравих кольорів та глибоких контрастів може надати плакату більшої форми та привернути більше уваги.

Текстури та фактури: використання спеціальної текстури або фактури на матеріалі може додати до плакату додатковий візуальний ефект. Наприклад, матеріали з рельєфними або шорсткими поверхнями можуть створювати відчуття реалістичності або відтворювати структури, пов'язані з війною (наприклад, текстури дерева, металу або бетону).

Урахування бюджету: вибір матеріалів та способів друку також повинен отримати бюджетний проект. Деякі матеріали та технології друку можуть бути вартіснішими, тому важливо знайти баланс між якими та фінансовими засобами.

Екологічні аспекти: при виборі матеріалів та способів друку слід також отримати екологічні аспекти. Деякі матеріали можуть бути більш екологічно чистими або відновленими, що сприяє збереженню природних ресурсів та мінімізації впливу на довкілля.

Функціональність: якщо плакат буде використовуватися для тривалої експозиції або взаємодії з глядачами, можна вибрати вибраний матеріал, який легко очищатися, має стійкість до подряпини або вологості, або може бути ламінований для захисту від зовнішніх впливів.

Вибір матеріалів та способів друку для інформаційного плакату про війну також може бути залежним від його цільової аудиторії та контексту, в якому він буде використовуватися. Наприклад, якщо плакат буде виставлятися в музеї або на виставці, можуть використовуватися вишукані матеріали, такі як текстильні або фотографічні папери високої якості. Якщо плакат буде використовуватися в навчальних цілях, він може мати максимальну чіткість тексту та легкість читання, щоб використовувати матеріали з хорошою роздільною здатністю та контрастністю.

Крім того, можна використовувати додаткові елементи, такі як фольга, лакове покриття, тиснення або додаткові вкладиші, щоб додати плакату більшої виразності та зробити його більш інтерактивним.

Важливо також отримати, що плакат про війну може мати сильний емоційний заряд, тому вибір матеріалів та способів друку повинен допомогти передати цю емоційну силу та відтворити сутність теми.

Загалом, успішний інформаційний плакат про війну вимагає належного планування та вибору відповідних матеріалів та способів друку, щоб забезпечити максимальний вплив та ефективність його комунікації.

Також не меншою популярністю користується електронна версія плакатів, яка і була обрана для фінальної версії кваліфікаційної роботи [4,5]. Електронна версія плакату про війну може мати кілька переваг над друкованою версією.

1. Доступність: електронні версії плакатів можуть розміщуватися в Інтернеті або надсилатися електронною поштою, що дозволяє широкому колу людей легко

отримати до них доступ. Друковані версії плакатів можуть бути обмежені фізичними межами і вимагати зусиль для їх розповсюдження.

2. Варіативність: електронні версії плакатів дають можливість легко змінювати та оновлювати їх зміст і дизайн. Завдяки цьому інформацію на плакатах можна оновлювати в реальному часі, додавати нові дані, зображення чи посилання. Це особливо корисно в контексті війни, де можуть змінюватися стратегії, події або повідомлення. У друкованих версіях необхідно створювати і розповсюджувати нові плакати, які можна витратити і використовувати багато часу.

3. Взаємодія і залучення глядачів: Електронна версія плаката може включати інтерактивні елементи, які можуть глядачам взаємодіяти з контентом. Наприклад, електронний плакат може публікувати посилання, які ведуть до додаткової інформації чи відеоматеріалів про війну. Це дозволяє залучити глядачів до активного дослідження та розуміння подій, що відбувається, і робить плакат більш захоплюючим і навчальним.

4. Легкість поширення та пошуку: електронні версії плакатів можна легко поширювати через соціальні медіа, електронну пошту, месенджери та інші канали комунікації. Люди можуть легко репостити або переслати електронні плакати своїм знайомим і контактам. Крім того, пошук електронних плакатів може бути значно ефективнішим і швидким, не можна використовувати ключові слова, теги або навіть використовувати пошукові системи для знаходження необхідної інформації.

5. Екологічність: використання електронних версій плакатів сприяє зменшенню споживання паперу та інших ресурсів, що є недостатнім для друку. Це зберегти ліси, зменшити викид CO₂ та втратити негативний вплив на довкілля. Крім того, наявність фізичних копій плакатів усуває проблему зі зберіганням.

6. Аналітика та відстеження: Електронні версії плакатів дозволяють використовувати аналітичні інструменти для відстеження їх ефективності та впливу. За допомогою веб-аналітики можна налаштувати кількість переглядів, кліків на посилання, взаємодію з контентом та іншими показниками. Це дає можливість оцінити ефективність плаката та внести зміни для покращення результатів. анням та видаленням відходів паперу.

7. Можливості апгрейду та мультимедіа: Електронна версія плакату може бути легко оновлена або модифікована без необхідності виготовлення нових друкованих копій. Ви зможете змінювати зображення, текст, кольори та інші елементи плакату, щоб відповідати змінюючимся потребам та подіям.

Отже, електронна версія плаката має переваги в усіх можливих аспектах, починаючи від зручності поширення та доступності до оновлення, взаємодії, аналітики та мультимедіа. Вона дозволяє більш широко та ефективно досягти аудиторії та передавати повідомлення про війну.

1.3. Історія виникнення рекламного та авіаційного плакату

Інформаційні плакати про війну мають довгу історію, яка починається задовго до нашого часу. Інформаційний плакат про війну - це форма видимого комунікаційного конфлікту, яка використовується для передачі інформації про військові події, пропаганду, мобілізацію та інші аспекти війни. Він має довгу історію, починаючи зі стародавнього часу, і розвивався в різних країнах та культурах.

Історія створення інформаційного плакату про війну має кілька ключових етапів [3,7,8].

У давні часи інформацію про війну поширювали за допомогою писемних послань, геральдичних знаків, символів та усної передачі. Наприклад, розповсюдженням новин про перемоги відомих полководців і воєначальників займалися посольства, листоноші та музика.

З винайденням книгодрукарства в XV столітті в Європі з'явилася можливість широкого поширення інформації. час Реформації, Національних визвольних війн та інших конфліктів почали з'являтися перші інформаційні плакати, які використовувалися для мобілізації людей, підтримки армії та надання інформації про поточні події.

Під час Наполеоновських війн та інших конфліктів XIX століття інформаційні плакати стали великим інструментом пропаганди та рекрутингу.

Вони поширювалися по містах та селах, містили заклики до вступу в армію, малюнки бойових дій та інформацію про перемогу.

Перша світова війна (1914-1918) позначилася значним розвитком інформаційних плакатів. Вони використовувалися для підтримки військових сил, збору коштів на війну, пропаганди націоналістичних ідеалів.

Після Першої світової війни інформаційні плакати продовжували розвивати важливу роль у пропаганді. Вони стали більш графічними і виразними, використовуючи яскраві кольори, символи та емоційні зображення. Плакати використовувалися для мобілізації населення, поширення ідеологічних поглядів і підтримки військових зусиль. «Ти потрібен своїй країні!» - цей плакат був створений у 1914 році у Великій Британії і мав на меті залучити добровольців до військової служби. Він відображав зображення лейтенанта-генерала Кіченера з піднятим пальцем, закликаючи громадян долучитися до зусиль на країні країни [5,19].

«Gott Strafe England» - цей плакат був розширений Німеччиною під час Першої світової війни. Він використовував сатиричне зображення, щоб показати антианглійський настрій і закликав до підтримки німецьких військових зусиль.

Під час Другої світової війни (1939-1945) інформаційні плакати стали широко використовуватися в усіх бойових країнах. Вони використовувалися для пропаганди, рекрутингу, збору коштів на військові потреби, підтримки духу бойових солдатів та цивільного населення. Плакати малювалися видатними художниками того часу і мали великий вплив на маси. «Ми можемо це зробити!» - Відомий як «Rosie the Riveter», цей плакат був створений у США під час Другої світової війни з метою підтримки жінок, які приєдналися до роботи у важкій промисловості під час війни. Він став символом жіночої сили та незалежності. «Keep Calm and Carry On» - Цей плакат був створений у Великій Британії як частина серії плакатів під час Другої світової війни. Він мав зберегти спокій та мотивувати населення під час бомбардувань та інших негараздів.

Після завершення Другої світової війни продовжували використовуватися інформаційні плакати про війну, зокрема під час Холодної війни. Робітники всього

світу, єднайтесь!» - Цей плакат, розроблений в СРСР, пропагував комуністичну ідеологію та закликав робітників у всьому світі

«Дядько Сем хоче тебе» — цей плакат був створений у США під час Холодної війни. Він відображав зображення дядька Сема, символічного персонажа, який закликає американців долучитися до захисту країни і боротьби проти комунізму.

«The Iron Curtain» - Цей плакат показує слова, вжиті прем'єром Великої Британії Вінстоном Черчиллем у його виступі 1946 року, де він описував розділення Європи на комуністичну та капіталістичну сферу. Цей плакат став символом розділу світу на дві ідеологічно протилежні додаткові системи. Плакати стали ефективним інструментом пропаганди в ідеологічному протистоянні між США та СРСР. Плакати висвітлювали теми безпеки, агітації та мобілізації.

У сучасному світі інформаційні плакати про війну все ще використовують для передачі важливої інформації, нагадування про історичні події, вшанування ветеранів і підтримки воїнів. Вони також використовують для підняття свідомості про проблеми сучасних конфліктів, поширення світу та зміцнення громадської свідомості [6,11]. Як приклад, «Remember the Fallen» - цей плакат створений для вшанування пам'яті померлих у війнах. Він включає фотографії ветеранів та наголошує на важливості не забувати жертви війни і прагнути до світу.

Завдяки розвитку технологій та розширенню Інтернету інформаційні плакати можуть бути створені та розширені в електронному форматі. Це дозволяє швидко розповісти інформацію та досягти широкої аудиторії. Вони створені на веб-сайтах, соціальних медіа, у відеороліках та інших цифрових медіаформатах.

Сучасні інформаційні плакати про війну відрізняються різноманітністю стилів і підходів. Вони можуть використовувати фотографії, графіку, візуальні ефекти та сучасні дизайнерські техніки, щоб привернути увагу глядача та ефективно спілкуватися з ним. Інформаційні плакати стають інструментом пам'яті та освіти, допомагаючи зберегти історичну пам'ять і передати важливе повідомлення[7].

Враховуючи швидкий розвиток технологій і зміну способу сприйняття інформації, можливо, інформаційні плакати про війну набувають нових форм. Вони можуть поєднувати різні медіаформати, інтерактивні елементи та використовувати віртуальну реальність.

Отже, плакати є лише прикладами з великої кількості інформаційних повідомлень, які були створені протягом різних періодів історії війни. Кожен з них відображає певну епоху, ідеологію та повідомлення, які вони намагалися передати своїм глядачам.

Висновки до розділу

У першому розділі було розглянуто поняття плакату як абсолютного інформаційного звернення до аудиторії. Відзначено, що плакат використовується для передачі повідомлення, привернення уваги та впливу на глядачів.

У підрозділі «Особливості вибору матеріалів та способів друку інформаційного плакату про війну» відзначені особливості вибору матеріалів та способів друку для створення інформаційного плакату, який присвячений темі війни. Підкреслено важливість вибору відповідних матеріалів та технологій друку для досягнення відповідного естетичного вигляду та забезпечення тривалості існування плаката.

У підрозділі «Історія створення інформаційного плакату про війну» зроблено огляд історичного розвитку плакату, спеціально присвяченого темі війни. Зазначено, що плакати про війну з'являться ще в минулому столітті та використовувалися для мобілізації, пропаганди. Розвиток технологій друку та зростання креативності в дизайні плакатів призвели до появи великого асортименту різноманітних плакатів про війну, які відображають різні періоди та культурні контексти.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКА ПРОЕКТУВАННЯ ПЛАКАТІВ АВІАЦІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ

2.1. Класифікація загальної концепції видання

Плакати, що обговорюються, будуть класифіковані відповідно до їх функції[8, 9, 21].

А. Плакати, які апелюють до патріотизму тих, хто їх бачить, і які намагаються мотивувати їх зробити свій внесок у воєнні зусилля.

Б. Плакати, що стосуються військових дій. До них відносяться в основному орієнтовані на цивільне населення, а не конкретно на військову сферу військові, підкреслюючи взаємозв'язок між цивільними та військовими. Вони стосуються виробництва військових матеріалів, залучення жінок до складу робочої сили, або кампанії зі збору коштів для фінансування війни.

В. Плакати, які негативно висловлюються про ворога. До цього розділу відносяться плакати жахів та звірств, які використовуються для вселення ненависті та страху до ворога та страху до ворога у громадян.

Категорії воєнних плакатів:

А. Апеляція до патріотизму громадян

В умовах війни масова пропаганда мала бути спрямована на найбільшу частину населення і переконувати його у цілковитій лояльності до держави. Водночас держава ставила перед народом вимоги які в мирний час були б нестерпними. Напруга не повинна була призвести до нелояльності, а політичні сумніви та інакомислення політичних сумнівів та інакомислення до зради; патріоти Scientia Militaria,

Плакати цієї категорії, створені чотирма головними протагоністами чотирма основними воюючими сторонами, спрямовані або на прямий призов чоловіків на військову службу, або пропагують позитивне ставлення до національної військової

повинності. І в німецькому, і в американському прикладах використовуються досить ідеалізовані чоловіки у військовій формі; вони не представляють конкретних людей, а передають ідею архетипічних представників своєї нації. Представників своєї нації, які з упевненістю дивляться не на глядача плакату, а впевнено дивляться не на глядача плакату, а в майбутнє. Обидва плакати використовують національно-патріотичну символіку, найбільш популярну на націонал-патріотичні символи, найбільш популярні на плакатах такого типу; у німецькому прикладі використано мотив прапора та мотив прапора та емблему свастики, на американському на американському плакаті - рядок із «STAR SPANGLED BANNER».

У британському та російському прикладах використовуються фігури які безпосередньо звертаються до тих, хто дивиться на плакат. На британському плакаті зображено вказівний палець і руку з головою лорда Кітченера, генерала генерала-вербувальника лорда Кітченера. Вказівний палець і очі прямо дивляться на глядача, який звертається до них на «ти» великим, виразним шрифтом. Російський приклад використовує жіночу фігуру, яка уособлює концепцію «Мати Росія». Її піднята рука спрямовує погляд глядача погляд глядача на напис «ВАША РОДИНА ЗВЕРТАЄТЬСЯ ДО ВАС!» (рис. 1.1), її інша рука випинає текст російської військової присяги. У всіх чотирьох прикладах використовувалися високо емоційні засоби для донесення своїх ідей до глядача.



Рис. 1.1. «ВАША РОДИНА ЗВЕРТАЄТЬСЯ ДО ВАС!»

Б. Кампанія за виробництво війни

На війні, де цивільні особи можуть помінятися місцями з солдатами з солдатами в найкоротші терміни, зв'язок між тилом і військовими фронтами був дуже тісним. У будь-якому випадку, різниця між цивільною глибинкою і лінією фронту була розмита оскільки багато міст і промислових підприємств воюючих країн опинилися в зоні досяжності ворожих бомбардувальників.

В результаті колосального зростання виробництва озброєнь воєнні зусилля вимагали якнайбільшої виробництва озброєнь воєнні зусилля вимагали настільки ж потужної мобілізації робочої сили, як і мобілізація до збройних сил. Результатом стала плакатна кампанія як частина цього мобілізаційного процесу[10, 25]. Плакати цієї категорії дуже схожі на ті, що апелюють до патріотизму, але є більш спеціалізованими і спрямовані безпосередньо на цивільне населення. Як правило, вони підкреслюють паралель між солдатом на фронті та робітником на заводі, а також вказують на залежність солдата від робітника.

Але військове виробництво означало, в першому випадку, вербування робочої сили; чоловіча робоча сила замінюється або розширюється жіночою силою. Британський приклад, "ЖІНКИ БРИТАНІЇ" (рис. 1. 2), показує внесок жінки могли зробити у військові зусилля.



Рис. 1.2. «ЖІНКИ БРИТАНІЇ»

В. Національна безпека

У попередньому розділі апеляція до лояльності (патріотичної групи), позитивний заклик, обговорювався в попередньому розділі; занепокоєння національною безпекою - це питання застереження. Ця категорія плакатів не може використовувати патріотичні символи (прапори тощо) нації яка виготовляла плакат, але використовувалася символіка ворога - прийом, який зосереджував увагу людей на ворога - прийом, який фокусував увагу людей на увагу людей на небезпеці з іншого боку. Прикладом може слугувати американський плакат американський плакат «AWARD FOR CARELESS TALK» зображено відірвану руку (в нацистській каблучці), яка вручає німецький залізний хрест. нацистський перстень), яка вручає німецький Залізний хрест людині, яка розголошує інформацію, що допоможе ворогу - таким чином допоможе ворогу - таким чином, апеляція до патріотизму навпаки, створюючи почуття провини у глядача.

Дизайнери плакатів, які взялися за тему національної безпеки, просто повинні були бути більш винахідливими, ніж дизайнери інших видів плакатів; вони безумовно, більше експериментували[11]. Фотомонтаж і карикатури були двома улюбленими техніками[12]. На двох плакатах, проілюстрованих у цьому розділі, кінцевий результат і причина - необережна розмова – графічно пов'язані графічно (рис. 1. 3).

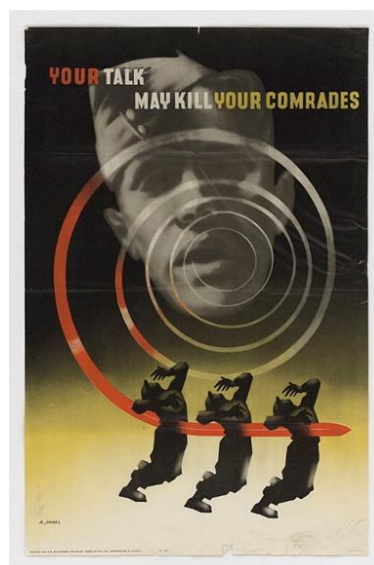


Рис. 1.3. «AWARD FOR CARELESS TALK»

Г. Звірства війни

Плакати, які стосувалися національної безпеки апелювали до страху; плакати, що розповідали про звірства війни, грали на ненависті людей, а також на їхніх страхах та ненавистілюдей. Для того, щоб бути згуртованою, нація повинна бути до певної міри певною мірою бути ексклюзивною; бар'єри мови, звичок, кольору шкіри і т.д. завжди мали тенденцію розділяти людей на "своїх" і "чужих". ділити людей на "їх" і "нас". У воєнний час ця тенденція обов'язково посилюється, світ світ зримо ділиться.

У двох світових війнах плакати часто використовували тему жорстокості. У плакатах двох світових воєн часто використовувалася тема звірства; ворог був нелюдським, жорстоким, і не можна було сподіватися, що він буде поводитися гуманно. Наприклад, цитата Гітлера: "Ти або німець, або християнин ... ти не можеш бути і тим, і іншим". Цитата вирвана з контексту її первісного висловлювання з контексту її оригінального висловлювання і поміщена в новий контекст фотографії, на якій зображений Гітлера в агресивній позі, зіставленій із зображенням розбомбленого британського житлового району (з спантеличеними громадянами), область неба замінюється на криваво-червоним фоном.

2.2. Дизайн та оформлення

Аналіз контенту, дизайну, використання шрифтів та кольорів у плакатах про війну може допомогти зрозуміти, як вони впливають на сприйняття та емоційну реакцію глядачів[13,22]. Враховуючи тематику війни, плакати можуть мати важливе значення, передаючи інформацію, закликаючи до або дії, що стимулюють емоційний відгук[14,17]. Ось деякі ключові аспекти для аналізу плакатів про війну:

Зміст: Плакати про війну часто мають сильний емоційний зміст, що намагається передати жах та значення, пов'язане з війною. Вони можуть використовувати символи, метафори, фотографії чи малюнки, щоб передати повідомлення про світ, солідарність, життєдіяльність тощо.

Дизайн: У плакатах про війну дизайн часто підсилює їхню емоційну силу. Вони можуть мати просту, але впливову композицію, яка привертає увагу та передає головне повідомлення.

Використання шрифтів: Шрифти можуть мати значення в плакатах про війну, потім вони допомагають виразити настрій або передати певну атмосферу. Стилізовані, грубі або руйнівні шрифти можуть підкреслити тему війни, показати силу та насильство, а також висвітлити небезпеку.

інформаційних плакатах про війну можуть використовуватися різні стилі дизайну, залежно від цілей, аудиторії та контексту. Ось кілька стилів, які можуть бути використані:

Графічний стиль: Цей стиль базується на використанні графіки, простих форм, контрастних кольорів і яскравих елементів. Його мета полягає в тому, щоб привернути увагу глядача і передати повідомлення швидко і лаконічно.

Мінімалістичний стиль: Цей стиль характеризується простотою, мінімальним використанням кольорів і деталей. Він може використати одну або кілька силуетних фігур, щоб передати основну ідею, а також короткий інформаційний текст.

Типографічний стиль: Цей стиль заснований на використанні різних шрифтів, розмірів і композицій для передачі повідомлення. Він може використовувати силуети літера, слова або фрази, які створюють графічний ефект.

Колажний стиль: Цей стиль використовує комбінацію фотографій, ілюстрацій, тексту та інших елементів для створення складної композиції. Він може включати фотографії війни, військової техніки, людей, прапорів та інших символів.

2.3. Аналіз кольорових особливостей сучасних плакатів

Використання кольорів в інформаційних плакатах про війну може мати велике значення, залишкові кольори мають сильний вплив на емоції та сприйняття людей. Нижче наведено кілька прикладів того, як кольори використані для досягнення певних ефектів [15,16,18] на плакатах:

Загальна кольорова палітра: Для плакатів про війну часто вибираються темні, приглушені кольори, такі як чорний, темний сірий, коричневий та холодні від тінки блакитного. Це допоможе створити серйозну атмосферу, підкреслити важливість теми та передати почуття суворості, тривоги та небезпеки.

Символічні кольори: Кольори, які асоціюються з певними поняттями, можуть бути використані для передачі символіки на плакаті. Наприклад, червоний колір може символізувати кров, боротьбу та вогонь, тоді як чорний може підкреслювати смерть, траур та темряву.

Контрастність: використання контрастних кольорів може привернути увагу глядачів і зробити плакат більш запам'ятовуваним. Наприклад, комбінація червоного та чорного кольорів може бути ефективною для виділення важливої інформації або підкреслення загальної небезпеки.

Кольорові акценти: За допомогою окремих кольорових акцентів можна звернути увагу на певні елементи на плакаті, такі як фотографії, заголовки або ключові повідомлення.

Аналізуючи певні аспекти інформаційних плакатів про війну можна чітко виділити наступні категорії: естетику, шрифтове поєднання, стилістику, розташування елементів та головні ідеї в плакатах.

Плакат "Щоб не забути":

Естетика: Цей плакат використовує серйозну та витончену естетику. Чорний фон створює враження трави, а червоний колір символізує відданість та кров.

Шрифтове поєднання: Шрифт, який використовується для напису "Lest We Forget", має сувору та монументальну форму, що відображає важливість повідомлення.

Стилістика: Плакат використовує мінімалістичний стиль, зосереджуючи увагу на текстовому повідомленні та символіці. Зображення маку в лівому нижньому куті плаката є символом пам'яті та вшанування.

Розташування елементів: Головний текст "Lest We Forget" розміщений у центрі плаката, звертаючи увагу. Зображення маку розташоване в нижньому куті, доповнюючи повідомлення плаката.

Головна ідея: Плакат закликає до пам'яті та вшанування тих, хто пожертвував своїм життям під час війни.

Плакат "Пам'ятай":

Естетика: Цей плакат використовує просту та стриману естетику. Чорний фон створює враження трауру та пам'яті.

Шрифтове з'єднання: Шрифт, що використовується для слова "Remember", має виразну та чітку форму, що підкреслює важливість повідомлення.

Стилістика: Плакат використовує мінімалістичний стиль з фокусом на тексті. Відсутність зображення різноманітної концентрації.

Стилістика: Плакат має прямолінійний та інформаційний стиль, зосереджуючись на повідомленнях. Використання фотографій жінки додає особистого аспекту та спонукає глядачів до ідентифікації.

Розташування елементів: Зображення жінок розташовані у верхній частині плаката, займаючи більшу частину простору. Текст "Women of Britain Say 'Go!'" розташований у нижній частині, звертаючи увагу на повідомлення та заклик до дії.

Головна ідея: Плакат підкреслює активну роль жінок у війні та закликає їх до підтримки та мобілізації. Використання фрази "Go!" вказує на рішучість та важливість їх внеску.

Плакат «Зберігай спокій і продовжуй»:

Естетика: Цей плакат використовує мінімалістичність та стриману естетику. Червоний фон та білі літери створюють контраст та легкість сприйняття.

Шрифтове з'єднання: Шрифт, який використовується, має класичну та чітку форму, що підкреслює стійкість та надійність.

Стилістика: Плакат використовує стиль пропаганди, вказуючи на збереження важливості спокою та продовження роботи в умовах війни.

Розташування елементів: Текст «Keep Calm and Carry On» розташований у центрі плаката, створюючи фокус та привертаючи увагу.

Головна ідея: Плакат передає повідомлення про стійкість, самовлада та важливість продовження нормального життя навіть у час війни.

Плакат «В армію»:

Естетика: Цей плакат використовує яскраві та насичені кольори, такі як червоний, білий та синій, створюючи енергійну та патріотичну естетику.

Шрифтове поєднання: Шрифт, що використовується для слова "Join the Army", має сильний та впевнений вигляд, що підкреслює заклик до дії та патріотизму.

Стилістика: Плакат використовує стиль пропаганди, заохочуючи громадян до приєднання до армії. Зображення солдата у повному обладунку та прапора країни сприяють військовому настрою та патріотичному почуттю.

Розташування елементів: Зображення солдата розташоване зліва, використовуючи значну частину плаката. Текст "Join the Army" розташований праворуч, звертаючи увагу на заклик та відображаючи головну ідею плаката.

Головна ідея: Плакат стимулює громадян до приєднання до армії та підтримки військових сил для захисту країни.

Кожен із цих плакатів використовує свою естетику, шрифтові з'єднання, стилістику, розташування елементів та передає свою головну ідею. Колективно вони відображають аспекти війни, від пам'яті та вшанування до різних патріотизму та мобілізації. Кожен плакат намагається привернути увагу та викликати сприятливу реакцію у відвідувачів із зазначенням досягнення вашої клітки [19,27].

Аналізуючи сучасні інформаційні плакати про війну, можна виявити різні підходи до естетики, шрифтових поєднань, стилістики та розташування елементів, але основні головні ідеї залишаються творами. Давайте розглянемо ці аспекти детальніше:

Естетика: Сучасні плакати про війну можуть використовувати різноманітні естетичні підходи, від мінімалістичних до фотореалістичних. Деякі плакати можуть використовувати сепій або інші відтінки, що надають їм старовинний або ретро вигляд, підкреслюючи історичний аспект війни. Інші плакати можуть використовувати яскраві та насичені кольори, що привертають увагу та створюють енергетичну атмосферу.

Шрифтові поєднання: На сучасних плакатах про війну можна побачити використання різних шрифтів та їх з'єднання. Наприклад, заголовки можуть бути

написані в більш жорсткому, великому та впевненому шрифті, тоді як додаткова інформація може бути написана в більш компактному та меншому видженому шрифті. Вибір шрифтів може варіюватися від класичних до сучасних, але загалом вони підкреслюють силу та серйозність повідомлення.

Стилістика: Сучасні плакати про війну можуть використовувати різну стилістику, включаючи реалістичну, графічну, мінімалістичну або сюрреалістичну. Деякі плакати можуть використовувати фотографії ветеранів або сцени з війни, щоб передати реалістичну атмосферу та емоції. Інші плакати можуть використовувати графічні елементи, абстракцію або символіку, щоб виразити метафори та поняття, пов'язані з війною. Мінімалістичні плакати можуть використовувати прості форми, контури та мінімальну кількість кольорів, щоб передати сутність повідомлення з мінімальними деталями [20].

Розташування елементів: Розташування елементів на плакаті може варіюватись у залежності від візуального задоволення та організації інформації. Важлива інформація, наприклад заголовки або головні повідомлення, часто розміщуються в центрі або верхній частині плаката, щоб привернути увагу.

Головні ідеї: У сучасних плакатах про війну можна виділити різні головні ідеї, залежно від контексту та цілого плакату. Деякі плакати можуть поставити акцент на пам'ять, вшанування та важливість не забувати подвиги та жертви війни. Інші плакати можуть спонукати до світу, толерантності та важливості уникання конфліктів. Деякі плакати можуть підкреслювати важливість збереження світу та протидії військовим конфліктам.

Загалом, сучасні інформаційні плакати про війну мають за мету привернути увагу та сприяти розумінню та відчуттю глобальних проблем, пов'язаних з війною та конфліктами. Головні ідеї в цих плакатах можуть включати:

- свідомість прослідки війни та потребу світу;
- пам'ять та вшанування військових, які присвятили своє життя захисту країни;
- заохочення до активної участі в протидії війни та сприяння світу;
- розуміння та протидія воєнним конфліктам та насильству;

– важливість спільної праці та міжнародного співробітництва для досягнення світового світу.

Естетика, шрифтові з'єднання, стилістика та розташування елементів у сучасних інформаційних плакатах про війну можуть відрізнятися від класичних до сучасних підходів, залежно від тематики та повідомлення плакату. Загальна мета їх дизайну виникає в тому, щоб зацікавити більше глядачів, передати головні ідеї та заохотити до рефлексії [21,26].

Варто зазначити, що сучасні плакати про війну можуть використовувати інноваційні технології, такі як комп'ютерна графіка та візуалізація, щоб створити ефектні та вражаючі зображення.

Загалом, сучасні інформаційні плакати про війну вибір різноманітної техніки та елементів дизайну для досягнення своєї мети. Деякі з них можуть використовувати сучасний мінімалістичний стиль з мінімальною кількістю кольорів та простими геометричними формами, які допомагають підкреслити простоту та прямолінійність повідомлення.

Інші плакати можуть використовувати більш виразні кольори та живописні образи, що створюють сильну емоційну реакцію у глядачів. Це може включати використання насичених червоних або чорних кольорів, які символізують кровопролиття та розширення.

Шрифтові поєднання можуть варіюватись від класичних та лаконічних шрифтів до більш виразних та художніх шрифтів, які допомагають підкреслити повідомлення на плакаті [21, 22, 23].

Висновки до розділу

На підставі досліджень, проведених цьому розділі, можна зробити наступні висновки:

Розробка загальної концепції видання є першим етапом проектування плакатів інформаційного спрямування в період війни. Ця концепція взаємодії з

цілями та повідомленнями, які мають бути передані через плакати, забезпечує їх зручне сприйняття цільовою аудиторією.

Дизайн та оформлення плакатів грають важливу роль в їх ефективності. Вибір кольорів, типографіки, композиції та графічних елементів має значення у привертанні уваги та емоційному зв'язку з глядачами. Естетично привабливі та зрозумілі плакати мають більшу ймовірність досягти своєї мети.

Аналіз особливостей плакатів про війну підтвердити тематичні та символічні засоби, які можуть бути ефективно використані в плакатах інформаційного спрямування в період воєнних конфліктів. Врахування досвіду попередніх поколінь та використання елементів, що сприяють як патріотичні, можуть посилити емоційний зв'язок з аудиторією.

Крім того, у розділі показано, що плакати інформаційного спрямування в період війни мають особливу важливість як засіб масової комунікації. Вони можуть підвищити емоційну відповідь, підтримати патріотичний дух та мобілізувати громадську підтримку воєнних сил. Такі плакати можуть вплинути на свідомість та поведінку людей, спонукати їх до дій та підтримувати воєнні сили.

Враховуючи ці висновки, важливо при проектуванні плакатів інформаційного спрямування в період війни зосередитися на розробці чіткої концепції, використовувати ефективний дизайн та використовувати особливості плакатів про війну. Такий підхід допоможе досягти більшої ефективності та впливу плакатів, сприяти мобілізації та підтримці воєнних зусиль та забезпечити ефективну інформаційну підтримку воєнного конфлікту.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МАКЕТУ СЕРІЇ ПЛАКАТНИХ ВИДАНЬ ДЕРЖАВНОГО МУЗЕЮ АВІАЦІЇ

3.1. Формування концепції дизайну та кольорових рішень

Стверджується, що плакат має близько трьох секунд щоб привернути увагу перехожого. Успіх цей плакат коливається протягом тих кількох секунд. Якщо не вийде щоб привернути увагу, то це неефективно. Однак, якщо це зацікавить глядача, то половину битву виграно. Привернувши увагу, афіша повинна виступати швидко, ефективно, переконливо повідомлення, яке потім веде глядача до бажаного думка чи дія [22,23].

Швидко привернути увагу глядача, доставити а швидке чітке повідомлення, ефективно досягнення мети, переконувати й переконувати аудиторію, рухатися їх до дії: як хтось створює плакат що підтримує всі ці функції?

Він розбитий на чотири різні компоненти дизайн: процес проектування, почуття, орієнтовані на людину, елементи дизайну та принципи дизайну. Важливо, щоб були фізичні стосунки між елементами на плакаті. Неявна сітка гарантує, що елементи вирівняні, простір є організованим, елементи згруповані належним чином, вся частина збалансована. Неявна сітка була встановлена з вертикальною і горизонтальними лініями.

Ідея полягає в тому, щоб елементи на плакаті були вишиковані по відношенню до якоїсь сітки. Як би дико не було і хаотичний, добре продуманий твір спочатку може виглядати, завжди можна знайти неявну сітку. Було використано діагональ, вздовж якої розташовані головні елементи, текстове поле та к'юар код.

Кожен дизайн-проект починається з проблеми, і вона є завдання дизайнера вирішити її. Тоді це має сенс, щоб спочатку визначити проблему, яку потрібно вирішити для глядача. Як тільки проблема виявлена, хитрість полягає в тому, щоб

її прийняти правильні заходи для її усунення. Для досягнення цілей та розуміння було створено к'юар код. Це спростить систему подачі інформації глядачу, а також остаточно розкриє головну проблему [23,25].

Війна - це складна та болісна тема, яка може сильно вражати на дітей. У очах дитини війна може здатися страшною та незрозумілою, особливо якщо вона не має жодного досвіду зі збройним конфліктом.

Поліграфічна продукція може бути великим допоміжним інструментом для дітей, які переживають війну. Інформаційні плакати можуть містити інформацію про війну, її причини та наслідки. Такі плакати можуть допомогти дітям зрозуміти, що відбувається навколо них та як вони можуть захиститися.

Arial - це один з найбільш популярних шрифтів, який зазвичай використовується для офісних документів, веб-сайтів, рекламних матеріалів та інших проектів. Arial - це хороший шрифт для дитячого плакату, оскільки він легко читається та зрозумілий для дітей (рис. 3.1).

Arial має простий і чіткий дизайн, що робить його дуже читабельним як на друку, так і на екрані. Він має рівномірну товщину ліній і прямі форми літера, що полегшує сприйняття тексту. Він може бути використаний як у заголовках, так і в основному тексті Arial входить до відповідності стандартних наборів шрифтів для багатьох операційних систем, таких як Windows і MacOS.

Це означає, що він буде відображатися на екранах користувачів, незалежно від наявності встановленого шрифту [22, 24, 28]. Це сприяє збереженню вигляду документів та дизайну незалежно від платформи. Загальний рекомендований розмір шрифту для дитячих плакатів - від 14 до 18 пунктів.

Arial
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Рис. 3.1. Шрифтове рішення плакатів

Для основного тексту застосовано розмір кеглю 22, а для заголовків - 32. Весь текст вирівняний, при цьому для заголовків застосовано контрастний розмір та контрастну насиченість. Шрифт використовується для візуального відображення інформації, включаючи умовні символи, літери, цифри та спеціальні знаки.

Розмір готового видання становить 297x420 мм і визначається шириною та довжиною сторінки видання у міліметрах, або шириною та довжиною аркуша паперу видання в сантиметрах, з вказівкою частини, яку займає окрема сторінка видання.

При створенні плакату, колір має важливе значення, оскільки він може створити певний настрій, викликати емоції та привернути увагу читача. Тому, при використанні кольорів в плакаті варто дотримуватись певних принципів [25]. Перш за все, кольорова палітра має бути залежна від теми та цільової аудиторії буклету. Наприклад, якщо плакат призначений для просування дитячих іграшок, то доцільно використовувати яскраві та насичені кольори, які привернуть увагу дітей (рис. 3.2).

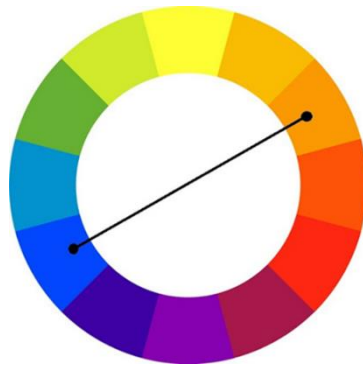


Рис. 3.2. Колірне рішення плакатів

Крім того, варто дотримуватись золотого правила 60-30-10, яке передбачає використання трьох кольорів у таких пропорціях: 60% - основний колір, 30% - допоміжний колір та 10% - акцентний колір. Така пропорція дозволяє збалансувати кольори та створити злагоджений дизайн.

Також, важливо дотримуватись правил використання кольорів, таких як гармонійність, контрастність, тональність та насиченість [26]. Наприклад, використання контрастних кольорів може привернути увагу та зробити дизайн

плакату більш динамічним, а використання тонких та приглушених кольорів може створити відчуття спокою та гармонії.

У даних плакатах не має основного кольору, оскільки використаний приклад, синій колір може надати відчуття глибини, тоді як жовтий колір може зробити зображення більш плоским.

Концепція дизайну:

В центрі плаката розташований силует військового в чорному кольорі. Силует може бути зображений у воєнній формі або зі стандартною військовою екіпіровкою. Фон плаката має бути синього кольору з насиченим відтінком, що змінює асоціацію з синім небом або відкритими просторами. Текстовий елемент, написаний шрифтом Arial, розміщується під силуетом військового або поруч з ним.

Застосування назв або виразів, що підкреслюють підтримку військових, мотивацію та гордість наприклад: "Герої не вмирають", "Ми захищаємо свободу", "Сила та мужність". Розміщення тексту можна залежати від розміру силуету та композиції плаката. Макет серії плакатів можна використовувати для різних цілей, таких як:

- підтримка військових осіб, їхніх зусиль та жертв;
- вшанування ветеранів та визнання їхньої вагомості ролі у суспільстві;
- мотивація молодих людей представити військову кар'єру або службу в армії;
- показати національну гордість та єдність через підтримку військових сил;
- натисніть до об'єднання та солідарності в обороні країни;
- спонукання до поваги та визнання внеску військових у безпеку і процвітання суспільства.

Плакати можна розписати в різних місцях та середовищах, включаючи:

- військові установи та полігони;
- громадські простори, такі як парки, площі та майданчики;
- школи, університети та інші освітні заклади;
- культурні та спортивні заходи, включаючи концерти, фестивалі та змагання.

Ця серія плакатів має на меті створити сильний візуальний вплив та вплинути на почуття підтримки, поваги та вдячності до військових, а також на оцінити свою роль у забезпеченні безпеки та свободи країни. Дизайн із силуетом військового на синьо-жовтому фоні з текстом Arial допоможе привернути увагу глядачів та передати потужне повідомлення зрозумілим і емоційним способом. Для даної серії плакатів використання к'юар кодів може бути доцільним.

К'юар код (або QR-код) – це двовимірний штрихкод, який можна відсканувати за допомогою смартфона або іншого пристрою з камерою та підтримкою відповідних додатків.

3.1. Аналіз графічних редакторів для роботи з векторною графікою

Наразі існує безліч графічних редакторів для роботи з векторною графікою. Було проведено дослідження для визначення редактора, який буде вдалим для даних видів плакатів [1, 9, 21].

Adobe Photoshop — це програма для редагування растрової графіки, яка використовує пікселі для створення зображень. Ці пікселі являють собою мільйони квадратів, розташованих разом, і це розташування запам'ятовується та використовується комп'ютером кожного разу, коли він відображає зображення. Усі файли Photoshop зберігаються з розширенням .psd, але ви також можете зберегти їх у форматах файлів .png і .jpg

Adobe Illustrator — це програма для редагування векторної графіки, яка використовує вектори для створення зображень. Ці зображення повністю масштабуються, і їх можна використовувати як маленькі, так і великі, оскільки це не вплине на якість, чіткість або роздільну здатність. Adobe Illustrator також забезпечує найкращу якість друку. Деякі з типових розширень векторних файлів, які використовують графічні дизайнери, включають .eps, .svg і .ai.

Ключова відмінність між Illustrator і Photoshop полягає в тому, що Illustrator — це інструмент для створення зображень, тоді як Photoshop — це інструмент для редагування зображень. Illustrator використовується для створення логотипів,

малюнків рук, користувацьких типографій тощо без будь-яких обмежень масштабованості. Однак Photoshop є чудовим інструментом графічного дизайну для редагування, ретушування та маніпулювання зображеннями.

Photoshop в основному використовується для редагування зображень. Однак Illustrator широко використовується для створення зображень. Photoshop дозволяє дизайнерам виконувати такі функції редагування зображень, як обрізання, маскування зображення, налаштування освітлення зображення, градація кольорів, додавання або видалення фону, плям тощо. Крім того, коли ми говоримо про Adobe Illustrator проти Photoshop, вам потрібно розглянути надбудови Photoshop, такі як зовнішні плагіни, фільтри тощо.

Усі ці інструменти редагування зображень доступні в Adobe Illustrator. Але, якщо порівнювати Photoshop з Illustrator для малювання, Illustrator має перевагу. Це ідеальне програмне забезпечення для створення зображень, яке дозволяє дизайнерам створювати від руки малюнки, ескізи та логотипи. Він також пропонує інші важливі функції, такі як малювання ліній, типографіка, параметри фарбування тощо.

Також використовують векторні зображення Illustrator у Photoshop, але це не рекомендується, оскільки це втрачає масштабованість і якість. Робота в Photoshop дає свободу працювати над тим самим зображенням знову, але з Illustrator.

Графічні дизайнери можуть використовувати Adobe Illustrator, коли хочуть створити щось, що можна надрукувати на великому полотні, як-от рекламні щити, або навіть на стінах, або на маленьких полотнах, як-от кишенькові візитні картки. Графіку Illustrator можна легко збільшити та зменшити без втрати якості та чіткості.

Adobe Illustrator — це програма для графічного мистецтва. Це також називається програмним забезпеченням для векторного малювання. Його часто використовують для малювання ілюстрацій, карикатур, схем і логотипів.

Якщо зображення замале, для початку потрібно буде почати все спочатку. Те саме не стосується Illustrator. На відміну від звичних зображень gif, jpeg, png, tiff тощо, відомих як растрові зображення, векторні зображення не складаються із сітки пікселів. Натомість вони повністю створені шляхами, які є комбінованою формою

початкової та кінцевої точок. Ці шляхи пов'язані один з одним математичними формулами, які дозволяють нескінченно масштабувати їх і знову масштабувати.

Це робить Illustrator ідеальною програмою для компаній, оскільки вона може створювати зображення та логотипи, які можуть бути маленькими значками або достатньо великими, щоб з'явитися на рекламному щиті. Тоді як «растрові зображення» складаються з набору сітки точок, які насправді називаються пікселями, де кожен піксель встановив значення кольору. Растрові зображення залежать від роздільної здатності, ніж векторні зображення.

Отже, по суті, ілюстрація — це мистецтво створення зображень, які взаємодіють із чимось або кажуть, щоб додати до цього, не потребуючи прямої уваги та не відволікаючись від того, що вони ілюструють.

Ілюстрації використовувалися в різних сферах, таких як реклама, плакати, книги, графічні романи, розкадровки, бізнес, журнали, відеоігри, газети тощо. Мультяшна ілюстрація може додати розповідям гумору.

Illustrator найкраще опанувати, фактично використовуючи його. Це програмне забезпечення, яке використовується художниками та графічними дизайнерами для створення векторних зображень. Потім ці зображення будуть використовуватися для логотипів компаній, навіть для особистих робіт, як у друкованій, так і в цифровій формі.

3.2. Поетапне створення макетів серії плакатів

Створення макету серії плакатів на тему життя під час війни розподілено на наступні етапи:

1. Збір ідей:

- вивчення тематики війни та життя під час неї;
- аналіз схожих плакатів та ілюстрацій для натхнення;
- розробка концепції та ключових повідомлень, які ви хочете передати через плакати.

2. Створення композиції:

- визначення розмірів плакатів та їх кількість;
- розташування силуету військових як центральної фігури;
- встановлення макету на фоні у жовто-білих кольорах.

3. Вибір шрифту:

- вибір шрифту Arial або аналогічного шрифту, який має чітку і зрозумілу форму;
- встановлення оптимального розміру шрифту для зручного читання тексту на плакатах.

4. Додавання тексту:

- встановлення заголовків або ключових повідомлень, які будуть розміщені на плакатах;
- розподіл тексту на плакатах таким чином, щоб він був лаконічним і зрозумілим.

5. Ілюстрацій та деталей:

- додавання ілюстрацій або графічних елементів, які підкреслюють тему війни та життя під час неї;
- застосування техніки обробки зображення, таких як наслідування, контраст, розмиття тощо, для досягнення потрібного ефекту.

6. Остаточні налаштування:

- перевірка макету на видиму згоду та читабельність;
- внесення коригувань і виправлень у дизайн та композицію та аргументувати його важливість.

Створення інформаційного плакату про війну для дітей має наступну мету:

1. Забезпечити дітям об'єктивну та зрозумілу інформацію про війну, її дослідження та вплив на людей та суспільство.
2. Виховувати почуття емпатії, поваги та відповідальності у дітей щодо військових подій та людей, які взяли участь у них.
3. Подати інформацію таким чином, щоб вона була доступною та зрозумілою для дітей різного вікового рівня.

Цілі плакату:

1. Надати основну інформацію про війну, її причини, хронологію та основні наслідки.

2. Відобразити гуманітарний аспект війни, показати вплив на цивільне населення та потребу світу.

3. Засвоїти важливі цінності, такі як мир, толерантність, взаєморозуміння та повагу до життя та гідності людей.

4. Сприяти формуванню критичного мислення, аналітичних навичок та розвитку світогляду у дітей.

Варіативність інформаційного плакату:

– залежно від вікової дитини, плакат може бути адаптований, змінюючи склад і рівень групи деталей, які використовують для представлення інформації;

– плакат може мати інтерактивний характер, включаючи завдання, запитання або додаткові ресурси для самостійного дослідження;

– розміщення фотографій, ілюстрацій або малюнків можна варіювати, щоб підкреслити різні аспекти війни та привернути увагу дітей.

Для серії плакатів про життя під час війни з використанням кольорової схеми жовтий-синій-чорний можна використовувати наступні номери кольорів та відтінків:

Жовтий (рис. 3.3):

– головний жовтий: #FFD700 (яскравий жовтий);

– відтінок жовтого: #FFC200 (насичений жовтий).



Рис. 3.3. #FFD700 (яскравий жовтий) та #FFC200 (насичений жовтий)

Синій (рис. 3.4):

- головний синій: #0000FF (чистий синій);
- відтінок синього: #0047AB (темний синій).



Рис. 3.4. #0047AB (темний синій) та #0000FF (чистий синій)

Чорний (рис. 3.5):

- головний чорний: #000000 (чистий чорний)
- відтінок чорного: #333333 (темний чорний) #000000 (чистий чорний)



Рис. 3.5. #333333 (темний чорний) та #000000 (чистий чорний)

Ця кольорова схема може передати наступні емоції та символіку [22, 28]:

Жовтий: Сонячний жовтий може символізувати оптимізм, віру та надію під час труднощів війни. Його насичений відтінок може викликати енергію та рішучість у зустрічі з викликами війни.

Синій: Синій колір асоціюється зі стійкістю, відданістю та вірою у світ. Темний синій може викликати почуття впевненості та сили, а також символізувати довіру і безпеку.

Чорний: Чорний колір може викликати почуття солідарності та вшанування жертв війни. Він може підкреслювати серйозність та важливість повідомлень на плакатах, а також наголошувати на сили та стійкість, деякі для подолання випробувань війни.

Комбінація цих кольорів та їх відтінків може створити візуально привабливі та емоційно заряджені плакати, які передають повідомлення про життя під час війни.

Задля створення макету серії плакатів був відкритий Adobe Illustrator. Далі натиснута комбінація клавіш «Ctrl + N» у Windows або «Cmd + N» у Mac для створення нового документа. Були встановлені постійні розміри плакатів (рис. 3.6).

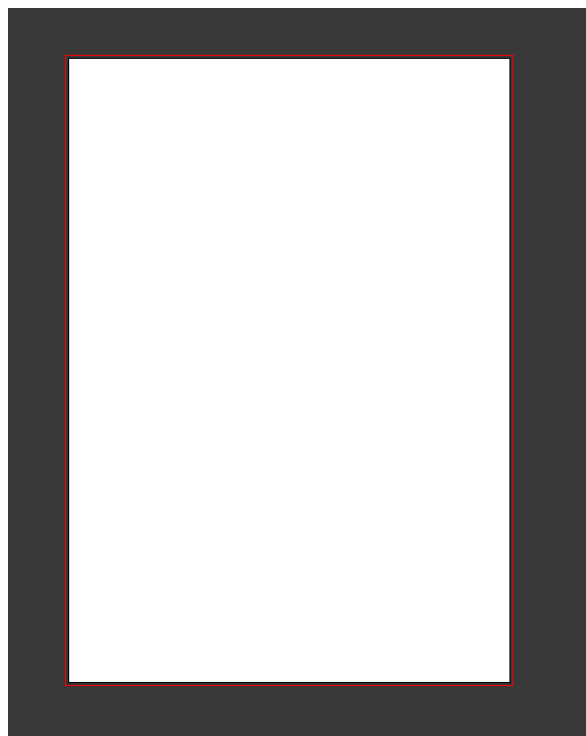


Рис. 3.6. Створення нового документа

Потім встановлено фоновий колір: #0047AB (темний синій) та #000000 (чистий білий). Був обраний інструмент "Інструмент прямокутник" або була

натиснута клавіша "М". За допомогою клавіші "Shift" був створений прямокутник, який заповнював весь макет. Був обраний потрібний жовтий або білий колір з палітри "Swatches" (Палітра кольорів) (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Фон для плакатів

Було додано силует військових. Створено зображення силуету військових, яке було бажано використати. Був вибраний інструмент "Розподіл" або був натиснутий "Ctrl + Shift + P" у Windows або "Cmd + Shift + P" у Mac. Було обрано зображення силуету військових та додано до постеру.

Використання силуета дозволяє зберегти анонімність та ідентифікацію окремих військових осіб. Це може бути важливим з огляду на безпеку та конфіденційність військових операцій (рис. 3.8).



Рис. 3.8. Ілюстративна частина для плакатів

Після того як весь текстовий вміст, настав час додати деякі візуальні елементи. Усе, що зараз потрібно зробити, це налаштувати кольори та шрифти в шаблоні, щоб вони відповідали стилю, темі. Був вибраний інструмент "Текст" або була натиснута клавіша "Т". Було натиснуто на макеті, щоб створити текстовий блок. Був обраний шрифт Arial із списком шрифтів на панелі "Символ" (Характеристики). Був введений текст, який був бажаний використати на плакаті (рис. 3.9).



Рис. 3.9. Осточна версія плакатів

Висновки до розділу

"Практична реалізація макету серії плакатних видань «Життя під час війни» для Полошківської ЗОШ I-III ступенів" присвячений практичному аспекту створення макетів плакатів для серії видань.

У цьому підрозділі описано процес формування концепції дизайну та кольорових рішень для серії плакатів «Життя під час війни». Розглянуто важливі аспекти вибору тематичних елементів, шрифтів, кольорів та композицій, які сприяють досягненню змістовності та естетичності макетів. Проаналізовано різні графічні редактори, які використовуються для роботи з векторною графікою при створенні макетів плакатів. Розглянуто їх основні функціональні можливості та переваги для ефективного проектування та редагування графічних елементів. Описано кроки від планування та розробки оформлення макетів.

Практична реалізація макету серії плакатних видань «Життя під час війни» для Полошківської школи I-III ступенів» містить практичні вказівки та методику для створення макетів плакатів, спрямованих на інформування про війну. Отримані результати зазначених підрозділів дають підставу для наступних висновків:

- формування концепції дизайну та кольорових рішень є критичним етапом у створенні макетів плакатів. Вибір тематичних елементів, шрифтів, кольорів та композицій має великий вплив на сприйняття та ефективність плакатів;

- аналіз різних графічних редакторів показав, що є багато інструментів, доступних для роботи з векторною графікою. Вибір підхідного редактора залежить від потреби та навички користувача;

- поетапний процес створення макетів дозволяє організувати роботу та покроково просунути від початкових етапів планування до остаточного оформлення. Це сприяє систематизації роботи та забезпечує високу якість кінцевих результатів.

В результаті виконання кваліфікаційної роботи було досягнуто поставлених задач та створено макет серії плакатів «Життя під час війни».

ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи, було розглянуто У цьому підрозділі досліджується поняття плаката як особливого виду інформаційного видання, спрямованого на війну. Визначено на його важливу роль у зв'язку, мобілізації та підтриманні військових сил.

Описано характерні риси та особливості плакатів про війну. Також вказано на важливість вибору відповідних матеріалів для забезпечення якості та тривалості плакатів. Оглянуто різні методи друку, які можуть бути застосовані при створенні плакатів про війну.

Отже, плакат є потужним засобом інформації та комунікації в період війни. Він виконує функцію мобілізації громадськості, розширення ідей та підтримки воєнних сил. Вибір відповідних матеріалів та способів друку плакатів мають важливе значення для забезпечення їх якості та тривалості. Матеріали повинні бути стійкими до впливу атмосферних умов та забезпечувати чіткість та насиченість зображення. Вибір способу друку залежить від технічних можливостей та вимог щодо якості та кількості плакатів.

Від початкових військових плакатів до сучасних дизайнерських рішень, плакати про війну відображають еволюцію у способах передачі інформації та емоційного зв'язку з глядачами. Результати виконаної роботи наголошують на важливості правильного підходу до створення плакатів інформаційного спрямування в період війни. Вони показують що важливе забезпечення особливості вибору матеріалів, способів друку та використання дизайнерських прийомів, щоб досягти максимальної ефективності та впливу плакатів на аудиторію.

Було висвітлено важливість розробки загальної концепції плакату. Показано, як вибір концепції впливає на ефективність комунікації та передачі інформації. Описані різні підходи до класифікації концепції видання плакатів про війну.

Досліджено аспекти дизайну та оформлення плакатів. Вказано на важливість вибору кольорів, шрифтів, композиції та графічних елементів для досягнення

бажаного ефекту та залучення уваги аудиторії. Показано, як використання різних дизайнерських прийомів може сприяти передачі інформації та емоційного зв'язку з глядачами. Досліджень вплив кольору на сприйняття та емоційну реакцію глядачів. Вказується на значення використання певних кольорових схем та палітр для досягнення бажаного ефекту та передачі певних повідомлень.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. – На заміну ДСТУ 3017-95; чинний від 2016-07-01.
2. Плакатна історія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.flyeralarm.com/blog/de/plakat-geschichte> (дата звернення: 22.05.23)
3. Дизайн плакату // MedieCommunity [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mediencommunity.de/book/export/html/25626> (дата звернення: 22.05.22)
4. Феллер М. Д. Довідник коректора [Текст] / М. Д. Феллер, І. С. Квітко, М. Г. Шевченко. — Х. : РВВ Кн. палати УРСР. 1972. — 408 с. — Бібліогр. : с. 403–404. — 4279 пр.
5. Комунікативні концепції та технологічні інновації у дизайні сучасного плакату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/kis/article/view/180561> (дата звернення: 23.05.22)
6. Колір у графічному дизайні та рекламі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://koloristika.in.ua/t_vkld.php (дата звернення: 23.05.23)
7. Машталір Р. М. Розвиток поліграфії на Україні: / Р. М. Машталір, Ж. М. Ковба, М. Д. Феллер. — Львів: ВО «Вища школа». Вид-во при Львів. ун-ті, 1974. — 188 с.
8. Поліграфія та видавнича справа: рос.-укр. тлумачний слов. / уклад. : Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. М. Василюшин, О. Г. Дячок. — Львів: Афіша, 2002. — 456 с.
9. Дурняк Б. В. Видавнича справа та поліграфічна діяльність в Україні [Текст]: моногр. / Б. В. Дурняк, А. М. Штангрет, О. В. Мельников, Я. М. Угрин. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2009. — 150 с.
10. Чехман Я. І. Друкарське устаткування: підруч. / Я. І. Чехман, В. Т. Сенкусь, В. П. Дідич, В. О. Босак. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2005. — 468 с.

11. Гаранько Т. Й., Огірко І. В. Алгоритм і програмне забезпечення мережного друку для систем оперативної поліграфії // Комп'ютерні технології друкарства (Львів, УАД). — 2010. — № 22. — С. 51–57.
12. Гаранько Т. Й., Огірко І. В. Автоматизовані системи управління для оперативної поліграфії // Поліграфія і видавнича справа. — 2010. — № 2(52).
13. Цифрові технології в поліграфії. Ілюстрований словник // Безкоштовний додаток до журналу «Палітра друку».
14. The Business of Graphic Design: The RGD Professional Handbook — 3 — Toronto: 2015. — С. 12–15. — 264 с.
15. Currie, Nick. Design Rockism. Архів оригіналу за 4 червня 2012. Процитовано 1 грудня 2013.
16. Поліграфія та видавнича справа [Текст]: рос.-укр. тлумачний слов. / уклад. : Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. М. Васишин, О. Г. Дячок. — Львів: Афіша, 2002. — 456 с.
17. Розум О. Ф. Таємниці друкарства / О. Ф. Розум. — К.: Техніка, 1980. — 143 с. — (Полігр.: Минуле. Сучасне. Майбутнє)
18. Основи поліграфії: додрукарські процеси : навч. посіб. [для студентів] / С. М. Гунько ; Укр. акад. друкарства. — Вид. 2-ге. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2013. — 159 с. : іл., табл. ; 20 см. — Бібліогр.: с. 138—140 (44 назви). — 300 пр.
19. Charlotte Fiell, Peter Fiell. Contemporary Graphic Design. — Taschen Publishers, 2008. — 559 с.
20. Wiedemann, Julius & Taborda, Felipe. Latin-American Graphic Design. — Taschen Publishers, 2008. — 544 с.
21. Денисенко С. М. Колірний контраст і гармонія у дизайні поліграфічної продукції // XXVIII Міжнародна науково-практична конференція з проблем видавничо-поліграфічної, галузі»: Тези доповідей. К.: «УкрНДІСВД», 2019. С. 2
22. Денисенко С.М. Теорія кольору. Навчальний посібник. [Електронний ресурс]. – 6.6 МВ. – К.: Вид-во Нац. Авіац.ун-ту «НАУ-друк», 2021. – 154 с.
23. Лобода С. М., Денисенко С. М. Видавнича справа і технічне редагування [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

<https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/41167/23/%D0%A0%D0%9F%20186%20%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2%20%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2.%20%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D1%85.%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3.%2022.pdf> (дата звернення: 23.05.22)

24. Технологія набору та верстки : навч. посіб. / Д. В. Васишин, О. М. Васишин ; за ред. О. В. Мельникова; рец.: О. М. Величко, М. С. Антоник, Ю. Ц. Жидецький. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. — 272 с. — 300 пр.

25. Український друкований плакат 1950-1992 років з фондів Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. У 3 вип. : каталог. Вип. 3. Український друкований плакат 1986-1992 років з фондів НБУ імені В.І. Вернадського/ уклад. Т. Галькевич, О. Донець. – Київ : НБУ ім. В.І. Вернадського, 2018. – 464 с.

26. Національний архів. (n.d.). Сила переконання: Мистецтво плакатів часів Другої світової війни. Національний архів США та адміністрування записів.

27. О'Геллоран, К., Сміт, Б. (Ред.). (2011). Мультиmodalні дослідження: вивчення проблем і областей. Routledge.

28. Підкуймуха, Л., Кісс, Н. (2020). Битва наративів: Політичні меми під час укр.-2019, 2020 (20), стаття 2246.

Результати створення макета видання

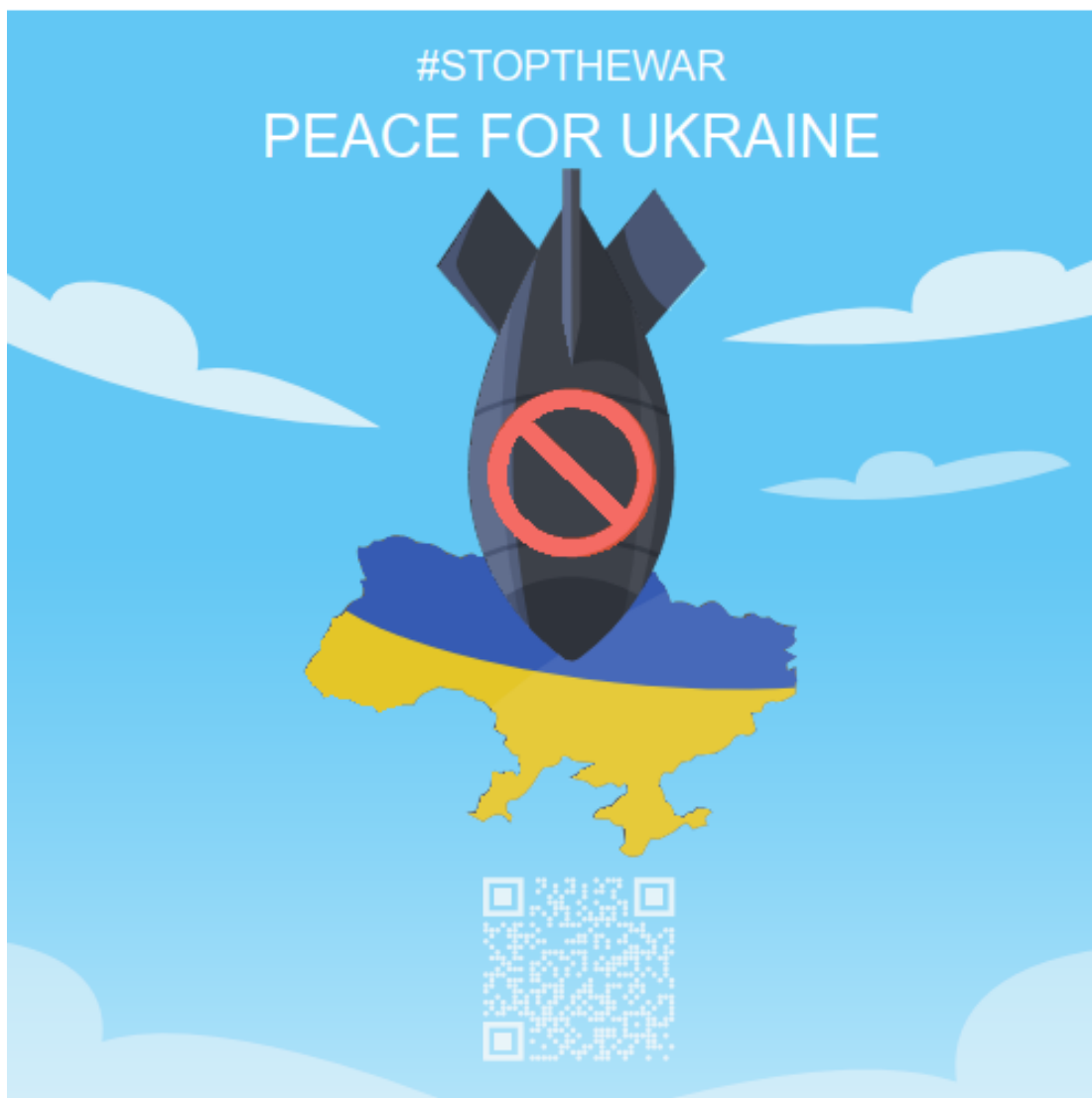


Рис. А. 1.

#SAVEUKRAINE

#STANDWITHUKRAINE

#STOPWAR

#PRAYFORUKRAINE

ОЛЕКСАНДР БАЗИЛЄВ

МЕДБРАТ ВІЙСЬКОВОГО ГОСПІТАЛЮ

*“МАТЕРІАЛЬНІ ЦІННОСТІ НЕ ТЕ ЩО ПІШЛИ НА ДРУГИЙ ПЛАН —
ВОНИ ПІШЛИ ПРОСТО. ЗАМІСТЬ НИХ ГОЛОВНИМ СТАЛО
СПІЛКУВАННЯ, ВЗАЄМОДОПОМОГА ТА ВЗАЄМОПОВАГА. ОСЬ ЦЕ
ВСЕ ДУЖЕ ЧІТКО ОСМИСЛЮВАЛОСЯ, КОЛИ РОЗУМІВ, ЩО
РОБЛЯТЬ РАЗОМ ЗІ МНОЮ ЗВИЧАЙНІСІНЬКІ ЛЮДИ”.*

Рис. А. 2.



Рис. А. 3.



Рис. А. 4.



Рис. А. 5.