

ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УКРАЇНСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра «Дизайну»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

спеціальності 022 «Дизайн»

тему:

Дизайн-проект серії плакатів на тему «Здоровий спосіб життя»

Роботу виконано:
студент групи ЗДЗ-19
Спеціальність 022
«Дизайн»
Аліна ФЕДОРЧУК
Науковий керівник:
Доцент кафедри дизайну
Юрій ВАРЧЕНКО

Буча
2023

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота обсягом 81 сторінок містить 4 розділи, 63 ілюстрацій, 0 таблиць.

Об'єктом дослідження є процеси дизайн-проектування поліграфічної продукції.

Предмет роботи – дизайн-проект серії плакатів за допомогою програми Adobe PhotoShop.

Метою роботи є розробка дизайн-проекту серії плакатів, що зображували б доступні способи для сучасної людини поліпшення її здоров'я, основна ціль яких вплинути на рівень якості фізичного та емоційного стану.

У першому розділі представлені основні відомості про виникнення і розвиток поліграфічної продукції та плакатного мистецтва. У другому розділі описаний шлях розробки концепції дизайну плакату, зображені та проаналізовані аналоги зазначенням оцінки їх дизайну. У третьому розділі описані особливості та процес розробки серії плакатів за обраною темою. Завершальний четвертий розділ висвічує результат досліджень способів друку та друкарського обладнання та вибір необхідного для втілення проекту обладнання.

За результатами роботи були набуті нові практичні знання у сфері плакатного мистецтва, процесів поліграфії та дизайну та виконані ідеї щодо їх втілення.

Ключові слова: плакат, історія плакату, поліграфічна продукція, дизайн, дизайн-проект, друк, здоровий спосіб життя.

ANNOTATION

The 81-page thesis contains 4 chapters, 63 illustrations, 0 tables.

The object of research is the processes of designing printing products.

The subject of the work is a design project of a series of posters using the Adobe PhotoShop program.

The purpose of the work is to develop a design project for a series of posters that would depict accessible ways for a modern person to improve his health, the main goal of which is to influence the level of quality of physical and emotional state.

The first chapter presents basic information about the origin and development of printed products and poster art. The second chapter describes the development of the poster design concept, depicts and analyzes analogues with an indication of their design evaluation. The third chapter describes the features and process of developing a series of posters on the chosen topic. The final fourth chapter highlights the results of research on printing methods and printing equipment and the selection of equipment necessary for the implementation of the project.

Based on the results of the work, new practical knowledge was acquired in the field of poster art, printing and design processes, and ideas for their implementation were implemented.

Keywords: poster, poster history, printed products, design, design project, printing, healthy lifestyle.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
ANNOTATION	3
ЗМІСТ	4
ВСТУП	5
1. ПЛАКАТ ЯК ФОРМА ВІЗУАЛІЗАЦІЇ Й РІЗНОВИД ПОЛІГРАФІЇ	7
1.1. Історія розвитку друкованого плакату	7
1.2. Типи та види плакатів	11
1.3. Візуально-графічні риси сучасної поліграфічної продукції	15
1.3.1. Сутність поліграфічної продукції, функції та технології виготовлення	15
1.3.2. Сучасні тенденції та дизайнерські рішення графічного вигляду плакату	18
2. ПРОЕКТУВАННЯ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «ЗДОРОВИЙ ОБРАЗ ЖИТТЯ»	24
2.1. Розробка змісту концепції плакатів	24
2.2. Аналіз аналогів плакатів за обраною темою	28
2.3. Вибір розміру й формату плакатів	36
2.4. Створення ескізів проекту	37
3. РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «ЗДОРОВИЙ ОБРАЗ ЖИТТЯ»	42
3.1. Створення ілюстративної частини	42
3.2. Колористичне рішення серії плакатів	48
3.3. Шрифтове рішення серії плакатів	50
3.4. Композиційні рішення при створенні серії плакатів	53
4. ТЕХНОЛОГІЧНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДРУКУ	56
4.1. Вибір способу друку	56
4.2. Вибір друкарського обладнання	66
ВИСНОВКИ	74
ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА	75
ДОДАТКИ	78

ВСТУП

Актуальність теми. Нинішній світ, його технології, мас-медіа, вивели інформаційну доступність на абсолютно новий рівень. Всеможливі банери, плакати, інтернет-реклама стали невід'ємною складовою заповнення простору сучасної людини. Однак, не зважаючи на унікальні можливості інфо-середовища та тенденції покращення якості життя, зі збільшенням кількості комфорту непомітно виникають нові проблеми. Удосконалення рівня життя все більше провокує людину до пасивного, а часом повністю протилежного природньому способу життя. Загальноприйнята поведінка у технічно розвинених країнах призвела до виключення дотримання базових законів здорового способу життя. Так із зростанням прогресу ми неусвідомлено переймаємо неприродній людині тип поведінки, чим зрушуємо статистику глобальної смертності та проблем зі здоров'ям промислово розвинених країн.

І у зв'язку з розвитком технічних досягнень ми можемо використати їх для зміни мислення та модифікації загально прийнятого способу життя. Розробка плакатів із візуально образними елементами та короткими слоганами-мотиваторами відповідними темі є досконалим підходом для висвітлення та розкриття проблеми людства. І саме таке рішення стане чудовим засобом для підсилення інтересу до даного питання.

Актуальність даної теми полягає у надзвичайній важливості донесення інформації про основи здорового способу життя та способи владнання проблем поганого самопочуття базовими рекомендаціями. На сьогоднішній обраний людством підхід до життя на пряму корелює із кількістю їхніх захворювань, а відсутність розуміння елементарних законів здоров'я часто заводить їх у глухий кут, тож розробка плакатів присвячених висвітленню цих основ стане корисним інструментом здобуття здоров'я.

Отже, дана дипломна робота має велике значення у роботі з підвищення рівня здоров'я населення.

Ціль дипломного проекту – розробка серії плакатів на тему «Здоровий образ життя» в програмі Adobe PhotoShop.

Для досягнення встановленої цілі в дипломній роботі вирішуються наступні **завдання**:

1. Проаналізувати плакат як форму візуалізації й різновид поліграфічної продукції.
2. Спроекувати серію тематичних плакатів.
3. Розробити дизайн серії тематичного плакатів.
4. Дати технологічно-економічну характеристику друку.

Об'єкт досліджень – процеси дизайн-проекування поліграфічної продукції.

Предмет досліджень – дизайн-проект серії плакатів за допомогою програми Adobe PhotoShop.

Метою роботи є розробка дизайн-проекту серії плакатів, що зображували б доступні способи для сучасної людини поліпшення її здоров'я, основна ціль яких вплинути на рівень якості фізичного та емоційного стану.

1. ПЛАКАТ ЯК ФОРМА ВІЗУАЛІЗАЦІЇ Й РІЗНОВИД ПОЛІГРАФІЇ

1.1. Історія розвитку друкованого плакату

Мистецтво плакату є особливим художнім видом друкованої продукції. Він не має великих габаритів, але здатен захопити погляд із досить далекої відстані.

Основною метою сучасного плакату є швидке інформування людей стосовно тої чи іншої тематики. Тематикою плаката можуть бути політичні заклики реклама продукції або комерційних послуг, навчальні проекти агітаційні заклики, висловлення думки.

Графічні плакати були покликані рекламувати послуги і товари, відображати глобальні проблеми, популяризувати думки, та прокладати шлях до нових досягнень. Плакат є доступною формою образного вираження емоцій соціуму чи окремої особистості. Протягом останніх століть вони стали знаряддям просунення ідей, громадської думки та інструментом візуального висловлення, способом передачі заклику у реформаційних чи протестних рухах.

Процес розміщення різноманітних зображень великого формату у громадських місцях простежується з глибокої давнини з розвитком культури мистецтво реклами набирали своєї актуальності. Перші плакати зазначили початок своєї історії ще в Стародавній Греції і Римі, вони повідомляли населення щодо запланованих вистав та торгових пропозицій [8, с. 112]. Ще тоді на просто мальованих від руки публічних повідомленнях були сформовані зародки плакатних рішень. Ще один із найдавніших та відомих прикладів друкованої реклами датується 1477 роком – це був невеликий блок тексту, що рекламував посібник для священників. Місцем виникнення такого рекламного винаходу є південно-західна частина Англії у Солсбері. Оголошення було надруковано Вільямом Какстоном, який представив друкарський верстат Британії та був першою людиною в країні, яка заробляла продаючи надруковані книги.

Проте дослідник А. Андрейканіч зазначив офіційний день народження плакатних витворів як 1482 рік. В цей рік один англієць Батдольд продаючи книги, рекламував книжкове видання «Геометрії Евкліда». Тоді для залучення покупців він використав рекламний плакат. Але на жаль, перший плакатний аркуш не зберігся. Від початку XVI-XVII століть дизайн для друкованих рекламних плакатів був монохромний. Не зважаючи на те, що зараз ми знайомі більше із широкоформатними плакатами, раніше його розміри не перевищували 22x25 см; рідко можна було побачити формат 22x50 см. Друковані форми попередньо готували, їх гравірували на мідній пластині або вирізблювали на дошці. Тому їх виготовлення одного дизайну плакату було довготривале, трудомістке та дороге коштувало. [3, с.35]. У XIX столітті постери з великою кількістю тексту, що друкувалися з використанням дерев'яних дощочок, були звичним явищем.

Нова літографічна технологія була запроваджена у використання баварцем Алоїсом Ціннерфельдом у 1798 році. Вона дала змогу збільшити розміри плакатів та знизити трудовитрати, а їх виконання тепер потребувало менше часу та зусиль. До середини XIX століття плакати ще друкували у одному кольорі, а написи робили набірним шрифтом. [3, с.35]

Розквіт різнобарвних зображень поліграфічної продукції на плакатах відбувся лише в середині століття після значного кроку у розвитку техніки друку. У 1838 році парижанин Годфрі Іглман розробив метод хромолітографії. Суть винаходу полягала у розділенні багатокольорового зображення на окремі кольорові складові та складанні фігур для кожної з них це дало особливих переваги дизайні. Він став прототипом сучасного та початком кольорового друку.

Французький художник-плакатіст Жюль Шере вважається винахідником кольорових літографічних плакатів. У 1866 році, він вивів друк на новий рівень змінивши чорно-білий процес друкарського виробництва. У літографічному друку малюнок малюється восковим олівцем на гладка поверхня, як правило, вапнякові блоки, які потім зливаються водою та покриваються чорнилом на масляній основі.

Пізніше такі блоки замінять більш ергономічними металевими пластинами. Воскові намальовані ділянки відштовхують воду та вбирають чорнило, перш ніж перенести їх на папір. Більшість плакатів все ще друкують літографічним методом із застосуванням механізованого офсетного процесу, коли зображення переноситься з металевієї пластини на гумовий ролик перед друком.

У другій половині XIX століття спостерігається динамічний розвиток плакатного мистецтва присвяченого музичній тематиці. Плакат XIX століття зумів охопити балет, оперу, симфонію, джаз та народну, інші види музики. До них також додалися музичні колективи, театри, опери, фестивалі, філармонії, хорові та сольні пісні, просто інструментальна музика, поп, кіно-музика, а також заходи присвячені окремим композитором та виконавцям. Музичне мистецтво гармонійно поєдналося із дизайнерським та дало змогу втілювати нові цікаві ідеї та провокувало поширення друку плакатів.

Афіші для виступів, всеможливих заходів, ювілеїв, театрів, музеїв і місць, композиторів та виконавцями, пов'язані з музикою, хоча й опосередковано. Пройти повз музичні кіноафіші та інші плакати було складною задачею, адже кольорова картинка приваблює в потоці вулиць своєю особливою атмосферою та яскравими рішеннями. Кожен плакат присвячений подібній тематиці виконанувався саме з такою метою і успішно досягав власної мети. В нашу чергу, для сучасного розробника плакату залишилася історія художніх образів минулих часів.

У 70-х роках XIX століття в друкарні була впроваджена технологія фотолітографії, що була винайдена австрійським бароном фон Рансонне у 1865 році. накладення трьох кольорів – жовтого, синього і червоного дозволяло отримувати не тільки колір на картинці, але й більш реалістичні зображення. З цього часу у світ приходить справжній графічний дизайн, який згодом поширив свої кордони на багато видів поліграфічної продукції. Мистецтво плакату набуло у Західній Європі великого розмаху, який сучасники називали «плакатним бумом».

Першим дизайнером плакатів був француз Жюль Шере (1836-1932), який у 1866 році відкрив у Парижі невелику майстерню літографії.

Ж. Шере започаткував лаконізм, який миттєвого сприйняття образу. Контрастні кольори на його в різних композиціях робило плакати чи яскравими та наповнений ми чітко вираженими образами. Проте спрощення деталей у його плакатах не було випадковим, економія фарби змусила митця модифікувати як колір, так і композицію. Він писав лише кілька слів, що були влучних для образу його реклами, фігура виступала центром його композиції.

Він був першим, хто зазначив авторство на плакаті. З таким чином Жуль Шере перетворив плакат на значний художній рівень. У другій половині XIX століття митець збільшив розмір робочий зони для плакату там робив нові витвори мистецтва уже збільшеному форматі. Він вже був використовувати на динамічні пози персонажів, експериментувати з дизайном та винаходів нові рішення для реклами можливих заходів Франції.

Дослідник В.Я. Шевченко зазначає, що у найбільш плідний період творчості митця, Він зумів виготовити понад 1000 плакатів. Його активна діяльність увійшла в історію, як епоха популяризації нового жанру мистецтва [1, с. 16].

А його послідовники Бондар і А. Тулуз-Лотрек з честю переймають його справу. Французький художник Андрі де Тулуз-Лотрек знайшов своє вираження у яскравих лаконічних образах. Він активно використовує жовтий колір та демонстратичну показовість ілюстрованих героїв. Він показав графічну сміливість і те наскільки оригінальним може бути зображення на плакаті.

Плакат початку XX століття ознаменувався як пряма реклама конкретної продукції. Стала відстежувати тенденція предметного зображення предметів побуту, автомобілів техніки та іншого. Першим почав розвиватися у цій галузі стали німецькі художники Леонард Бернхард, Л. Хольвайн та Ю. Клінгер. З 20-х років інші країни також перейняли цю тенденцію. Художник Франції А. М. Кассандр був одним з яскравих представників плакатного жанру. Він яскраво

передавав динаміку композиції, метафоричність образу, наявність спрощених форм та умовну кольорову палітру. [19, с. 113]

Особливе місце серед рекламних плакатів займають рекламні плакати до фільмів (кіноплакати). Таке розмаїття з'явилося завдяки розвитку кінематографа. Спочатку кінопостери створювалися на основі ширини окремих кадрів фільму. Пізніше до плакату додали малюнки, бажаючи показати головних героїв, передаючи жанр фільму. В окремий вид плаката можна виділити політичний плакат, що з'явився на початку 20 століття. Представники авторів плакату того часу: французький художник Т. Штайнлен та німецькі художники К. Кольвіц і Ю. Вальткорн. [4, с. 13]

Їхній вплив був дуже разючий, адже після них стало прийнятним зображення продукції в рамках популяризації її серед населення.

У яку епоху другої та першої Світової війни плакат та його менша версія – листівка були візуальними провідниками поширення інформації. Яких розвивали надзвичайно важливу роль у агітаційних рухах держав та засобами масового впливу на громадську думку. Вони широко застосовувались для заволікання до патріотичних, воєнних дій, скликаючи чоловіків і жінок на фронт й до помочі країні. В той же час у військовій авіації плакат використовували як спосіб пропаганди та пригнічення сил ворога. Ніколи раніше в історії людства ми не бачили і мабуть вже не побачимо такого масового виробництва типографічної плакатної продукції як у ці часи.

1.2. Типи та види плакатів

Плакат – це форма мистецтва спрямована реалізовувати ідеї людської думки. І хоча основною метою дизайну плакату є інформування суспільства, спеціалізація кожного з них може бути різною. Виходячи із цілей плакату можна визначити такі 6 типів його призначення.

Плакати бувають інформаційними, соціальними, комерційними, навчальними, рекламними та декоративними.

Як уже зрозуміло із назви зовнішню рекламу продукції здійснює саме категорія рекламних плакатів. Їхня мета висловити пропозицію у якомога доступнішому, привабливому та цікавому вигляді. Зображення має впадати в око, а також добре зчитуватись окремий продукт, послуга. Такі плакати слугують для швидкого поширення та збільшення привабливості товару-пропозиції. Чи можуть бути рекламні банери закладів, самої продукції, афіші подій, стенди кіноафіш. Вони можуть виражати позитивні якості продукції, візуально огортувати у «привабливу упаковку», виявляти їх актуальність, а також акційні пропозиції. Часто використовуються концертні плакати, як правило, для співаків або музичних груп. Розміщуватись такі плакати можуть як на вулиці, в метро, підземних переходах так і в самих торгових центрах. Але часто вони обмежуються місцем, де буде відбуватися подія.

Для поширення важливої інформації використовуються інформаційні плакати. Зазвичай вони адресований до певної групи людей. Можуть бути розміщені в закладах держустанови, банках, місцях надання послуг. Вони скорочують час відвідувачів, повідомляють необхідні для відвідувачів речі. [18]

Третій тип – це соціальні плакати, що також можуть мати назву мотиваційних. Часто-густо вони закликають до дії чи роздумів. Такі плакати висвітлюють проблему, відкривають на неї очі соціуму. Кінцева мета буде реалізована, якщо глядач прийме певне рішення та втілюватиме його життя. Їх також можна побачити на вулицях міста або у громадських місцях. Цей вид плаката, на відміну від інформаційного, не призначений для продажу товару чи послуги. Зазвичай використовується як спосіб привернути увагу громадськості до певних питань. Соціально спрямована реклама використовується для масового відтворення конкретної моделі поведінки. [9, с. 125]

Вони призначені для формування здорових чи гігієнічних звичок у людей, а також для порядку чи безпеки. Сектори, які хочуть використовувати освітні плакати, включають освіту, політику, некомерційні організації та сектор охорони здоров'я. У цьому типі плакатів образи виконують набагато більш важливу роль, ніж текст. Фактично він прагне створити вплив з ними. Як правило, повідомлення виражається не словами, а графікою, що генерує емоції, і робить ідею, яка передається набагато ясніше.

Аби забезпечити необхідне просування компанії та її пропозицій використовуються корпоративні плакати. Вони демонструють сильні сторони корпорації, цілі та здобутки. Це матеріал із дуже чітко визначеним змістом, який часто використовують великі бренди світу та важливі мережі магазинів. [17]

Основним елементом цього типу плаката є зображення моделі поруч із логотипом слоганом або продуктом рекламодавця. За допомогою такої реклами компанії затверджують своє ім'я на загальному ринку. Частіше за все плакати для такого типу розробляються у найбільших форматах. [18]

Декоративні плакати покликані бути одними з найбільш естетичних типів. Його можна не лише десь побачити, а й придбати. Вони попуризують знаменитих людей, персонажей та інших. Такий вид створює естетичну атмосферу приміщення. Найчастіше за все їх можна зустріти в кафе, ресторанах, а також у жилих кімнатах.

Навчальні плакати використовують у закладах середньої та вищої освіти, автошколах, лікарнях та подібних медичних закладах. Плакати даного типу мають на меті загально-просвітницьку діяльність та поширення важливих для людей знань. [17]

Також існує класифікація за типом самого дизайну, серед них графічні, шрифтові та комбіновані.

Шрифтової плакат виглядає як дизайн композиція оформлена лише із самими шрифтами. Вони можуть передавати певну ідею, образ чи абстракцію (рис. 1.1.).



Рисунок 1.1. Шрифтовой плакат.

У графічному плакаті зображають лише художні образи. Зображення без шрифту частіше виняток у плакатному мистецтві.

А у комбінованому є зображення в поєднанні зі шрифтом. Цей вид застосовують найчастіше (рис. 1.2.).



Рисунок 1.2. Комбінований плакат.

Еще одна класифікація пов'язана із розмірами зображення. Плакат немає чітко зазначеного одного розміру, тому завжди потрібно визначати необхідний для замовника формат. Вибір розміру та якості зображення залежатиме від відстані на якій він буде розміщений від споживача. Чим далі, тим менша якість може бути застосована. Ці елементи є провідними для визначення розміру. Зазвичай обирають серед стандартних розмірів: малі – А4 (297 x 210), А3 (297 x 420), середній – А2 (420 x 594), і великі – А1 (594 x 841), А0 (841 x 1189) формати.

1.3. Візуально-графічні риси сучасної поліграфічної продукції

1.3.1. Сутність поліграфічної продукції, функції та технології

ВИГОТОВЛЕННЯ

Поліграфічна продукція представляє імідж компанії на ринку, тому її зовнішній вигляд повинен бути яскравим і виразним. Залежно від версії, вимог, дизайнерських рішень і типу друкованої продукції, продукція може бути

надрукована різними способами, але це потребує різних фінансових витрат. Найбільш популярними і недорогими способами повнокольорового друку є цифровий і офсетний спосіб.

Офсет дозволяє отримати якісну передачу кольору та заощадити кошти на великих тиражах. Цифровий друк дає можливість персоналізувати кожен тираж та вносити правки в останню хвилину. Більш складні завдання та виграшні варіанти можливі з трафаретним друком (шовкографією) та гравіюванням. Трафаретний друк виконується на металі, кераміці, склі, тканині, пластику, папері і може створювати рельєфне зображення. Гравіювання – більш дорогий спосіб, при якому кінцевий виріб є ексклюзивним. Різограф підходить для вирішення простих завдань.

Представницька продукція, яка включає портфоліо, візитні картки, блокноти, запрошення, конверти, фірмові бланки, значки, дисконтні картки, паперові та поліетиленові пакети, є важливою для ефективного функціонування будь-якого бізнесу чи компанії. Іноді її називають бізнес-друком. Проводиться у фірмовому стилі, який формує імідж в очах потенційних клієнтів і ділових партнерів, сприяє зростанню популярності та впізнаваності. Останніми роками представницькі постановки розширили свою роль і почали виконувати рекламну функцію, яку не можна ігнорувати.

Книги та журнали друкуються у великих друкарнях. Серед даного виду продукції можна відзначити фотокниги та каталоги на замовлення, тираж яких може бути невеликим.

Рекламна продукція охоплює широкий спектр поліграфії. Сюди входять листівки різної форми, листівки, брошури, брошури, плакати, постери та постери. Це все матеріали, які мотивують людину зробити покупку.

Вона виконує складне завдання привернення уваги потенційних клієнтів, пробуджує їх інтерес, доносить інформацію про товар або послугу. У зв'язку з цим фахівці з реклами постійно придумують нові формати і види поліграфічної

продукції. Вони наслідують одну мету – здивувати і привернути увагу. У цьому випадку друкарський верстат виступає як головний виконавець, який шукає і знаходить нові технології для реалізації будь-якого задуму.

Але оскільки людині властиво втрачати інтерес до одноманітності, професіоналам рекламної індустрії доводиться постійно придумувати нові концепції, впровадження та дизайнерські рішення, щоб знову залучити потенційного клієнта.

Хоча галузь календарної продукції здається більш простою, проте не є одноманітною і на даний час існує величезний перелік видів календарів за їх тематикою і дизайном. Наприклад, кишенькові, листові, квартальні, настільні, ексклюзивні за форматом або оздобленням: домашні календарі, фото-календарі тощо. Календарні вироби, які виконують відразу кілька функцій: дозволяють планувати справи, контролювати час, прикрашають офіс, є чудовим подарунком і ефективним рекламним інструментом. Тому календар широко популяризується як поліграфічна продукція.

Головною перевагою друкованої продукції є її здатність зберігати інформацію тривалий час. На відміну від інших типів рекламної галузі, надрукована інформацією дає можливість ознайомитися з нею будь-який час, що дозволяє людині зробити вибір усвідомлено, не нав'язуючи рішення.

Окрім стандартних видів друку, існують також спеціальні типи поліграфії, такі як стереографічна та ароматична. За допомогою застосування стереоефектів з'являється можливість бачити одразу кілька ракурсів або ефект трьохвимірного зображення друкованої продукції. За допомогою техніки додавання ароматичних якостей поліграфічній продукції ми отримуємо незвичайну друковану продукцію (який може бути постійним або з'являтися в певний момент).

Післядрукарська обробка продукції також має приваблюючі властивості, наприклад, фольги, закруглення кутів, ламінування тощо.

Типографія ніколи не буде витіснена електронними технологіями, адже вона має стабільний матеріальний вигляд, для якого не потрібна штучна енергія, а для використання додаткові ресурси. І хоча є припущення, що вона скоротить свої оберти, ймовірніше вона тільки перейде на більш екологічний варіант використання сировини.

Отже, визначимо що таке поліграфічні процеси. Це організований ланцюжок технологічних операцій виготовлення поліграфічної продукції, які здійснюються за допомогою спеціальних технологій і технічних засобів. Історія друкарства сягає глибини століть. У цей час розвивалося і друкарство, слідуючи за розвитком суспільства, змінюючи способи друку і, відповідно, технологічні прийоми та обладнання. Багато способів друку уже давно забуті.

Але основні основи та принципи типографіки збереглися й донині. Процес виробництва поліграфічної продукції можна розділити на три етапи: додрукарська підготовка, друкарські процеси та післядрукарська обробка. Додрукарська підготовка в широкому розумінні – це, по суті, всі процеси, починаючи від роботи з автором і закінчуючи виготовленням готових друкованих форм, які використовуються для друку випуску. Для сучасних видавництв характерне використання комп'ютерних технологій у додрукарських процесах.

Додрукарська підготовка у поліграфічному середовищі починається з отримання замовлення та з'ясування усіх його нюансів і завершається формальними процедурами.

Зараз все більше друкарень переходять на технологію друку моделей безпосередньо з комп'ютера, минаючи процес виготовлення фотомodelей. Якість друкованої продукції безпосередньо залежить від ретельності додрукарської підготовки. Це дає можливість врахувати або виправити (або запобігти) більшість помилок, які можуть виникнути в процесі друку. Процеси додрукарської підготовки схожі як для поліграфів великого, так і оперативного (малого) діапазону.

1.3.2. Сучасні тенденції та дизайнерські рішення графічного вигляду плакату

Сфера поліграфії на сьогоднішній день не втрачає здатності розвиватися та запроваджувати нові відкриття і створювати нові проекти із притаманними тільки для неї можливостями. Вона не стоїть на місці та продовжує стрімкий технологічний розвиток. Тож варто приділити увагу основним новітнім розробкам, що стали доступні для сучасної поліграфії.

Сутність інновацій у поліграфії полягає у технологія які дозволяють підвищити продуктивність та якість, скорочуючи час для випуску продукції та при можливості заощаджуючи на витратах. Для такої задачі потрібна не лише нова оснащена техніка і переосмислення попередніх рішень, а й впровадження нових ідей.

До сучасних інноваційних рішень поліграфічної справи можна віднести:

- гібридне лакування бронювання;
- лентикулярне друкування;
- використання ароматизованих лаків і фарб;
- створення фактурного зображення;
- інші спецефекти.

Технологія лентикулярного друку передбачає створення зображень з 3D ефектом. Таке зображення наносять на пластикову основу, і під спеціальну лінзу потрапляє його частина. Саме лінза створює потрібний оптичний ефект. Ця технологія вже успішно використовується в рекламі та у виробництві листівок, нот та іншої поліграфічної продукції. На сьогоднішній день це досить дорого і складно, але продовжує успішно розвиватися.

Гібридні лаки вже давно успішно застосовуються в США і Європі. Кінцеве зображення не тільки виглядає краще та ефектніше, але й набагато приємніше на дотик. Для цього застосовують спеціальне обладнання та особливу фарбу, яка поєднує властивості олійних пігментів та ультрафіолетового лаку. [20]

Ефект бронзування досягається нанесенням спеціального бронзового порошку та особливих барвників. Для закріплення використовується клей для бронзування. Кінцевий образ виглядає дуже ефектно і дорого. Насправді сам метод далеко не новий, але останнім часом технології швидко зробили крок вперед і стали більш доступними. Наприклад, дуже привабливо виглядає бронзовий знак. Крім того, таким чином можна досить добре надрукувати тонкі лінії, які завжди є проблемою.

Досягнення інших спеціальних ефектів. Metal FX частково схожий на бронзування. Це нова англійська техніка, яка передбачає надання поліграфічній продукції металевого блиску, що має дуже стильний вигляд. [20]

Щодо ароматизаторів, то їх ефект досягається Ароматизованими фарбами та лаками мають приємний аромат. Він зберігається після виготовлення продукції достатньо довгий термін часу. Сфера їх використання в першу чергу у рекламній продукції.

Все більш популярними стають пігменти і так звані фініші незвичайних відтінків – з блискітками, неонові, золотисті, напівпрозорі. Всі нестандартні прикраси стають все більш актуальними і різноманітними. Особливо з огляду на тенденцію друкувати до малих тиражів. Раніше неможливо було вигідно замовити в друкарнях синтетичну продукцію чи маленькі тиражі. Але з розвитком цифрового друку це стає більш ніж реальністю. І для багатьох клієнтів це зручніше. Крім того, це дозволяє далі експериментувати з незвичайними рішеннями. [20]

При необхідності виконуються фінішні операції: повне або вибіркоче лакування, пресування плівки, нумерація, висічка, тиснення та ін. Сучасні цифрові комплекси та друкарські машини дозволяють виконувати всі операції в автоматичному режимі, від обробки оригіналу до кінцевого продукту.

Тенденції дизайну визначають ефективність просування інформаційного контексту, тож аби потрапити у течію потрібно вловити ритми сучасної стилістики. Саме розуміння того, як змінюються та розвиваються стилі, зробить дизайнерське рішення конкурентоспроможним.

Щодо дизайнерських властивостей сучасного плакату, то нижче ми розглянемо тенденції та графічні рішення дизайнерського простору плакатного мистецтва.

Серії плакатів, об'єднані спільним задумом – такі дизайнерські рішення мають сильніший вплив, адже провокують частіше згадувати та роздумувати над ними та вже побаченими на вулицях міста їх попередниками. І от тут для задуму художника відкриваються унікальні можливості. Ці плакати можуть мати спільний елемент, що глядач зустрічатиме на всіх зображеннях, бути частиною того цілого, що можливо навіть не буде одразу побачене у єдності і лише в інтернет просторі складатиме повну картину. Вони обов'язково будуть об'єднані єдиною ідеєю та стилем. А їхня кількість сприяє збільшенню сили та впливу під час взаємодія з людиною. До того ж науково доведений факт стосовно кращого сприйняття людиною те, що її свідомість вже бачила. Таким чином ланцюжки асоціативного ряду отримують ліпший спосіб для формування у них нової графічної інформації.

Відносно нещодавно дизайнери почали використовувати QR-коди у виготовленні плакатів, а деякі витвори тепер мають лише цей знак. З одної сторони реклама тільки одного QR-коду, мало інформативного для людського ока є невідомою для деяких поколінь незрозумілою. Але в той же час, це може привабити молодь, що цікавиться загадковими та незвичними рішеннями. Наразі усі смартфони оснащені функцією, із якою можуть зчитувати такі коди та переносити людину за посиланням одразу на сайт або показувати цільовий матеріал. Короткий слоган і QR-код – це сучасні рішення, що робляться інструментами для швидкої та ефективної реклами послуг, подій і товарів. І хоча новий плакати мають у своєму змісті не лише інформацію, а QR-код є додатковим посиланням, сам код також буде працювати, а з часом, можливо, і найменш ефективно.

Останні кілька років 3D-зображення постійно залишаються в трендах, тож можна сміливо чекати 3D-графіки і в 2023 році. Популярність цього стилю можлива

в різних видах графічного дизайну, а глибина зображення створює відчуття реальності намальованого об'єкта.

Об'ємний друк змінює концепцію дизайну і надає характерності роботі. Тривимірний текст все ще популярний, оскільки він дозволяє дизайнеру імпровізувати та надавати тексту індивідуальний стиль.

Асиметричний дизайн. Сьогодні дизайнери прагнуть створювати вироби більш індивідуальні та живі. А асиметрія в дизайні є досить популярним прийомом, адже створення асиметричного балансу дозволяє зосередити увагу на важливих речах, сприяти візуалізації графічної інформації, більш вигідно використовувати вільний простір.

Головні риси стилю ар-деко – це геометричні форми, сміливі кольори, гострі вигини, суворі вертикальні лінії, активні контури та відблиски. Тому арт-деко широко використовується при виготовленні логотипів. Художники і дизайнери, що працюють в цьому стилі, прагнуть передати в своїх роботах енергію, блиск, екстравагантність і розкіш.

Сучасна інтерпретація стилю середньовіччя залишається популярним триндом. Відповідь його актуальності криється в нюансах цього стилю, оскільки він культивує позачасові образи, з якими люблять працювати стилісти.

Кольорові палітри дозволяють створювати прості для розуміння ілюстрації. Такі зображення викликають відчуття спокою та впевненості в бренді.

Дублювання та градація. Це варіант, коли крім двох основних кольорів присутні його півтони, завдяки чому можна комбінувати кольори, які не поєднуються в чистому вигляді. Завдяки цьому роботи виглядають сучасно, створюють потрібну атмосферу та привертають увагу.

Теплі кольори більш енергійні та емоційно заряджені також залишаються привабливими рішеннями у сучасному дизайні. Ці відтінки нагадують час ретро, коли камери не могли вловити повну глибину кольору.

Загалом, теплі тони зустрічаються рідше, ніж холодні, тому зображення з невеликим «вкрапленням» теплого кольору буде дійсно виділятися.

Ці композиції покривають вільний простір і уникають чіткої ієрархії. Елементи в цих композиціях здаються нещільно пов'язаними між собою. Часто відкритий стиль може виглядає хаотичним, зламанним і пощербленим, але розташування кожного елемента не є випадковим.

Мінімалізм – стиль дизайну, який характеризується лаконізмом засобів виразності, простотою, точністю та влучністю композиції. Це органічне та просте використання необхідного і відмова від надмірності в усьому. Нинішні тенденції екологічного руху актуалізувати цей стиль як ніколи раніше. [8]

Відмовляючись від класичних методів творчості та традиційних художніх матеріалів, мінімалісти використовують індустріальні та натуральні матеріали з простими геометричними формами в нейтральних кольорах (чорний, сірий) і невеликих обсягах. Витоки мінімалізму лежать в основі конструктивізму та функціоналізму.

Висновки до розділу

Отже, у першому розділі ми дали визначення плакату, як окремого виду мистецтва. Також ми розглянули історію розвитку друкованого плакату від його зародження за часів Стародавньої Греції та Риму, початку друку перших плакатів у Британії та його поширення у межах великого масштабного виробництва. З'ясували варіації призначення плакату, які бувають його типи та види.

Дізналися перші формати і розміри плакатного зображення. Далі ми заглибилися у тему розвитку друкованого плакату як виду мистецтва та дослідили діяльність першопрохідців дизайнерів-графіків: Жюля Шере, П'єра Боннара, Андрі де Тулуз-Лотрек. Визначили вплив перших німецьких художників Л. Бернхарда, Л. Хольвайна та Ю. Клінгера, які популяризували зображення товарів на плакаті, та зробили новий крок у рекламуванні продукції.

Ми змогли розглянути сучасні візуально-графічні риси поліграфічної продукції. Її сутність та функції та конкретні технології виготовлення. А також провели теоретичні дослідження на основі попередньо висвітлених даних щодо

сучасних тенденцій дизайнерських рішень графічного дизайну і його зображення у плакаті.

2. ПРОЕКТУВАННЯ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «ЗДОРОВИЙ ОБРАЗ ЖИТТЯ»

2.1. Розробка змісту концепції плакатів

В наш час дизайн, медіа середовище та простір для його втілення є провідною складовою просування ідеї в маси. І багато цікавих та важливих тем, до прикладу екологічна, психологічна, тема взаємоповаги, однак є та, якій приділено недостатньо уваги. Проблема людського здоров'я набуває усе більшої ваги. Люди виокремлюють надто мало часу на дослідження такого аспекту як фізичне самопочуття. І хоч факт взаємозв'язку емоційного, психічного і духовного і фізичного здоров'я є нерозривним у природі людини, рідко коли мова у мас-медіа йде саме про це. Ідея цього проекту полягатиме у відкритті цієї істини на широку аудиторію. І способом втілення цього проекту буде розробка унікальних соціально інформативних плакатів, що торкатимуться теми деяких аспектів фізичних нюансів здорового способу життя.

На даний момент часу ми бачимо картину, того як з кожним роком ця тема отримує все більшої популярності та розголосу у суспільстві. Така особливість неодмінно пов'язана із збільшенням кількості захворювань сучасної людини. Доступ до інформації пов'язаної зі здоров'ям збільшується, а зацікавленість, що стосується його відновлення зростає. Тепер уже не тільки літні люди відчують необхідність серйозного ставлення до цієї складової нашого життя. Молоді люди та навіть діти стають дослідниками теми здоров'я.

Плакат має бути доступний для розуміння людині із будь-якою освітою, легкий у сприйнятті та приємний на вигляд дизайн. Пов'язана дана проблематика із поширенням хвороб, що набуті суспільством у розвинених країнах світу. Такі захворювання отримали назву захворювання способу життя.

Перший плакат буде присвячений темі правильного дихання. Насправді це недооцінений процес нашого життя. Дихання забезпечує нас свіжим повітрям та

продовжує життєдіяльність. Однак на цьому не закінчується перелік цінних для організму функцій. Але про це трохи згодом. Перш за все хочеться звернути увагу на те, як все таке правильно дихати і чому більшість людей робить це неправильно. За дихальні процеси відповідальні легені – так відповість вам навіть мала дитина. Але на в протипагу цьому лікарі зазначають важливий підлегеневий орган – діафрагму. Вона розділяє легені черевну порожнину та щоразу при вдиханні свіжого повітря розширюється і справляє позитивний вплив на внутрішні органи. Такий вид дихання, при якому задіяна діафрагма називається глибокий. І саме таке дихання є у маленьких дітей які не задумався про красу роблять усе природним чином. Вже не одне століття модні тренди диктують нам стандарти краси, які знищують ізсередини. Людина зав'язують тугі пояси, втягує живота, та надягає джинси, які мали чим відрізняються від середньовічного корсету. Однак, оскільки із діафрагмою мало хто знайомий існує думка, що коли сама грудна клітка не передавлена, можна бути спокійним і не перейматися з приводу недостатнього кисньопостачання. Тому вагома частина людей дихає лише поверхнево – легенями і позбавляє себе важливих переваг діафрагмального дихання. Такий тип дихання відбувається верхньою частиною живота, існує думка, що це виглядатиме непривабливо, але насправді у уьому типі дихання візуально задіюється тільки грудна клітка. [16]

Він сприяє ефективній циркуляції лімфи, чинить протистресову дію, сприяє ефективному травлення та покращенню метаболізму і позитивно впливає на стан нервової системи.

Другий плакат має на меті привернути увагу людей на проблему майже повної відсутності активної фізичної діяльності. Людський організм має необхідність у щоденних фізичних навантаженнях, які би задіювали кожен м'яз та насичували би кров'ю усе тіло.

Фізичні вправи це не тільки а й виплеск надмірної енергії. Вони допомагають нервовій системі швидше відновитися позбутися стресів та зайвої агресії, робить людину більш збалансованою отриманою та морально сильною. [13]

Фізичні вправи роблять людину витривалою, покращують загальне самопочуття та роботу всіх органів і систем. Крім того активна діяльність це не тільки про здорове тіло, вона також покращують розумову активність і позбавляє мозок надмірного перенавантаження, а також дає можливість більш якісного відпочинку. Такий сон зміцнює імунітет, поліпшує пам'ять, когнітивні можливості мозку, позитивно впливає на емоційний стан та зниження депресії, та покращує фізичні можливості. [1]

Таким чином, фізичні вправи допоможуть швидше відновлюватись, ліпше засвоювати нову інформацію та покращувати якість її розуміння. Навіть звичайна ходьба із прямою спиною та пришвидшеним кроком розганяє кров по всьому тілу та полегшує щоденну діяльність людини. [12]

Сучасна людина надзвичайно багато часу проводить сидячи, одноманітних позах або як ще гірше – із сутулою поставою, що пригнічує як здорову роботу нервової, дихальної, кров'яної, травної та інших систем.

Одною з провідних причин такого стилю діяльності є електронні пристрої: смартфони, планшети, ноутбуки та інші. Але скільки би користі вони нам не приносили, здоров'я людини неодмінно погіршується через постійну роботу їх впливу. Тож для розробки плакатів було вирішено використати і цей елемент людської буденності.

Задум полягає в тому, щоби за комбінацією постав фізичних вправ зображених з відрізками у часі один із пристроїв відлітав від ноги людини, яка займає свій час спортом. Такий задум робитиме плакатну композицію комедійно-сатиричною.

І третій плакат присвячений темі правильного харчування. Причому як стилю, так і обраним продуктам. Тема надзвичайно важлива, і як і попередньо підняті

здається базовою. Незважаючи на це багато людей робить свій вибір не на користь правильного способу насичення тіла.

Травні органи людини перевантажені всі сутністю балансу, певного з режиму прийняття їжі та культури харчування. Вишивання солодких, гострих, та добре приправлених шкідливою олією страв з кожним днем погіршує стан органів людини. Безліч хвороб як тілесних так і розумових спричиненні неправильним харчуванням, переїданням, відсутністю балансу мікро- та макронутрієнтів. Рак, депресії, розлади пам'яті, серцево-судинні захворювання, біль в суглобах та ще багато іншого – це все наслідки відсутності базових знань та їхнього втілення у життя.

Концепція третього з плакату полягає у пропагуванні виживання корисної їжі. Незліченну кількість захворювань можна було би уникнути та перебороти за допомогою правильного харчування. Гіпертонія, рак, хвороби серця та судин, органів травлення, проблеми із кістками, зором та багатьма з іншими хворобами є можливість впоратись за умови дотримання правильних харчових звичок. [2, с. 27]

Доктор медичних наук Майкл Грегор стверджує, що необроблені та правильно приготовлені рослинні продукти можуть позбавити незліченної кількості хвороб та покращити самопочуття людини будь-якого віку. [2, с. 303]

Така їжа дарує здоров'я. Тож аби замотивувати людей харчуватись правильно, ми будемо використовувати привабливі зображення корисної їжі, серед якої знаходиться горіхи, фрукти, овочі та зернові. В ідеї цього плакату їжа та різні страви будуть літати навколо талії дівчини, переконуючи таким чином, що саме така їжа дасть легкість та гарне здорове тіло. А сама молода дівчина буде передавати легкість у своїх рухах вона буде зображена у весняній сукні лимонного кольору, яка також підкреслюватиме свіжості та невагомості.

Ідея четвертого плаката полягає у нагадуванні людям важливості пити достатньо води. Адже її нестача викликає проблеми із слизовою оболонкою, кров'ю, якістю шкіри та роботою внутрішніх органів та інші. Очищує організм, зволожує

його та поліпшує роботу травлення необхідна людині щодня. Бажання пити воду, головні болі та загальна слабкість можуть бути ознаками того, що людина випиває недостатню кількість води. [23]

На цьому плакаті також буде зображена дівчина, яка має всередині океан. Форма її волосся має асоціюватись із рікою, а постава нагадувати форму пляшки води. Така асоціація має повідомити глядача про те, що люди – це ніби сосуди, які мають наповнятися водою щодня.

2.2. Аналіз аналогів плакатів за обраною темою

Аби розробити якісну серію плакатів за обраною тематикою, необхідно переглянути його аналоги. Це допоможе уникнути однотипних дизайнів із уже створеними. На додаток до цього ми зможемо запобігти допущенню помилок на аналізі попередніх робіт.

Отож, аби виключити усі можливі ризики розробки неякісного або вже втіленого плаката проведемо дослідження аналогів плакатної продукції, що торкається галузі здоров'я. [7, с. 126]

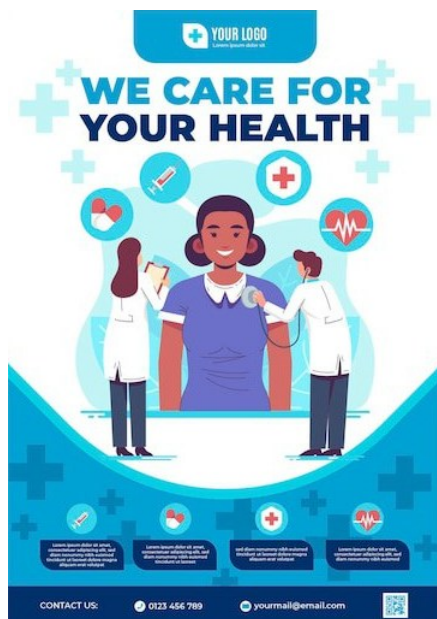


Рисунок 2.1. Плакат «We care for your health».

Плакат, який ми розглянемо присвячений турботі про здоров'я (рис. 2.1). У ньому використано доцентрову радіальну композицію, адже кожен елемент рухається усередину де зображений пацієнт як основний герой композиції.

Тут також влучно підібрані кольори, вони належать до комплементарних поєднань. Ніжно червоний із блакитним та синім кольором приємно контролюють на фоні чистого білого середовища. Зазначити також правильне використання фону. Винная пустим але поєднаний із формами медичних хрестів.

І цілком плакат має органічний дизайн, який добре наслідує тематику. Єдине, що хочеться відмітити, не в позитивну сторону – це компоновання лікарів у композиції. Вони конкурують із формою напів еліпсу, що знаходиться під ними, та торкаються його, що є не зовсім грамотним підходом та у даному випадку абсолютно невиправданим.



Рисунок 2.2. Плакат «10 tips to stress less».

Наступний плакат зображує десять порад, як зменшити вплив стресу (рис. 2.2).

Плакати виглядає досить органічна у ньому присутня гармонія як кольорова, композиційна, так і смислова.

Хочеться звернути особливу увагу на використання форм. Плакат розроблений у стилі коміксу, і це не дало шансів для втрати елементів з поля зору. На відміну від звичайних схема навчальних плакатів йому вдалося втілити перелік позитивних чинників новим способом. Також у тему стресу кожен епізод розбитий на фігури, що схожі на колоте скло, як один із проявів людської агресії та розчарування. Тут вони добре передають сутність самого стресу, при цьому не додаючи його тільки посилюючись на емоцію. Ілюстрації дуже приємно в дитячому стилі. Тут використано темно-синій, тілесний, бірюзовий, коричневий і жовтий і білий (фоновий) кольори. Усі вони добре взаємодіють між собою.

Зображення базується на принципі динаміки та ритму. Це робить композицію активною. У загальному про цей плакат можна сказати, як про той, що вартий наслідування. Оригінальність ідеї презентує його як якісний виріб, що впевнено виконав поставлену задачу.



Рисунок 2.3. Плакат «Save blood – save lives».

Наступний плакат (рис. 2.3) торкається теми здачі крові на важливі операції та термінове переливання. Банк збору крові з приводу всесвітнього рідня донорства може використовувати подібні плакати для збільшення пожертв важливих біологічного ресурсів.

Чітко і лаконічно ми бачимо зображено символіку забору крові, яка намагається не лякати людей, що мають фобії, напис гарно поєднується із зображенням там передає ідею збору крові і збереження людського життя. Композиція присутня певна динаміка а також гра контрастів. Синій і червоний, як вже було зазначено вище, складають комплементарну гаму та є доцільними у використанні для тематики даного плакату.

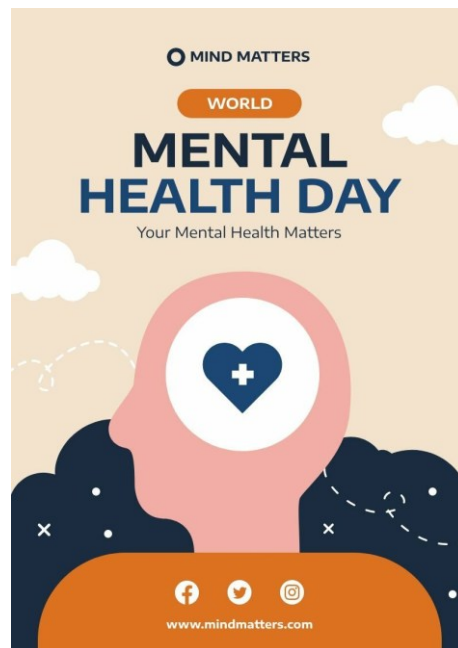


Рисунок 2.4. Плакат «Mental health day».

У четвертому плакаті (рис. 2.4) дизайнер використовував векторні форми для створення ілюстрації. Чудово переданий настрій теми ментального здоров'я. Чисте небо, із двома безтурботно пливучими хмаринками передають здатність нервової системи адекватно сприймати подразники або як варіант картини, коли все добре. Темні хмара, що також може бути схожа на ліс зображає настрій проблем, але

маленькі векторні елементи на ній не дають глядачеві торкнутися безвиході, а навпаки, вони дають відчуття надії. Маленька пунктирна крива викликає асоціацію із плутаниною у житті, але в одночас нагадує шлях бджілки у повітрі, яка посилає до вправної роботи психіатрів та психологів, що допомагають пацієнту впоратись із проблемою.

Усі шрифтові пари вдало підібрані. Стиль надпису передає серйозний і розважливий вид. Його кольори та стиль виражають настрій важливості піклування про ментальне здоров'я. Композиційна симетрія є основним прийомом побудови даного плакату. Вцілому варто підмітити хороші кольорові поєднання, доцільні даній тематиці. Теплі кольори, особливо помаранчевий здатні добре протидіяти пригніченому стану та мають позитивний вплив на пацієнтів із депресією. Цей колір допомагає знайти людині гармонію із оточуючим середовищем, а також сприяє оптимістичному настрою. [15, с 50]



Рисунок 2.5. Плакат «Wash your hands».

Плакат, чий напис перекладається як: "Мий руки перед тим як чіпати очі", має досить кумедне втілення із гарно відомим на просторах інтернету єнотом-

полоскуном (рис. 2.5). Цей плакат своїм відділенням не дуже схожий на медичний, більше нагадує обкладинку для дитячої книги. Обрані кольори нагадують не що інше як стару поліграфічного продукцію коли із кольорів був досить невеликий вибір. На мій розсуд, це ідея могла би бути краще подано якби мала характерні для медицини кольори: білий, голубий, синій, бірюзовий. Це зробила магії достойним конкурентом та могло би зробити її втіленням оригінальних рішень заклику до дотримання гігієнічних рекомендацій у медичних закладах. Для головного шрифту слід було би обрати контролюючий із яскравим об'єктом колір. Щодо самого енота теж гарна була би підібрати іншої відтінок для його шубки. Чорний, на жаль, не зображає асоціації частоти або закликів до неї. Щодо другого за ієрархією надпису, то слід було би зробити усі літери за великими. Рамка у яку вписане продовження речення не створює композиційної гармонії. Тож, її слід було б замінити на який-небудь інший графічний прийом.

Із плюсів даного плаката слід відмітити оригінальний підхід до донесення необхідності догляду за чистотою рук та обличчя. Така ідея може добре запам'яталася і піднявши настрій мотивувати дотримуватися її рекомендацій.



Рисунок 2.6. Плакат «Keep your mind healthy».

Цей плакат зображує баланс і спокій (рис. 2.6). Дизайнер чудово передав ідею здорового ментального стану. Окрім того, що було показано бажаний образ, він іще й закликає до піклування про свій стан. Кольорове поєднання блакитного із білим та ніжними додатковими кольорами у взаємодії з ілюстративним стилем та симетричною композицією передають спільний настрій та викликає бажання мати такий же спокій і внутрішній мир. Нічого поганого не було би, якби змістити шрифтовий надпис трохи донизу, а ілюстрацію піняти вгору. Основні шрифти також можна було би масштабувати. Слід відмітити хороший шрифтовий стиль. Він підтримує тематику медицини та актуалізує проблему.

В цілому проект виконаний у якісному вигляді, має чудовим графічним рішенням. Він повністю виконує призначену ціль.

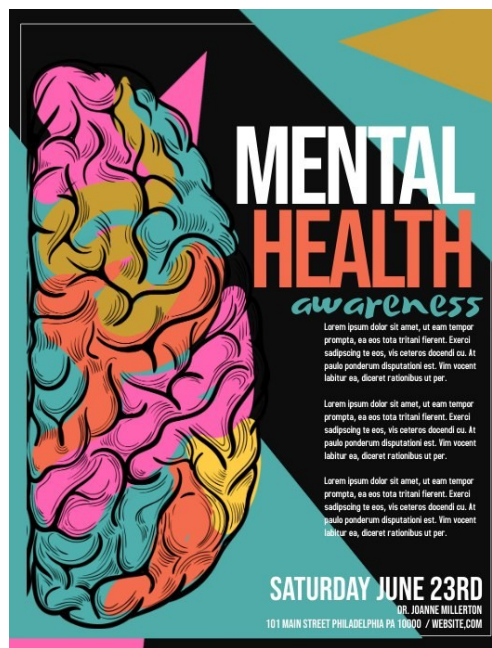


Рисунок 2.7. Плакат «Mental health».

Ще один плакат присвячений тематиці розумового здоров'я (рис 2.7). Хочеться зацентувати, що розробник на побоявся використати елемент внутрішнього світу

людського тіла. Це дуже сміливе рішення як для плакату, але його втілення виконане достатньо органічно в такому дизайні. Завдяки спрощенню зображення мозку, він не викликає відразу, а кольорові плями роблять відсилання на комп'ютерний аналіз роботи мозку. Це унікальне рішення гри кольору, яке зуміло передало клінічну тематику, яка відіграє на користь проекту.

Однак шрифти підібрані більше під тему наукової конференції. Ще із недоліків варто звернути увагу на недобре пропрацьований фон. Десь він занадто темний, а деінде зливається із самою ілюстрацією.



Рисунок 2.8. Плакат «World health day».

Останній плакат, що ми розглянемо присвячений обраній темі має досить яскравий вигляд (рис. 2.8). Простими векторними елементами була донесена тема всесвітнього дня здоров'я серця. Навіть якби не було надпису ілюстрація з легкістю змогла би повідомити про подію. Шрифт сучасний, трохи нагадує шрифти, що використовуються у спорті, але підібраний гармонійно та не відходить від теми здоров'я. Надпис ритмічно підіграє формі планети. Значення самої

ілюстрації підкреслює думку водночас необхідності тренувати серцево-судинну систему, та постійної роботи серця.

Із мінусів даної роботи можна відмітити тільки надміру темний фон. Якби зробити його трохи світлішим, можливо з рвзними кольоровими відтінками можна було би досягти біль приємних окові поєднань.

2.3. Вибір розміру й формату плакатів

Формат зображення відіграє величезну роль у сприйнятті споживачем візуальної комунікації у вигляді постеру. Горизонтальний формат послаблює вплив, адже за формою подібний пейзажній картині. Сприйняття такого зображення швидко гасне. Він актуальний лише для великоворматих зображень, які лише своїми габаритами привертають увагу. Для тих плакатів, що використовуються на рекламному щиті, обирають прямокутну та komponують відповідно до правила золотого перетину. А оскільки ми бажаємо використовувати його у близькому контакті з людиною, варіант горизонтальної орієнтації нам не підходить

Квадратна форма також можлива але вона дуже сприйняття такого плакату і більше підходить інших сфер, наприклад реклами чи пропозицій.

Мета нашого плакату – швидке та якісне донесення теми до глядача. Він має взаємодіяти з ним один на один, так, якби це була інша людина і при цьому бути доступним для читання на відстані.

Місце для плаката має бути нарівні людського ока, тоже не варто робити його занадто великими чи розміщувати вище тої відстані, на якій вона зможе його прочитати.

Отже, найліпший варіантом для обраної серії плакатів буде вертикальна орієнтація формату А1.

Формат зображення впливає із потреб та композиційних рішень дизайнера. Композиція може бути як закритою так і відкритою. Перша справляє враження обмеження форми та впроваджує власні композиційні правила. Така композиція

завжди статична. У випадку з відкритою всі елементи будуть поєднані між собою таким чином коли відчуватиметься ефект динамічного руху. Для досягнення такого вигляду часто використовують принцип дублювання певного елемента зі зміною розміру, кольору або насиченості. Слід також мати на увазі, що вільне поле, яке оточує композицію, може бути активним, тобто робочим, тобто виступати самостійним елементом у композиції.

Оскільки в нас розробка одразу декількох плакатів, ми будемо використовувати різні композиції. Наприклад, для першого, присвяченого правильного диханню, ми застосовуємо осьову композицію у якій притаманна наявність рівноваги, а також присутній баланс елементів.

Це не завжди влучно композиція для ілюстрації, проте у випадку із плакатом залишається актуальною та широко вживаною.

2.4. Створення ескізів проекту

На першому етапі створення ескізних примірників цього проекту моєю ідеєю було зображення фігур людей, які нерухомо стоять у статичних позах. Вони мали би передавати силу, здоровий дух та впевненість. А така статика походила б на ігрових персонажів, що представляють свою силу глядачеві. Один із персонажів цього проекту зображений із надмірною вагою у тему неправильного споживання (рис. 2.5 а). Але навколо нього знаходилась би здорова їжа, пізніше я зрозуміла, що це викликало би певну відразу від здорової, адже на фоні були результати вживання шкідливих продуктів. Через невідповідність це скоріше би заплутало людей. А образ не найкращого самопочуття у вигляді надмірної ваги і згодом відкладався би у головах глядачів. Така перспектива призвела би до звикання у свідомості до невірної образу та провокувала би до його копіювання. У такому же статичному вигляді я зобразила і «Воду» (рис. 2.10).



а

б

Рисунок 2.9. Варіанти ескізів плакатів «Їжа»: а – ескіз дівчини з надмірною вагою; б – ескіз зі стрункою поставою.



Рисунок 2.10. Перший варіант ескізу плакату «Вода».

Але через певний час я зрозуміла, що така композиція не зуміла би привабити погляд людей, та не зацікавила би далі досліджувати інформацію на плакаті. Тож я змінила зовнішність дівчини, зробивши її стрункою (рис. 2.9 б). Якби ми залишили усе без змін, наш проект зміг би уподібнитись попередньо представленим роботам дизайнерів, не дуже якісним у композиційному плані. І в результаті проведення пошуку кращих рішень було вирішено зупинитися на більш динамічних варіантах ескізів. Наприклад, на одному з них жіночий персонаж, що зображує ідею корисного харчування крутиться та підстрибує із легкістю в рухах, а навколо неї в ореолі у повітрі знаходиться здорова їжа (рис. 2.11). Уся картина передає легкість та щастя від тої їжі, яку людина споживає для підкріплення своїх сил.



Рисунок 2.11. Другий варіант ескізу плакату «Їжа»



Рисунок 2.12. Другий варіант ескізу плакату «Вода»

Також було вирішено зображати всіх персонажів босими (рис. 2.12). Це мало би асоціюватись із такою чесною відвертістю. Та показувало би близькість образу до кожної окремої людини, та домашньої атмосфери. Адже вдома, коли людина залишається сам на сам, вона може скоріше відчутти безпеку та говорити про особисте.

Обличчя людей я би хотіла робити не деталізуючи. Відмічала лише вуха та віддалений силует рис обличчя. Це було зроблене навмисно, адже людина в першу чергу звертає увагу саме на лице, а потім переводить погляд на інші елементи. Нашою метою було зобразити людей так, щоб спостерігач дивився одразу саме на елементи здорового способу життя, а замість персонажів міг бачити в них себе.

Висновки до розділу

Здоров'я людини ніколи не втратить своєї актуальності і другому розділі ми конкретизувати це у розробці змісту плакатів. Значною мірою молодшання

багатьох захворювань та їхня популярність у світі не залишає байдужим ані старих, ані молодих та створює соціум усе більше свідомих людей.

Тож, перш за все концепція сучасного плакату зі здоров'ю має бути доступною як дорослому, так і зовсім юному розумові. І провокувати збільшення свідомості у даному питанні.

Інформацію варто подавати у простому, цікавому, науково-популярному вигляді. Зображення також мають бути цікавими, доступними та привертати увагу. У наш час для більш якісного сприйняття інформації доцільно буде подавати дизайн журналу у вигляді сайту.

Ми також дослідили попередньо розроблені проекти задля уникнення одноманітності та помилок попередників. Після чого розробили власні ескізи для втілення їх у життя.

Після детального перегляду вже існуючих поліграфічних рішень ми визначились із розмірами та форматом плакатів.

3. РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «ЗДОРОВИЙ ОБРАЗ ЖИТТЯ»

3.1. Створення ілюстративної частини

Незалежно від призначення у плакаті використовується одне основне зображення, але їх може бути і більше. Може бути якась фотографія, ілюстрація, товар або будь-яке інше графічне зображення: люди, природа, автомобілі, їжа тощо. Основна його мета це емоційний вплив на глядача.

Незважаючи на її велике значення, вона не повинна захоплювати всю увагу, а лише доповнювати повідомлення дизайнера або замовника. Ілюстрація може виконувати функції інформаційного, естетичного та емоційно-психологічного впливу. Нерідко плакат потребує використання усіх трьох. І у даному випадку ми будемо використовувати їх також.

Після огляду продукції та зроблених висновків можна було приступати до створення ілюстрацій проекту. Вони мали викликати зацікавленість та приваблювати різновікову аудиторію. Було обрано стиль векторної простої, подібної до дитячої ілюстрації у поєднанні із растровими графічними елементами зображень.

Створення ілюстрацій відбувалося у програмі Adobe PhotoShop. Я використовувала еліпси, та довільні фігури, після чого деформувала їх. Растрові були взяті на сайті безкоштовних векторних та растрових зображень Freerik, а далі відредаговані мною у програмі Adobe PhotoShop. Загальний вигляд був розроблений там же.

Першим етапом редагування було вирізання об'єктів. Перед цим я робила копії редагованого шару (рис. 3.1).

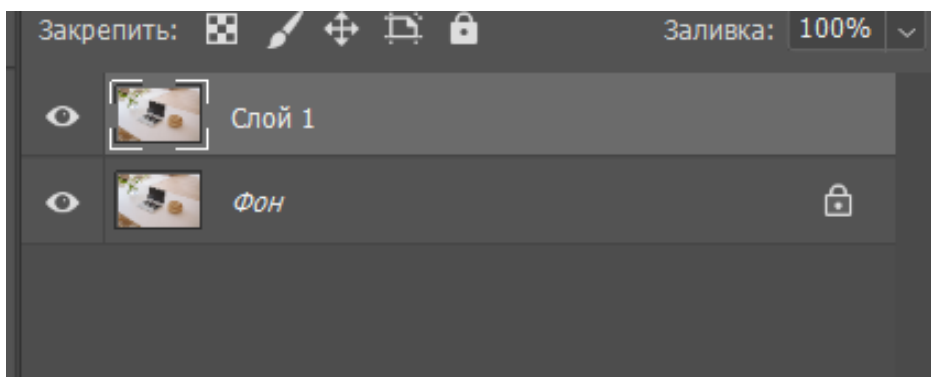


Рисунок 3.1. Копія шару.

Інструментом «Перо» були виділені потрібні елементи растрових зображень та інструментом «Виділення та маска» оброблені та вирізані (рис. 3.2).

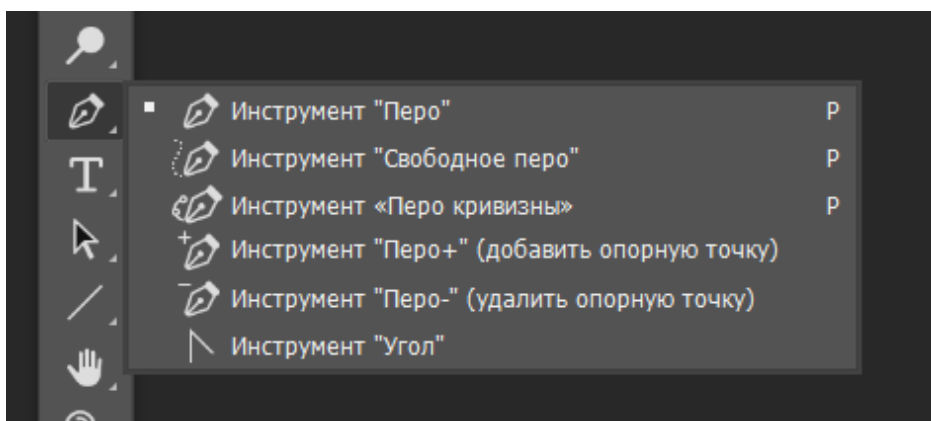
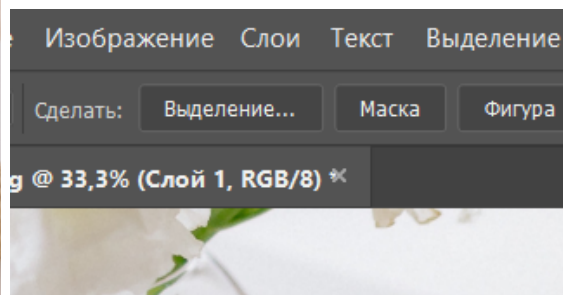


Рисунок 3.2. Інструмент «Перо».

Після обведення я натиснула параметр «Виділення» обирала розтушування на 2 пункти, щоб позбутись недоліків. А далі копіювала і вставляла Ctrl+C, Ctrl+V і зображення одразу з'являлось на новому шарі. Усі етапи почергово зображенні на рис. 3.3.



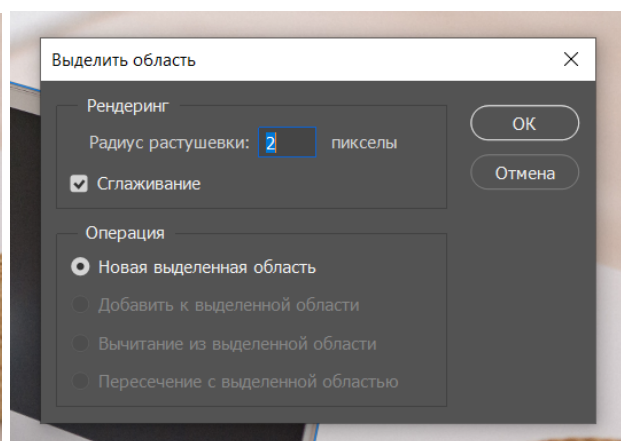
а



б



в



г



д

Рисунок 3.3. Вирізання растрових об'єктів: а – обведення ; б – вибір опції «Виділення»; в – пунктирне виділення; г – опція «Розтушування»; г – результат вирізання зображення.

Далі я поміщала його на цільовий проект (рис. 3.4).

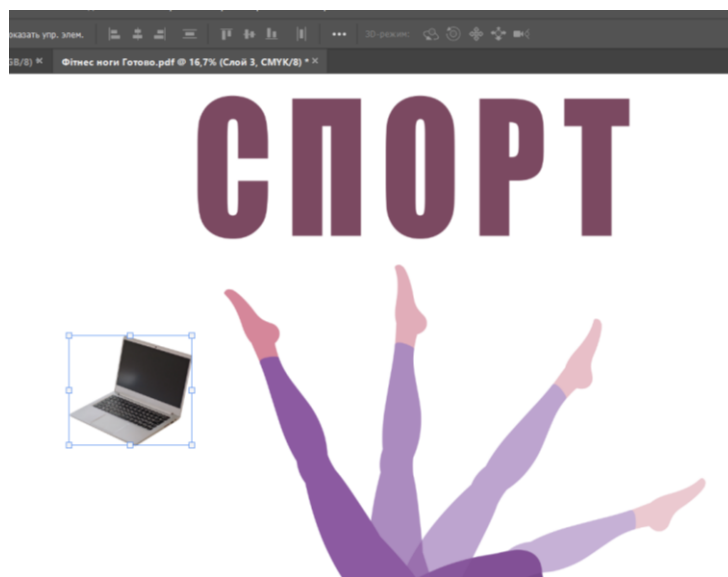


Рисунок 3.4. Растровий елемент на плакаті.

Після цього у панелі «Меню» я переходила у вкладку «Зображення» (рис. 3.5) та у налаштуваннях кольору змінювала його під тип ілюстрації. Для даного плакату це не було потрібно. Тож покажу це на прикладі наступного (рис. 3.6).

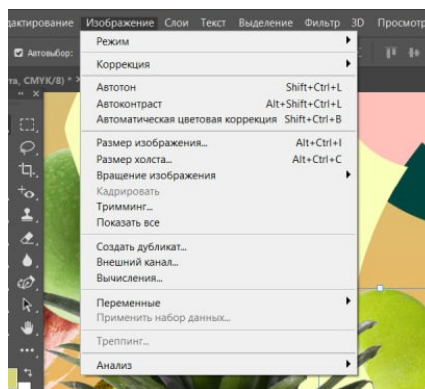


Рисунок 3.5. Опція «Корегування кольору».

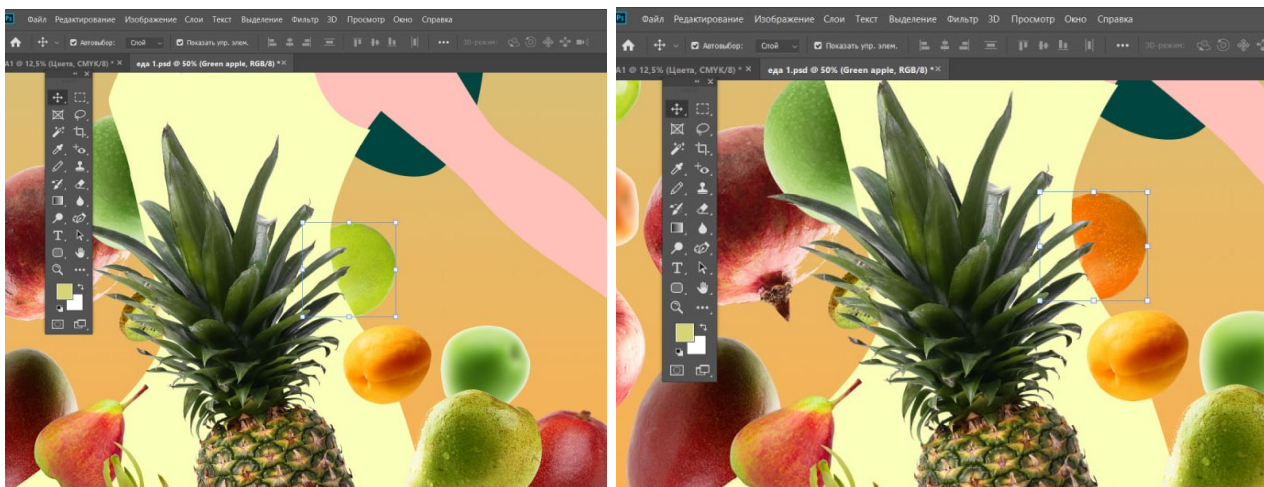


Рисунок 3.6. Редагування кольору.

Така кольорова корекція робила вирізані зображення гармонійними один з одним та із загальною ілюстрацією.

Виконання ілюстрацій було за допомогою векторних форм та інструментів. Деякі елементи ілюстраційної частини я робила за допомогою готових фігур інструментами «Прямокутник», «Еліпс», «Лінія» та «Довільна фігура» (рис. 3.7).

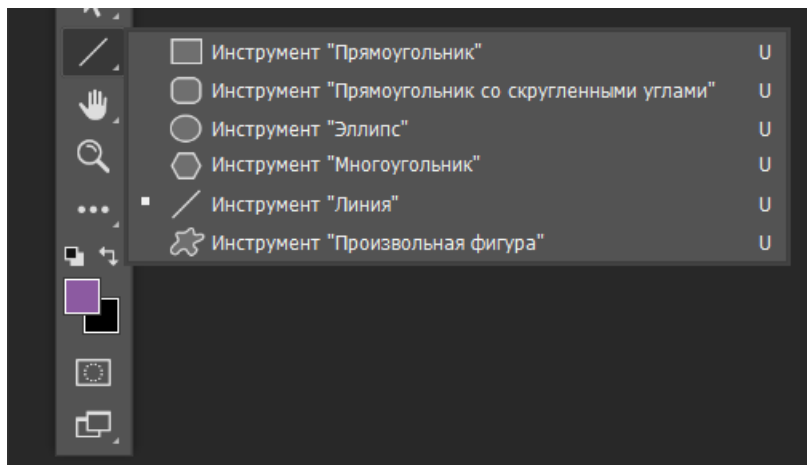


Рисунок 3.7. Векторні фігури.

Зокрема із останньою я застосовувала команду довільної трансформації (рис. 3.8).

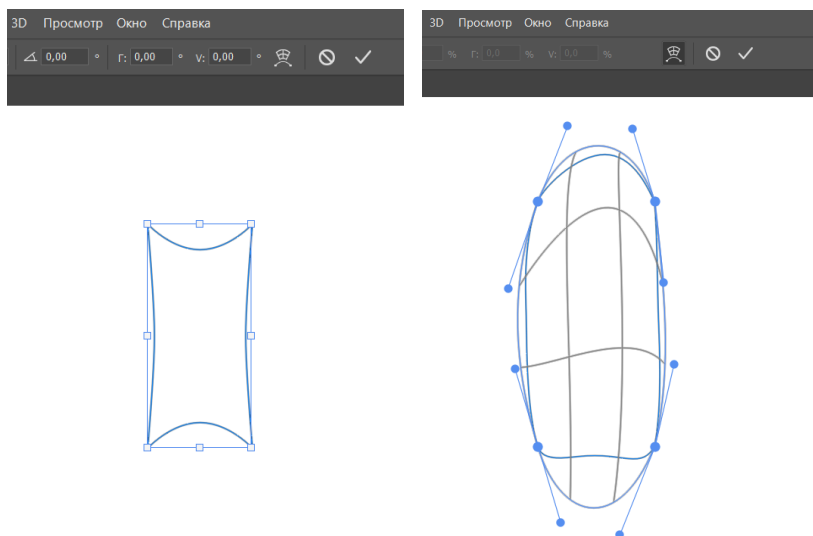


Рисунок 3.8. Трансформація довільної фігури.

Певні з них доводилося будувати мишкою використовуючи інструмент «Перо» (рис. 3.9).

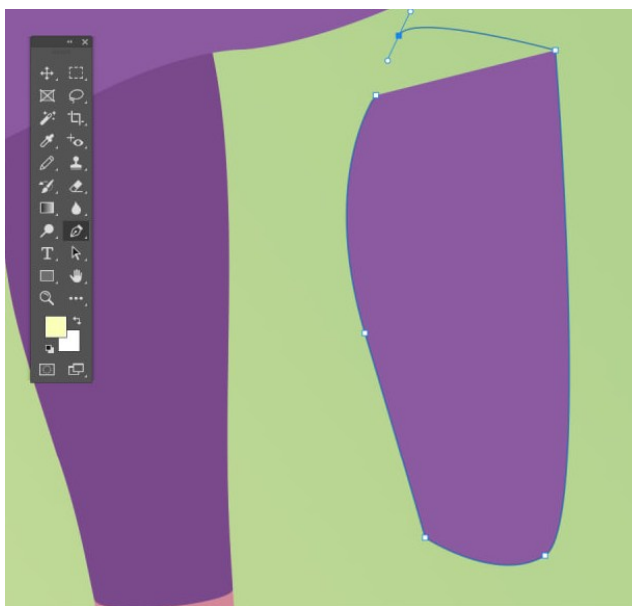


Рисунок 3.9. Моделювання фігур інструментом «Перо».

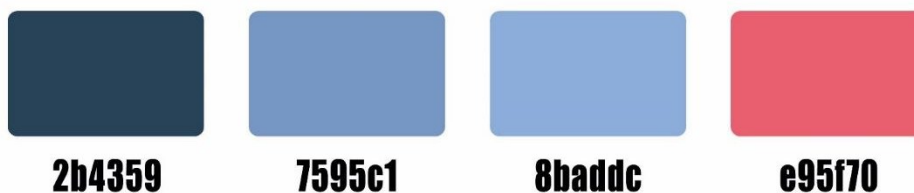
Після чого інструментом «Перо кривої» деформувала потрібну для мене лінію, а також застосовувала інструмент «Кут».

Після творення форм я надавала колір, який потім міняла в процесі підбираючи ліпші поєднання.

3.2. Колористичне рішення серії плакатів

Наступним кроком після графічного ескізу було визначення кольорового рішення для усього проекту. Воно мало не відволікати від суті, але зацікавлювати приваблювати читача. Після цього був підбір зображень і графічних елементів, що гармонійно поєднувалися б із загальною картиною.

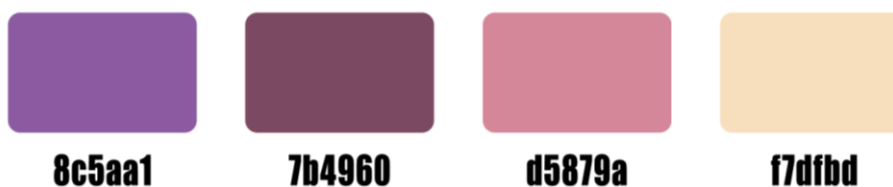
Було прийняте рішення використовувати для даної серії плакатів м'які, іноді пастельні відтінки. Вони б не відволікали увагу від головного (рис. 3.10).



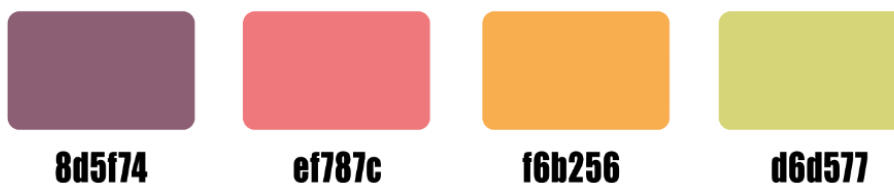
а



б



в



Г

Рисунок 3.10. Кольорове рішення плакатів: а – кольори плакату «Повітря»; б – плакат «Вода»; в – кольори плакату «Спорт»; г – кольори плакату «Їжа».

Усі кольори мали передавати свіжість, бути яскравими аби приваблювати увагу. За основу я брала поєднання, які зустрічаються у природі (рис. 3.11).



Рисунок 3.11 Аналоги кольорових поєднань.

Після цього в процесі роботи довелося змінити деякі кольори, їх підбір відбувався методом підбору доцільних поєднань.

3.3. Шрифтове рішення серії плакатів

Шрифти мали виглядати чітко, але не схоже із іншими роботами українського дизайну. До вибору шрифтового напису слід підходити з особливою пильністю, він відіграє важливу роль у творенні характеру проект, адже за умови відповідно підібраних до теми шрифтів плакат зуміє якісно нести повідомлення соціуму.

Я обирала серед гротескних та брускових, адже вони найбільше підходили б стилістиці проекту. Обраний шрифт мав бути зрозумілим та із достатньою насиченістю. Мій вибір пав на шрифт Impact (рис. 3.12). У нього була українська гарнітура, він легко читався. Його контрастність добре виділялась та виконувала роль потрібного композиційного акценту.

IMPACT - Шрифт

Имя шрифта: Impact
Версия: Version 2.35
Контуры с цифровой подписью, TrueType

абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьзюя abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЗЮЯ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,:;' " [?] + - / =

12 Съешь еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. 1234567890

18 Съешь еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. 1234567890

24 Съешь еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. 1234567890

36 Съешь еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. 1234567890

48 Съешь еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. 1234567890

60 Съешь еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. 1234567890

72 Съешь еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. 1234567890

Рисунок 3.12. Вигляд шрифту.

У цьому шрифті була надто завужена відстань між літерами, тому для нашого проекту ми змінили її у параметрах властивості з 40 до 110 пікселів (рис. 3.13 а). Для порівняння див. рис. 3.13 б.

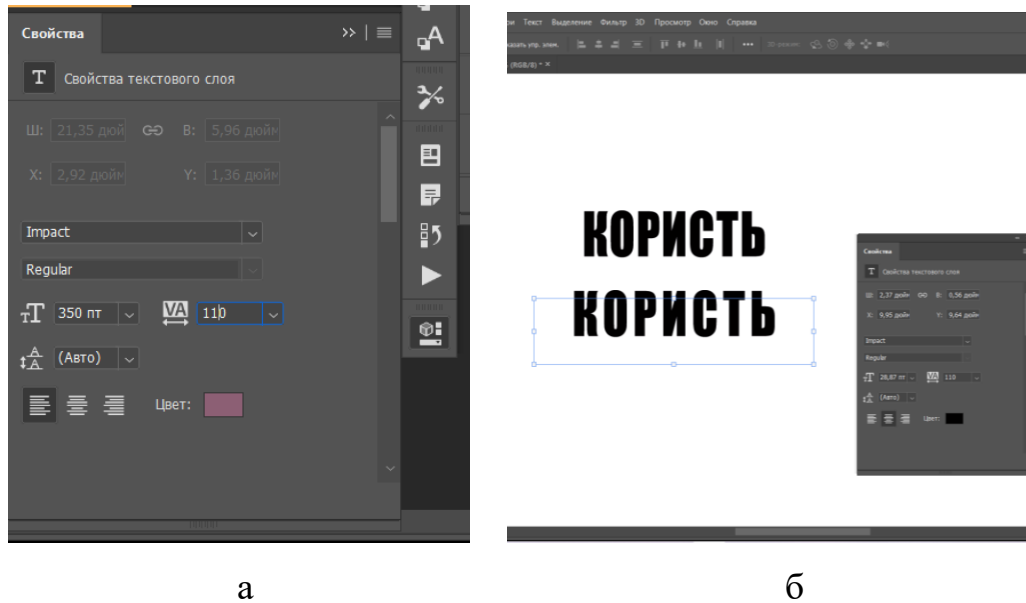
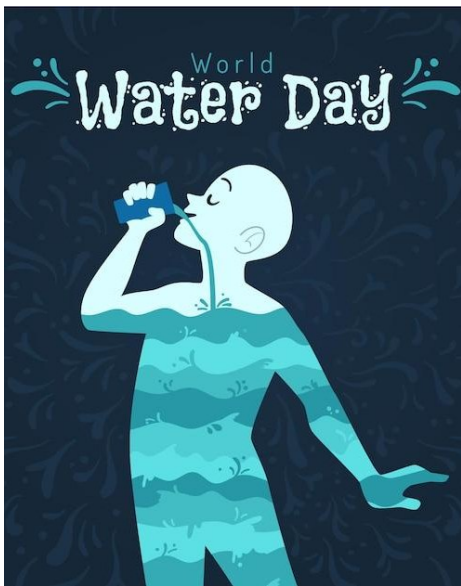


Рисунок 3.13. Зміна відстані між літерами: а – параметри зміни; б – порівняння на прикладі напису.

Шрифт та напис я обирала з огляду на аналоги проектних робіт. Підбір відбувався таким чином, аби вони не були схожими на попередні, але відповідали тематиці. Аналоги я переглядала у інтернет ресурсі, безкоштовних зображень Freeris (рис. 3.13).



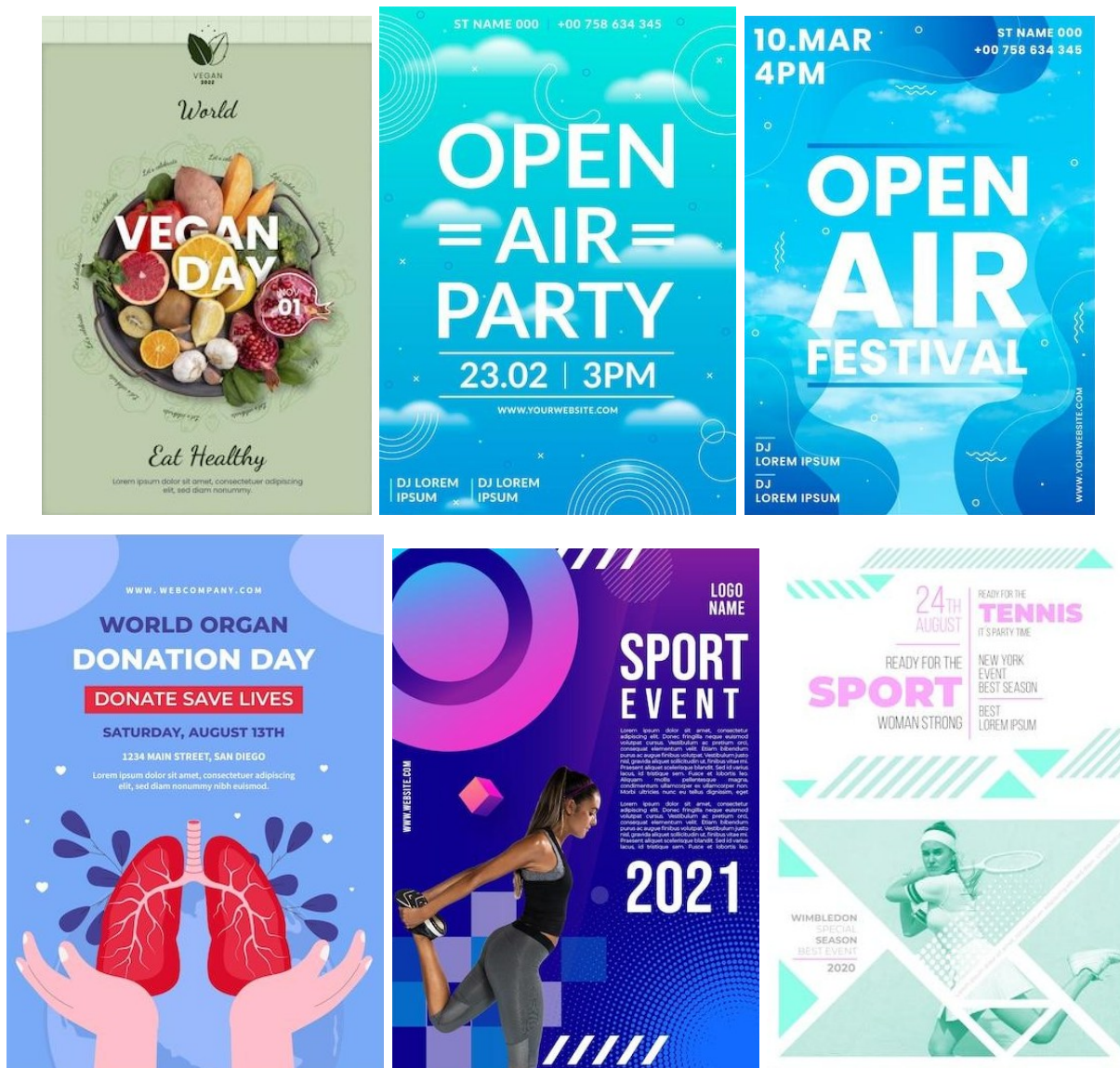


Рисунок 3.13. Аналоги шрифтів для плакатів.

3.4. Композиційні рішення при створенні серії плакатів

Композиція плаката є вираженням гармонійної інтеграції твору і водночас способом побудови цієї цілісності. Важливим етапом роботи над композицією є пошук творчих засобів для втілення задуму твору шляхом виконання кольорово-графічних варіацій. Композиція – це інтеграція окремих елементів графічного та кольорового рішень. Тільки взаємопов'язана композиція буде сприйматися як єдине ціле, і всі елементи повинні бути в правильному співвідношенні один з одним. Для всіх видів зображень обов'язкова цілісна композиція, яка викликає у споживача

асоціативний ланцюжок. Композиція існує трьох видів: фронтальна, об'ємна та просторова. [6, с. 114]

Графічне оформлення як і саме плакат, відносяться до фронтальної композиції. Вона є повністю самостійним елементом, який не залежить від оточуючих її предметів та середовища. Межі зображення відокремлюють його від навколишнього середовища.

Після огляду аналогів нашого проекту я приступила до розробки композиції.

Оскільки в нас розробка одразу декількох плакатів усі вони будуть трохи різнитися за композицією. Однак для всіх ми будемо використовували відкриті композиції. Та застосовували такі прийоми як ритм, динаміку та контрасти.

Це не завжди влучна композиція для ілюстрації, проте у випадку із плакатом залишається актуальною та широко вживаною (рис. 3.3).

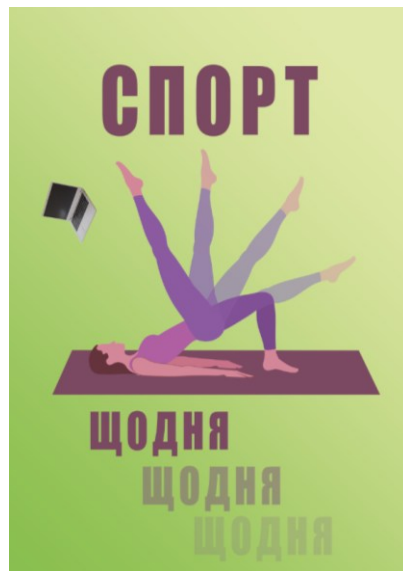


Рисунок 3.3. Плакат «Спорт».

Мені хотілося зробити не просто написи, а цікаво вплести їх у композицію. Вони поєднувалися із зображенням як на рис. 3.4 а, створювали ефект множення, повтору (див. рис. 3.4 б)

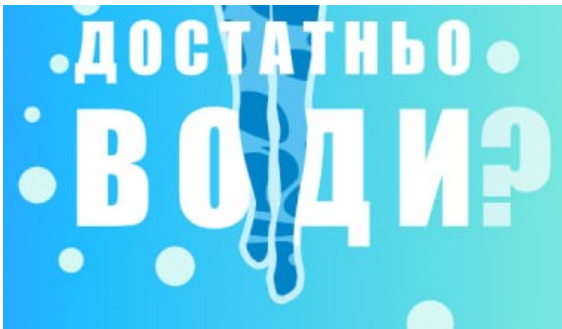


Рисунок 3.4. Композиція шрифтів: а – поєднання з ілюстрацією; б – ефект «множення».

Висновки до розділу

Отже, у третьому розділі ми зобразили етапи розробки ілюстративної частини серії плакатів присвячених темі здорового способу життя, визначили значимість композиційних елементів даного проекту. Ми розібрали його на складові та пропрацювали кожен етап розробки плакату, а також детально прописали послідовність дій редагування у програмі.

Першою дією було створення ілюстрацій за допомогою векторних інструментів PhotoShop. Другою – вибір колірних гармоній. На третьому етапі відбувався підбір шрифтів, який не тільки відповідав темі, та вигідно виглядав, а й передавав би характер написів. А четвертим етапом був розбір композиційних рішень наших плакатів.

На цьому етапі ми завершили розробку графічну, шрифтову та композиційну частину серії плакатів. Після виконаної роботи ми маємо можливість приступати до вибору обладнання друку проекту.

4. ТЕХНОЛОГІЧНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДРУКУ

4.1. Вибір способу друку

Наразі розібратися із видом способу друку є актуальним завданням. Виконавчо дизайнерської роботи або маючи на руках проект для друку необхідно не тільки обрати друкарню та вигідну пропозицію, а й переконатися у якості та відповідності обладнання конкретним цілям створеного проекту. Адже вірно обраний друк свідчатиме про професійний та досвідчений вхід не лише дизайнера, а й компанії чи замовника.

Оскільки ринок пропонує шалену безліч технологій та технік друку варто розібратись у конкретизації використання наших плакатів. А після цього визначитись із способом друку. Зазвичай сам споживач рідко цікавиться особливостями друку та їх відмінностями. Загалом, за підбір самого обладнання та виду друку відповідає менеджер поліграфічної компанії, до якої звернулись із замовленням. І часто-густо цей вибір робиться не відповідно до потреби кінцевого застосування, а клієнт змушений задовольнятися тим, що мала обрана поліграфія і наявного у них обладнання. Отож, ми перелічимо види, сфери їх застосування та усі переваги кожного окремого типу друку.

Отож сучасна поліграфія пропонує чотири основних видів друку: цифровий, шовкотрафаретний та флексографічний друк та офсетний.

Насамперед, конкурентна боротьба підприємців змусила шукати їх оптимальні рішення «ціни-якості» друку різноманітної поліграфічної продукції.

Продукція офсетного друку відрізняється високою якістю, чітким зображенням дрібних деталей і чудовою передачею півтонів. Крім того, він досить економічний. Одним з недоліків класичних офсетних друкарських машин є стабільність формату друку. Однак останнім часом з'явилися і машини зі змінними форматами друку. Сьогодні офсетний друк майже витіснив високий друк, який раніше був нормою. Останні машини високого друку були виготовлені у 1980-х

роках. Зусилля цього класу машин адаптуватися до швидкого розвитку комп'ютерних технологій видавничої галузі призвели до фундаментальних змін у способі виготовлення друкованих форм.

Другим ми розглянемо цифровий друк. Він є найбільш сучасним видом друку. Цифровим друком зазвичай називають процес друку, під час якого зображення з файлу переноситься безпосередньо на паперовий носій за допомогою технології друку з використанням змінної друкарської форми або без неї. Особливість цього способу друкування виражена прямим нанесенням фарби у спеціальному принтері, одразу після зчитування від електронного носія. Для нього не є потрібним довготривалий етапи підготовки. При виборі такого друку можна виготовляти проекти з мінімальними об'ємами, навіть поштучно. Можливі варіації нанесення на скляній керамічній дерев'яній пластикові металеві текстильні шкіряні поліпропіленові, паперові матеріали та інші, для яких це доступно. Завдяки високому якісним технологіям сучасних принтерів, ці процеси повністю комп'ютеризовані. Така особливість їх робить дуже оперативним та під час незамінним коли потрібно отримати швидкі результати друкованої продукції та протестувати розроблений дизайн-проект. Зображення готових продуктів виготовлені за допомогою цифрового друку мають чіткі лінії, передачу кольору картинки та майже фотографічну якість. [14]

Останнім часом цифровий друк займає все більш значиме місце у поліграфічному виробництві. Це сучасне, високотехнологічне рішення, яке дозволяє втілити всі поліграфічні ідеї дизайнера з максимальною ефективністю.

Різновидності принтерів такого типу друку бувають струменеві та лазерні. Перші з них використовують рідкі чорнила, однак їх мінусом їх продукції є нестійкість фарби до подряпин та вологи. Тож рішенням для довготривалого використання такого плакату буде ламінація зображення. Що додасть додаткових коштів для їх виготовлення. [13]

Лазерні принтери здатні забезпечити стійкість до впливу вологи та збільшену міцність до тертя нанесеного зображення. Це досягається використанням фарбуючи в порошків, що ніби припікають до самого матеріалу.

Однак основний недолік для обох видів друку є чутливість до сонячного світла. При щоденному контакті з ним вони здатні втрачати яскравість та поступово виорати. Аби запобігти цьому можна обрати струменевий друк, але замість звичайних фарб використовувати ультрафіолетові, бо під час висихання вони створюють стійку плівку, яка в змозі протистояти руйнівній силі світла.

Також серед друкарських машин цифрового друку виділяють широко- та вузькоформатні. Так, машини що можуть впоратися із розмірами проектом до трьох метрів відносять до широкоформатних, за допомогою них виготовляється великі рекламні полотна, білборди, вивіски для торговельних центрів, та інші великогабаритні проекти. [13]

Причому із якістю зображення можуть бути не надто чіткою, але оскільки це реклама, яку зручніше спостерігати на великій відстані аби бачити одразу всю картину вона не є надто значимим критерієм. У справі, що стосується плакатів, календарів та іншої невеликої продукції підійдуть принтери зі спеціалізацією роботи над проектами до 1,5 метри. Для таких якість відіграватиме важливу роль, бо знаходитимуться недалеко від погляду очей. Уся продукція невеликої реклами, привітань, настільного використання, такі як: листівка, запрошення, етикетки, наліпки, візитки і т. п. – є плодом роботи вузькоформатних принтерів. [13]

Серед переваг цифрового виду друку слід відмітити економію час, здатність швидко корегувати інформацію текстових та графічних блоків кінцевого зображення. Наявність друкуючих форм, наприклад, як у деяких інших видів принтерів, унеможливорює таке миттєве виконання змін як у цифрових. Така технологія оптимальна для друку продукції малого тиражу (до 500 примірників).

В залежності від типу обраного принтера цифрове обладнання дозволяє і друкує як планшетну, так і рулонну продукцію. Виготовлення замовлень на

поліпропіленовій плівці, самоклеючих матеріалах або ламінованому папері мають найменування продукції рулонного типу. Для планшетного типу усі рівні поверхні такі як керамічна плитка, пластикові форми, скло та подібні стають простором для роботи.

Наразі засновується все більше бізнес-структур, які роблять ставку на використання цифрового друку. Адже це оптимальне високо технічний рішення, яке дозволяє максимально ефективно реалізовувати будь-які ідеї у сфері поліграфії. Хоча навряд чи він коли-небудь витіснить головного суперника – офсетний друк. А також поки що не зможе замінити інші види поліграфічного втілення, однак є важливим їх доповненням, що дозволяє за невисоку вартість виконувати одиничні замовлення.

Наступний тип друку, який ми розглянемо це флексографічний. Застосовують його не так давно, перша згадка прозвучала у середині ХХ ст. Він використовується для вузькоформатних і для великорозмірних робіт.

Слово флексографія є похідним від латинського *flexibilis* – у буквальному перекладі «гнучкий» та грецького слова *graphein* – «малювати» або «писати». Великим плюсом його є використання широкого спектру матеріалів, зокрема тих що мають жорстку фактуру, наприклад, на термопапері, металізованому покритті чи поліетилені. [13]

Універсальність форми дозволяє втілювати унікальні проекти поліграфії. Перевагою використання такого друку є довготривалість у використанні.

Цей вид втілення поліграфічної продукції є достатньо ефективним та багато тиражний, однак для нашого проекту із паперовим плакатом не є доцільним.

Шовкотрафаретний друк дозволяє отримати зображення шляхом прогонки фарби спеціальним інструментом (ракелем) через шаблон (трафарет). Модель формується шляхом формування порожніх елементів на сітці фотохімічним методом. Раніше використовувалися шовкові полотна, тому цей вид друку має таку

назву. Після друку фотополімерний шар змивається з сітки і може бути використаний повторно. [13]

Важливою перевагою трафаретного друку можливість наносити покриття товстим шаром. Таким чином друк стає відчутним на дотик, та насиченим, що дозволяє уникати прозорості фарби при друці на напівпрозорих плівках..

Друк – це багаторазове виготовлення однакових відбитків текстів і зображень шляхом перенесення шару кольорів, у більшості випадків, з друкарської форми на матеріал, що друкується, тобто сама друкована форма предмета є носієм текстової та графічної інформації, здатною до поліграфічного відтворення. Являє собою пластину (або циліндр), на поверхні якої розміщені друковані та недруковані (пробілові) елементи. Термін відноситься до типу процесів або методів отримання друкованих копій. Елементами друку є ділянки шаблону, на які наноситься колір у процесі друку. [10, с. 87]

Тож, пробільними елементами названі ділянками, які не сприймаються фарбою. На сьогоднішній день загальноприйнятим є поділ типів друку з урахуванням розташування елементів друку на формах друку відносно проміжків на:

високий – з використанням форми, де елементи друку розташовані над пустотами;

глибокий – з використанням форми, де елементи друку розташовані нижче пустот;

плоский – з елементами друку та пробілів, на одній площині.

Базовий поділ на основні та спеціальні види і способи друку є досить умовним, принаймні, ще не встановлено їх чітких та науково обґрунтованих критеріїв, але ці три визначають як головні. Тому, за традицією, виділяються особливі види друку, які хоч чимось відрізняються від класичних: структурою форми відбитка, структурою покриття, технікою друку, використовуваними матеріалами тощо. Він поділяється на ряд способів друку, класифікація яких базується на принципах, що

забезпечують здійснення процесу друку. Крім того, цифрові способи друку складають нині значну конкуренцію традиційному друку. [10, с. 88]

За типом побудови друкувального пристрою розрізняють три класи: друкарські машини високого друку: плоскодрукарські, ротаційні та тигельні. Останній вид при розсіюванні валики фарби наносять фарбу на всю відкриту поверхню форми. При доставці тигель подається так, щоб папір щільно притискався до матриці. У цей момент фарба переноситься з моделі на папір. Потім тигель і тигель розбирають і все повторюють з новим листом.

Планшетні друкарські машини поділяються на два цикли, при цьому валик виконує два цикли за цикл, один цикл, стоп-ролик, де друкарський валик зупиняється, коли він повністю обертається під час робочого руху касиру. Реверсивний (холостий) і реверсивний рух. Призначений для друку тільки методом високого друку. Його швидкість руху нижча, ніж швидкість шпинделя, що подається папером, але він дозволяє друкувати безпосередньо з плоских прототипів письмових форм або кліше, що робить його ефективним для друку невеликих тиражів. Ротаційні друкарські машини є найпродуктивнішим друкарським обладнанням.

У машинах цього типу малюнок закріплюється на циліндричній поверхні (формовий циліндр), а папір також укладається на циліндричну поверхню (друкарський циліндр). Перенесення фарби з шаблону на папір відбувається в зоні контакту шаблону і друкарських валиків (поkritих еластичною оболонкою - етикеткою) під тиском. Для цієї друкарської машини високого друку потрібен візерунок, який можна формувати відповідно до форми поверхні друкарського циліндра.

Після нанесення першої фарби на папір аркуші передаються в другу друкарську секцію, де наноситься друга друкарська фарба і т.д. Після цього папери передаються за місцем прийому. Залежно від кількості друкарських секцій випускаються від 1-6-ти кольорові машини.

У планетарно-роторній машині навколо одного загального друкарського циліндра розташовано до п'яти фарбувальних пристроїв (за кількістю кольорів, що друкуються) і стільки ж циліндрів з малюнком. Текстура паперу, яка намальована друкарським циліндром, який обертається, переходить від одного циліндра зразка до іншого, кожен з яких створює свій відбиток, доки не завершиться весь цикл друку.

Листові ротаційні машини призначені в основному для друку високоякісної багатоколірної продукції та виготовляються для всіх основних способів друку: високого, офсетного та глибокого друку. Найбільшого поширення набувають листові машини для офсетного і, в обмеженому обсязі, глибокого друку. Рулонні машини друкують на паперовому полотні безперервної подачі. При необхідності після друку розрізається на окремі аркуші. Метод високого друку в основному використовує односпрямовані або зворотні обертові друкарські машини для полотна. [11, с. 69]

Машини з реверсним рухом полотна (так звані напівроторні) дозволяють збільшити коефіцієнт використання матеріалу. Циліндри друкарських секцій в таких машинах обертаються з постійною швидкістю, і полотно періодично, в момент збігу виїмок малюнка з друкарськими циліндрами, здійснює реверсивний рух. Величина цього руху залежить від довжини зображення в моделі та обчислюється як різниця між довжиною кола циліндра моделі та довжиною зображення. Недоліком машин із зворотним ходом полотна є менша швидкість друку порівняно зі звичайними ротаційними машинами.

Позитивною рисою методу літографії є стабільність якості відтворення зображення протягом усього терміну друку. Перш за все, це пов'язано з відсутністю таких нестійких процесів, як змочування друкованих форм (у плоскому друку) або зняття фарби з чистих елементів форми (у глибокому друку). На сучасних версіях друкарських машин високого друку друкарські форми являють собою в основному фотополімерні листи, які миються.

Однак суттєвими недоліками цього виду друку, порівняно з офсетним, є висока вартість друкарських форм, складність виправлення, обмеження якості друку та менша швидкість виготовлення.

В даний час за допомогою високого друку виготовляють, як правило, тільки продукцію з низькими вимогами до якості: монохромні книги, телефонні довідники, бланки, деякі газети, лотерейні квитки, бланки та ін. Протягом останніх десятиліть був введений принцип удосконаленого високого друку під назвою флексографічний друк. Це максимально простий спосіб перенесення зображень. Фігурка покривається фарбою, торкається поверхні і робить на ній відбиток. Спеціальний валик (анілокс) зі спеціальними осередками, за допомогою яких переноситься необхідна кількість фарби, переносить її на опуклі частини візерунка, з яких складається зображення.

На відміну від високого друку, флексографія працює з рідкими і гнучкими фарбами, тобто м'якими і гнучкими формами друку (кліше), які дозволяють значно знизити тиск між циліндром малюнка і матеріалом, що друкується. Раніше флексографічні форми друку виготовляли виключно з гуми, зараз – переважно з фоторозкладних матеріалів, що дає можливість друкувати матеріали з дуже шорсткою поверхнею і навіть тканини. Кліше або мають плоску форму і кріпляться на циліндричну форму за допомогою клею чи двостороннього скотча, або виготовляються вже циліндричної форми (наприклад, за технологією «комп'ютер – друк рукав»).

У флексографії використовуються спеціальні друкарські машини, найчастіше роторні, які можуть бути трьох типів: ярусні – складаються з окремих вузлів, розташованих один над одним і розташованих в окремих друкарських циліндрах; секційні – мають окремі друкуючі блоки в циліндрах, але розташовані вони горизонтально; планетарний – всі вузли зібрані в одному циліндрі. До переваг даного способу друку також слід віднести: високу швидкість друку на будь-яких рулонних матеріалах, у тому числі не вбираючих друкарську фарбу; вміння

працювати з матеріалами різної товщини та текстури; зображення мають високу якість; можливість використання екологічно чистих фарб; Друк-форми з фотополімерів з високим опором коченню дуже дешеві в розрахунку на одиницю продукції (один шаблон розрахований на 1-5 млн відбитків, і його гнучкість не включає процес приправ); Можливість друку, лакування, тиснення та різання одночасно на одній машині, що робить цей спосіб друку дуже перспективним для виробництва упаковки, етикеток, рекламних матеріалів, шкільних зошитів, а також для друку газет.

Іншим способом високого друку є офсетний тип – «гібридний» спосіб непрямого друку, який використовується для нанесення зображень на неплоскі вироби з синтетичних матеріалів, наприклад, кепки та окуляри, а також для багатокольорності, напівкольорові вироби. За цією технологією в'язкі фарби наносяться на елементи рельєфного друку, але не потрапляючи з них на папір, а на офсетне полотно. При цьому зволожувач не бере участі в технологічному процесі. Цей метод дає можливість використовувати звичайні в'язкі друкарські фарби на різній хімічній основі.

Як і високий друк, офсетний друк використовується для виготовлення великих відбитків. Відсутність контакту між папером і формою підвищує її довговічність.

Процес темного друку дуже трудомісткий і дорогий, особливо при використанні електромеханічних машин для тиснення. Зчитування інформації з матеріалу зображення здійснювалося складною системою оптичного розширення пучка світла, фотопомножувач перетворював відбиття в електричний сигнал і передавав інформацію на алмазний різець, який гравірував майбутні елементи друку на різну глибину.

Машина глибокого друку не має систем подачі чорнила, роликів і роликів. При обертанні фігурний циліндр частково занурюється в ємність з рідким покриттям. Надлишки фарби знімаються з його поверхні ракелем, тому фарба залишається тільки на поглиблених ділянках малюнка. Далі валик торкається паперу для друку.

Різниця в насиченості зображень, отриманих методом глибокого друку, забезпечується різною глибиною друкуючих елементів.

Це головна перевага глибокого друку при відтворенні тонів, світла і тіней на зображенні. Можливість передачі півтонів шарами фарби різної товщини, травлення відрізняється від інших способів багатством відтінків. Крім того, рідка фарба розтікається по темних ділянках зображення, що відповідає найбільшій глибині елементів друку, і заповнює всі прогалини, в результаті чого растрова структура практично зникає. Відсутність елементів друку на світлих зображеннях дозволяє максимально повно відтворити шкалу яскравості в відбитку і отримати більший колірний охоплення в порівнянні з друком під високим тиском і плоским друком.

Можливість відмови від четвертого покриття за умови досягнення максимальної товщини шарів покриття у відтінках, що значно знижує матеріалоемність, трудомісткість, зменшує кількість прогонів покриття та знижує собівартість продукції. В умовах друку на машинах глибокого друку з круговим обертанням можливе використання високих лінійних растрових шрифтів 70-80 рядків/см, що неможливо, наприклад, у високому друку. Глибокий друк має кілька різновидів. Вони різняться структурою друкуючих елементів під час відтворення тонів зображення. Вони можуть бути однаковими за площею, але різної глибини, рівними за глибиною, але різними за площею або відрізнятися глибиною і площею.

В даний час останній є найбільш використовуваним. До переваг методу глибокого друку відносяться:

- забезпечення максимально точного відтворення монохромних і багатоколірних зображень;

- завдяки використанню «летких» фарб на основі розчинників швидкість друку досягає 100 000 відбитків на годину;

- короткий термін підготовки машин до друку;

- висока насиченість шару фарби;

висока якість тональних зображень;

спрощена конструкція пристроїв для покриття та друку тощо.

До недоліків, через які цей спосіб друку не отримав широкого поширення, можна віднести: недовговічність.

4.2. Вибір друкарського обладнання

Для початку хочеться розібратися коротко з тим, що представляє собою поліграфічне підприємство. Отже, це складна економічна система, яка узагальнює багато взаємопов'язаних елементів поліграфічної діяльності. Аби забезпечити якісне здійснення всіх друкарських процесів необхідно вибрати відповідне обладнання для виконання цієї роботи.

Друкарські машини – це друкарське обладнання, призначене для багаторазового нанесення зображень на різні матеріали шляхом перенесення фарби з друкарської форми на поверхню, для друкування. Друкарські машини для всіх видів друку складаються з чотирьох основних систем: паперотранспортної (папероживильної) – забезпечення рівномірної подачі паперової стрічки (матеріалу) в друкуючий пристрій і поділяються на роликові і самозавантажувальні пристрої;

фарбонанісна машина – призначена для нанесення та розподілу в'язких або рідких покриттів у вигляді друку рівномірним шаром певної товщини. Зазвичай вони складаються з трьох груп: накочувальної, фарбонанісної та розкочувальної;

друкарська машина – де фарба йде від зображення до друкованого матеріалу безпосередньо або через проміжну поверхню;

приймально-вивідний пристрій – залежно від типу друкарських машин мають різну конструкцію: у листоподаючих машинах друковані аркуші відкидаються за допомогою шаблонно-розподільного конвеєра, у перемотувальних машинах часто присутні фальцювальні та різальні пристрої.

Офсетні друкарські машини також оснащені змочувальним пристроєм, призначеним для нанесення змочувального розчину на порожні елементи

друкарської форми під час друку. Сучасні друкарські машини також оснащені додатковим обладнанням у вигляді пристроїв автоматичної заміни друкарських форм, прямого переходу, фарби від форми на матеріал, та йде друк на цільову чи через проміжну поверхню.

Також у них наявний приймально-вивідний пристрій. Залежно від виду кожна друкарська машина, має одну з двох конструкцій: простий вивід віддрукованого матеріалу аркушевивідним транспортером, або як найчастіше роблять для рулонних, додатково має фальцювально-різальний апарат.

Друкарські машини класифікуються за такими характеристиками:

спосіб друку – це, флексографічні машини, машини високого, глибокого, трафаретного офсетного, трафаретного та інших видів друку;

залежно від виду матеріалу, що друкується – листові та рулонні;

форма друкуючої поверхні – тигельні, у яких обидві робочі друковані поверхні плоскі;

плоскодрукарський друк, при якому робоча поверхня форми друкуючого елемента розташована в площині, а поверхня пресування – циліндрична;

ротаційні – з обома циліндричними друкованими поверхнями;

офсетні – будуються за схемою «циліндричний ролик»;

за кількістю використаних фарб, які наносяться за один прохід на відбиток, – одно-, дво- або багатоколірні;

за кількістю друкарських циліндрів багатоколірні машини – секційні, що складаються з однотипних однофарбних друкарських секцій, і планетарні, що мають один друкарський циліндр, навколо якого встановлені інші циліндри;

розташування секцій – ступінчаста або лінійна структура;

кількість сторінок, за один раз друкування – односторонні, двосторонні та комбіновані;

Залежно від формату – машини великого (840 x 1080 мм і більше), середнього (до 700 x 920 мм), малого (до 540 x 750 мм) форматів. [15, с. 90]

Високий друк є одним із найдавніших способів друку, якому понад тисячу років. Довгий час технологія високого друку була синонімом поліграфа. За допомогою цього методу типографіки елементи типографіки та пробілів у формі знаходяться на різних рівнях, з елементами типографіки вгорі, а елементами пробілів унизу. Це забезпечує можливість вибіркового нанесення фарби лише на елементи друку та перенесення фарби з них на поверхню друку. Це дія, при якій лінія контактує безпосередньо з матеріалом: зображення переноситься рельєфними елементами друкованої форми, а пробіли поглиблюються. [10, с. 90]

Способи високого друку класифікують залежно від матеріалів, з яких виготовлені форми друку: високий друк – найдавніший спосіб високого друку. Він полягав у виготовленні та використанні для набору окремих рухомих літер, що давало змогу економно та швидко тиражувати рукописи та книжкову продукцію (зокрема, на основі ручного, лінійного та монотипного видів набору); ксилографія – друк із друкованих ксилографічних форм, виконаних у стилі готового тиснення. Першими формами для друку були плоскі дерев'яні дошки з рівною і гладкою поверхнею, на яких вирізанням (поглибленням) недрукованих (порожніх) елементів отримували зображення.

У ХІХ столітті ксилографічний друк широко використовувався для друку ілюстрацій і репродукцій картин і малюнків у книгах і журналах. Форми на дошці можуть зберігати до 15 000 відбитків. Для більших версій гальванічні кліше виготовляються з ксилографічних пластин. Ці фігури використовуються часом і зараз як один із прийомів художнього відтворення:

флексграфія – друк при якому використовують гнучкі фотополімерні форми і швидковисихаючі чорнила;

типофсетний друк – спосіб, коли рельєфні форми високого друку друкуються на гнучкій поверхні (офсетному валику). Друк здійснюється без змочування малюнка (на відміну від офсетного друку на матеріалах різної гладкості і меншого

тиску, ніж високий друк, що підвищує довговічність друкарських форм і практично виключає приправу). Сьогодні використовується тільки флексоdruk. [10, с. 91]

Типографський друк тепер асоціюється з погано обладнаними провінційними друкарнями та іншими не пов'язаними з цим пам'ятками друку. Однак цей вид друку аж ніяк не зник у всьому світі. Хоча букви доводилося натискати, з цим продовжували активно працювати.

Листові офсетні друкарські машини прийнято класифікувати за:

за форматом – великоформатні (до 740 x 1050 мм), повноформатні (до 740 x 1050 мм), середньоформатні (500 x 700 мм), і малоформатні (до 500 x 700 мм);

сторона подачі листів – на широку або вузьку сторону. При подачі паперу вузькою стороною після змочування і проходження через перший друкуючий пристрій абсолютні значення лінійної деформації більше (пропорційно довжині паперу), що істотно впливає на колірну гамму при фарбуванні. друк. Перевагою цих машин є їх загальна компактність. Як правило, вони використовуються для оперативного монохромного друку. Машини з широкосторонньою подачею мають меншу довжину ходу і більше використовуються для високоякісного друку;

за кольором – однотонні, двоколірні і поліхромні.

Монохромні машини в основному використовуються для оперативного монохромного друку, але деякі підходять і для багатоколірного друку. Основним недоліком у цьому випадку є складність точного поєднання кольорів при повторних прогонах. Однак він дешевий, високопродуктивний і невеликий за розміром. Двоколірні машини можуть мати пристрій обертання паперу, що дає можливість друкувати з двох сторін аркуша за один прохід, що важливо, наприклад, при виготовленні монохромної книжкової продукції.

Багатоколірні машини призначені для друку високоякісних багатоколірних видань і відносяться до середньої або високої категорій. Проконтролювати та оцінити якість багатоколірного друку легко. Вимагає великих капіталовкладень і виробничих площ, але при оптимальному завантаженні дуже швидко запускається;

За конструкцією зарядних пристроїв і приймачів – високого і низького рівня. Великі пристрої зазвичай мають високошвидкісні зарядні пристрої та приймачі. Малий формат із зворотним виведенням відбитків має зарядний пристрій високого рівня і приймач низького рівня, а прямий вихід відбитків – зарядний пристрій і приймальний пристрій низького рівня.

Самопідтримуюча технологія – з фрикційною подачею листів, з полистовою подачею ручками, з послідовною (пневматичною) подачею листів.

Фрикційна подача паперу не є властивістю листових офсетних машин і зустрічається лише на рудиментарних монохромних машинах інших методів друку. Для однотонних і легких аркушів малої продуктивності використовується одинарна подача листів, машини середнього і високого класу завжди мають самопідйомники з послідовною вакуумною подачею аркушів, варіанти друку - односторонній і двосторонній друк.

При односторонньому друку спочатку друкується одна сторона, а після висихання основа відбитків перевертається і знову пропускається через машину. Двосторонній друк можна виконувати тільки на машинах, в яких між друкованими секціями можна встановити пристрій обертання паперу. Це значно прискорює час виготовлення;

продуктивність – при низькій швидкості друку (до 9000 аркушів / год), високій (від 15 000 аркушів / год), решта - при середній швидкості друку;

вага машини – важкий і легкий тип. Важкі машини більш стійкі, менш схильні до вібрації, стабільні в роботі, і саме від цих факторів залежить якість друкованої продукції. Машини легкого типу більш мобільні, менш вимогливі до фундаменту і стелі приміщення; [10, с. 121]

за будовою друкарської машини – секційна конструкція (характеризується послідовним розташуванням друкарських секцій, які включають одну або дві друкарські машини. Залежно від орієнтації матеріалу, що друкується, прийнято поділяти горизонтальну, вертикальну і змішаних конструкцій. Секційні машини

сателітної конструкції. Тут друкарський пристрій складається з двох форм і, відповідно, двох фарбувальних пристроїв і двох змочувальних пристроїв, одного офсетного і одного друкувального валика. Зазвичай це одна з секцій друку: фарба, зволожувач і валик шаблону є розбірною насадкою. Двоколірні аркушеві друкарські машини легкої навантаженості, розраховані на одну або дві фарби, з низькими вимогами до якості та колірної гами, односторонній друк мають це (конструкція друкувального пристрою), планетарну конструкцію. Але завжди друкарського циліндра перевищує за діаметром офсетний циліндр в кілька разів. [10, с. 121]

Плюси продукції офсетного друку характеризується високою якістю, навіть дрібні деталі відрізняються чіткою передачею, та якісною передачею півтону.

До переваг офсетного друку також слід віднести: можливість друку на будь-яких видах паперу; використовувати будь-який вид післядрукарської обробки; друк великими тиражами малими тиражами; Значне здешевлення офсетного друку великих тиражів. Серед недоліків традиційного офсетного друку можна назвати:

незмінна стабільність друкованого формату;

необхідність додрукарської підготовки (кольоророзділення, кольоротестування, створення форм зображення, друкарських форм, налагодження преса, балансування кольорів тощо), що унеможлиблює виконання термінового замовлення, наприклад, за годину;

витрати на підготовку та постачання збільшують вартість, і друк малих тиражів може виявитися не вигідним;

унеможлиблює налаштувати данні під час цього типу друку (лише під час післядрукарських обробок).

Отже, порівнявши види друку, ми зрозуміли, що для вашої роботи підійде цифровий широкоформатний друк. Для визначення найліпшого обладнання візьмемо для порівняння три найвживаніші машини широкоформатного друку.

Перша машина широкоформатного друку HP Scitex XL Jet Premium 3+ використовує технологію сольвентного рулонного друку (СМҮК). Вона має

ширину рулону до 3,4 м, із продуктивністю 100 м² / год. Матеріал виготовлення може бути blueback папір, сіті папір, банер, сітка, самоклеїтка, скроллерні папери. Він підходить для виготовлення скролів, постерів, наліпок, афіш, банерів, плакатів та білбордів.

Наступним принтером є EPSON Stylus Pro 9900. Його технологія пігментного друку, яка має 11 кольорів. Продуктивність цього апарату 10 м² / год. Він допускає формати друку до 1,12 м. EPSON Stylus Pro 9900 використовують для фотопаперу, полотен, самоклеючої плівки та бекліт плівки. Із ним виготовляють плакати, афіші, наліпки та постери.

І третім принтером MUTOH Valuejet 1638. Він застосовує технологію екосольвентного рулонного друку (СМҮК). Формат допустимого матеріалу становить до 1,6 м в ширину. Він друкує зі швидкістю 20 м² / год. Для нього підходить матеріал самоклеїтки, плакатний папір, банерний та сітка з підкладкою. За допомогою нього виготовляють афіші, плакати, банери, постери та сітілайти.

Проаналізувавши характеристики обладнання широкоформатного друку, ми зробили висновки, що для реалізації нашого проекту найкраще підійде друкарська машина MUTOH Valuejet 1638. Адже саме її параметри відповідають усім нашим потребам.

Висновки до розділу

Отже, за результатами цього розділу на основі теоретичних даних ми дослідили особливості друкарських процесів, та сам друк, а також визначили види та типи сучасного друку.

Оскільки ми маємо мотиваційні плакати спрямовані на тему підняття якості здоров'я населення, це означає, що досягнення мети має довгострокові терміни. Незважаючи на те, що людина здатна швидко прийняти інформацію, на її втілення можуть бути витрачені місяці, а можливо й більше. І хоча плакати це інструмент для передачі швидких змін інформації, у нашому випадку ліпшим рішенням буде

залишити їх якомога більше часу на вулицях міст. А отже, краще, вибирати вид друку витривалий до несприятливих погодних умов та сонячного світла. Саме таким є цифровий варіант поліграфічної продукції.

Ми також дослідили характеристики широкоформатних машин, з'ясували сучасні технології друкарських машин та обрали найвигіднішу з них для реалізації наших плакатів.

ВИСНОВКИ

Отже, в процесі проведеного дослідження була з'ясована, потреба у якісній розробці серії плакатів, для що торкалася б теми здоров'я.

Було визначено, що саме таким чином ми маємо можливість сприяти поширенню вістки, яка б змінила якість життя людей. Професійно розроблене графічне та шрифтове оформлення матиме найбільшу дію на об'єкт цільового впливу. Відповідність цьому епітету буде втілена лише за умови дотримання усіх основ композиційних, кольорових, образних та шрифтових поєднань, при яких кожен елемент працюватиме відтворюючи спільно обрану ціль.

Гармонійний дизайн буде ключовим у сприйнятті поданої візуальними образами інформації. Застосовуючи усі принципи дизайну ми зможемо отримати на виході плакати, що привертатимуть уваги, викликатимуть зацікавленість та спричинятимуть бажання дізнатися більше про тему. Таким чином, наша мета втілити принципи здорового способу життя отримала свою реалізацію. А буде добре впізнавані завдяки своїй акцидентності та привабливості постери залишатимуть слід у свідомості споглядача.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. “Хороший сон – це наше психічне благополуччя”. *Новини Полтавщини*. URL: <https://np.pl.ua/2018/03/horoshyj-son-tse-nashe-psyhichne-blahopoluchchya/#:~:> (дата звернення: 02.06.2023).
2. Greger M. *How Not To Die: Discover the Foods Scientifically Proven to Prevent and Reverse Disease*. 2015. – 460 с.
3. Андрейканіч А.І. Плакат: його види та жанри / А.І.Андрейканіч // Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – 2013. – Вип. 19. Т.1. – С.35-40.
4. Бабка Г. С. ПРИНЦИПИ КОМПОЗИЦІЙНОЇ ПОБУДОВИ У ПЛАКАТІ. СУЧАСНІСТЬ, НАУКА, ЧАС. ВЗАЄМОДІЯ ТА ВЗАЄМОВПЛИВ». 2018.
5. Бабуріна Н. І. Рекламний плакат 20-х років / Ніна Іванівна Бабуріна. – [5-е вид.]. – К.: Реклама, 1987. –184 с.
6. Білодід Ю.М. Основи дизайну: навч. посіб. Ю.М. Білодід, О.П. Поліщук. – К.: ПАРАПАН, 2004. – 240 с.
7. Бове Л. Современная реклама / Л. Бове, У. Арренс. М.: Изд. Дом Довгань. 1995.- 704 с.
8. Бокарева Ю. С., Слепньова К. Мінімалізм в графічному дизайні: thesis. 2018. URL: <http://openarchive.nure.ua/handle/document/5208> (дата звернення: 17.05.2023).
9. Бугайова О. І. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК ОСОБЛИВИЙ ЖАНР. 2013. С. 125.
10. Віктор Іванович Шпак. ПОЛІГРАФІЯ: книга редактора : навч. посіб. Київ: ДП «Експрес-об’ява», 2017. 335 с.
11. М.А Назаркевич. АВТОМАТИЗОВАНІ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ: навч. посіб. Львів : Вид-во каф. АСУ НУ «Львів. політехніка», 2010. 98 с.

12. Manager. Користь спорту для здоров'я, молодості та краси. *Оздоровчий центр «ТРИ СТИХІЙ»*. URL: <https://trystyhii.com.ua/blog/koryst-sportu-dlia-zdorov-ia-molodosti-ta-krazy/> (дата звернення: 02.06.2023).
13. Основні види друку та сфери їх застосування • GRENA (Грена Україна) • поліграфія - друк - дизайн у Львові. *GRENA*. URL: <https://grena.com.ua/uk/statti/osnovni-vydy-druku-ta-sfery-yih-zastosuvannya/> (дата звернення: 02.06.2023).
14. Основні види друку та сфери їх застосування. *КРАПЛАК*. URL: <https://kraplak.com.ua/uk/korysni-statti/vydy-druku-i-vykorystannya/> (дата звернення: 02.06.2023).
15. Петренко А.І. ВПЛИВ КОЛЬОРУ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ЛЮДИНИ. МОЛОДІЖНА ШКОЛА-СЕМІНАР. 2018. С. 50.
16. Правильне дихання омолоджує весь організм. *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/health/country/700227-pravilne-dihannya-omolodjue-ves-organizm.html> (дата звернення: 02.06.2023).
17. Різновиди плакатів. *Друк поліграфії | Друкарня дешево в Києві*. URL: <https://racreative.com.ua/ua/a343766-vidy-plakatov.html> (дата звернення: 02.06.2023).
18. Роберт Симон. 8 типів рекламних вивісок та їх характеристика. *WARBLETONCOUNCIL*. 2021.
19. Станкевич Н. Рекламний плакат з найдавніших часів до поч. ХХ століття / Наталія Станкевич // *Мистецтвознавство '09: Науковий збірник*. – Львів: СКІМ, 2009. – С. 111–118.
20. Сучасні розробки у сфері поліграфії. *Евопак*. URL: <https://evopack.com.ua/suchasni-rozrobky-u-sferi-poligrafii/> (дата звернення: 02.06.2023).

- 21.Топчієва Ганна Олександрівна. КОРИСТЬ ФІЗИЧНИХ ВПРАВ ДЛЯ ПІДТРИМКИ СТАБІЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я. *ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ І СПОРТ*. 2022. С. 1–5.
- 22.У чому необхідність пити воду протягом дня. Ecosoft-Market. URL: <https://ecosoft-market.com.ua/ua/v-chem-neobhodimost-pit-vodu-v-techenie-dnu> (дата звернення: 02.06.2023).
23. Шевченко В. Я. Композиція плаката: навч. посіб. / В. Я. Шевченко; Харківська держ. академія дизайну і мистецтв. – 2-ге вид., доп. – Х.: Колорит, 2007. – 133 с.

ДОДАТКИ

Додаток А



Рисунок А. Плакат присвячений темі важливості правильного дихання і має назву «Повітря».

Додаток Б



Рисунок Б. Плакат «Їжа». Присвячений темі здорового погляду на харчування.

Додаток В



Рисунок В. Варіанти плакатів «Спорт». Мета плакату спровокувати людей проводити вільний час займаючись фізичними вправами замість переглядання Інтернет-стрічки.

Додаток Г

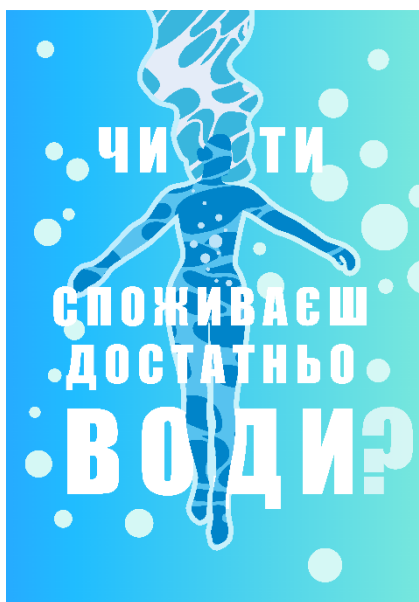


Рисунок Г. Плакати має на меті покликати людей слідкувати за вживанням достатньої кількості води для їх організму. Назва плакату «Вода».

