МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ЦИКЛОВА КОМІСІЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ДИЗАЙН

«ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ»
Голова циклової комісії

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
ФАХОВОГО МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ РЕСТОРАНУ ОДЕСЬКОЇ КУХНІ «САМИЙ ЦИМЕС»

Виконала: _____ (підпис) Басіна Сніжана Денисівна

Керівник: _____ (підпис) Рябінова Ірина Михайлівна

Рецензент: _____ (підпис) Заєва Любов Іванівна

Одеса-2024

ЗМІСТ

ВСТУП…… 3
РОЗДІЛ 1. Теоретична частина……. 6
1.1 Аналоги……. 6
1.2 Види постерів……... 8
1.3 Історичні аспекти…… 12
1.4 Роль постера у світі…….. 13
1.5 Використання постерів…… 14
РОЗДІЛ 2. Практична частина…….. 19
2.1. Підбір фірмових кольорів…… 19
ВИСНОВКИ……….. 25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 27

ВСТУП

Актуальність. Постери – ефективний спосіб передачі важливої інформації стислим і зрозумілим способом. Вони можуть містити текст, зображення та графіку, щоб швидко донести повідомлення до глядачів.

• Реклама та просування: Постери широко використовуються для реклами товарів, послуг і заходів. Привабливі та інформативні постери привертають увагу, створюють обізнаність і заохочують глядачів до певних дій.

• Навчання та освіта: Постери можуть бути цінним навчальним ресурсом у школах, університетах та інших навчальних закладах. Вони можуть містити діаграми, карти, таблиці та інші візуальні матеріали, які допомагають учням краще зрозуміти складні поняття.

• Прикраса та мотивація: Постери також використовуються для прикраси будинків, офісів та інших приміщень. Красиві або надихаючі постери можуть покращити настрій, мотивувати та створювати позитивну атмосферу.

• Висловлення поглядів: Постери можуть бути використані для вираження політичних, соціальних або особистих поглядів. Вони можуть служити формою протесту, пропаганди або просто особистого самовираження.

• Збереження пам'яті: Постери можуть бути використані для збереження спогадів про особливі події, людей або місця. Вони можуть бути цінним нагадуванням про минуле та викликати ностальгію чи натхнення. Загалом, постери є універсальним і ефективним інструментом, який ми використовуємо для різноманітних цілей, від передачі інформації до прикраси та самовираження. Вони поєднують мистецтво та комунікацію, створюючи візуальне повідомлення, яке може інформувати, надихати та залишати тривале враження.

• Привертає увагу: Ефективний постер до фільму повинен привертати увагу і виділятися серед численних інших рекламних матеріалів. Яскраві кольори, привабливі зображення і сміливий текст привертають погляди потенційних глядачів.

• Передає суть фільму: Постер повинен передавати суть фільму - його жанр, тон і атмосферу. Це можна зробити за допомогою зображень ключових сцен, персонажів або символів.

• Спонукає до дії: Постер повинен спонукати глядача до дій - піти в кіно або придбати фільм. Він може включати привабливий слоган або заклик до дії, який викликає цікавість і змушує людей захотіти дізнатися більше.

Реклама та просування:

• Реклама товарів, послуг та заходів

• Залучення цільової аудиторії та створення обізнаності

• Просування брендів та підвищення їхньої впізнаваності Інформування та освіта:

• Надання важливої інформації, наприклад оголошення, інструкції та навчальні матеріали

• Сприяння навчанню та розвитку навичок

• Інформування громадськості про соціальні та екологічні проблеми

Мотивація та натхнення:

• Мотивація та натхнення людей

• Покращення настрою та підвищення продуктивності

• Створення позитивної та надихаючої атмосфери

Декорація та дизайн:

• Прикраса будинків, офісів та інших приміщень

• Додавання кольору, текстури та стилю до простору

• Вираження особистих уподобань та поглядів

Збереження пам'яті:

• Збереження спогадів про особливі події, людей або місця

• Нагадування про минуле та викликання ностальгії чи натхнення

Захист та безпека:

• Попереджувальні знаки та інструкції з безпеки

• Інформування про правила та процедури

• Забезпечення безпеки та захисту в громадських місцях Інші практичні застосування:

• Меню в ресторанах та кафе

• Розклади в школах та університетах

• Презентаційні матеріали на конференціях та зустрічах Загалом, постери є універсальним та практичним інструментом, який можна використовувати для різних цілей, від передачі інформації та реклами продуктів до прикраси простору та мотивації людей.

• Створює обізнаність: Постери до фільмів розміщуються в різних місцях, таких як кінотеатри, автобусні зупинки і соціальні мережі. Це допомагає створити обізнаність про фільм і привернути увагу потенційних глядачів.

• Виділяє фільм серед інших: У конкурентному світі кіноіндустрії постер до фільму є одним із способів виділити його серед інших фільмів. Унікальний і привабливий постер може залишитися в пам'яті глядачів і змусити їх вибрати саме цей фільм.

• Захищає інтелектуальну власність: Постер до фільму є формою захисту інтелектуальної власності. Він допомагає запобігти несанкціонованому використанню зображень і матеріалів фільму. У цілому, постер до фільму є важливим маркетинговим інструментом, який допомагає залучити глядачів, створити обізнаність і виділити фільм на тлі інших. Це потужний візуальний елемент, який може спонукати людей подивитися фільм і залишити незабутнє враження.

Мета - привернути увагу та викликати інтерес у глядачів, щоб вони захотіли подивитися фільм. Також має ефективно передавати суть фільму, його жанр, атмосферу та основні теми. Він повинен давати глядачам уявлення про те, чого чекати від фільму, і спонукати їх дізнатися більше.

Задачі: аналіз кінопродукції, вивчення спеціалізованих джерел та контентів, розробка постерів до фільмів.

РОЗДІЛ 1. Теоретична частина

1.1 Аналоги

Постери фільмів — це плакати, які рекламують фільми та телешоу. Вони є важливим інструментом маркетингу фільмів, оскільки вони привертають увагу потенційних глядачів та створюють ажіотаж навколо майбутніх релізів.

Типи постерів фільмів:

- Художні постери: це візуальна інтерпретація фільму, часто зображуючи головних героїв, ключові сцени або символіку фільму.

Рис 1.1 Постер фільм «Красуня та Чудовисько»

- Рекламні постери: містять більше тексту та інформації

Рис 1.2 Постер рекламний «Боржомі »

- Персонажні постери: фокусуються на окремих персонажах фільму, наголошуючи на їх ролі та індивідуальності.

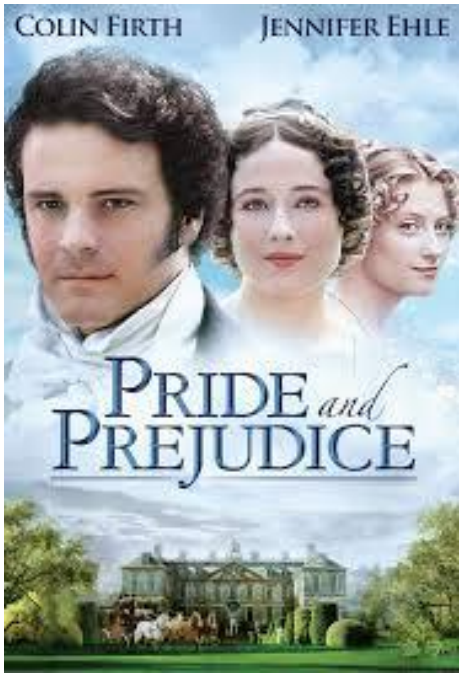

Рис 1.3 Персонажній постер фільма « Гордість і Упередження»

- Постери із цитатами: включають цитати з фільму або відгуки критиків, щоб створити інтригу та привернути увагу.

Рис 1.4 Постер із цитатами фільма «Гордість і Упередження»

- Постери-пазли: розкривають частину сюжету чи загадки фільму, спонукаючи глядачів дізнатися більше.

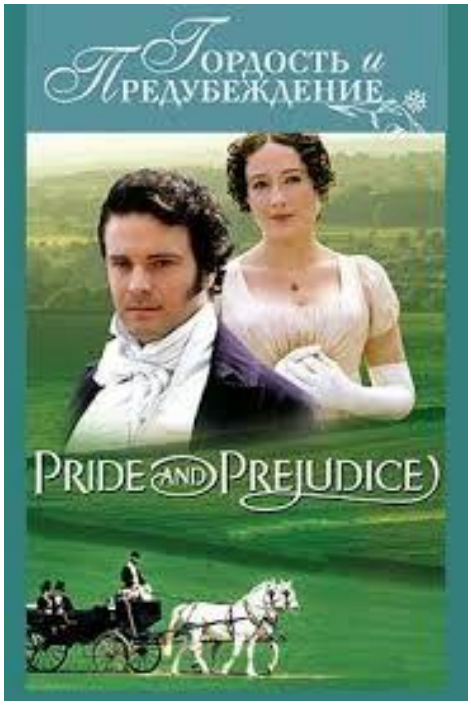

Рис 1.5 Постер пазл «Гордість і Упередження»

1.2 Історичні аспекти

Історія створення постерів

Ранні початки:

- Древній Єгипет: Настінні розписи та ієрогліфи, викарбувані на стінах храмів і гробниць, служили формою ранньої реклами та пропаганди

Початки постерів У Стародавньому Єгипті настінні розписи та ієрогліфи, викарбувані на стінах храмів і гробниць, служили ранньою формою постерів. Ці зображення використовувалися для різних цілей, включаючи:

• Пропаганда фараона та держави: Настінні розписи часто зображували фараонів у героїчному світлі, підкреслюючи їхню силу, мудрість і божественність.

• Релігійне навчання: Настінні розписи та ієрогліфи також використовувалися для передачі релігійних вірувань і практик. Вони зображували богів, богинь, обряди та міфологічні сцени.

• Посмертне керівництво: Настінні розписи в гробницях містили тексти та зображення, які призначалися для допомоги померлим у їхньому переході в загробне життя.

• Документування історії: Настінні розписи часто зображували важливі історичні події, такі як війни, коронації та будівництво храмів. Ці ранні форми постерів були надзвичайно ефективним способом спілкування та передачі інформації в стародавньому єгипетському суспільстві. Вони використовувалися для освіти, розваг, релігійних обрядів і політичної пропаганди. Хоча ці настінні розписи та ієрогліфи не є в сучасному розумінні постерами, вони заклали основу для розвитку постерів як потужного засобу спілкування та самовираження.

- Стародавній Рим: Плакати, відомі як "альбуми", використовувалися для оголошення гладіаторських боїв та інших громадських заходів.

Ці плакати були великими білими дошками, на яких чорною фарбою писали оголошення. Альбуми зазвичай розміщувалися в громадських місцях, таких як форум і терми. Вони містили інформацію про дату, час і місце проведення заходу, а також імена учасників. Альбуми також часто містили ілюстрації, що зображують гладіаторів або сцени з бою..

- Середньовіччя: Гравюри на дереві та літографії використовувалися для створення релігійних та політичних плакатів

Виникнення сучасного постера:

Це призвело до розквіту плакатного мистецтва, і плакати почали використовуватися для широкого спектру цілей, включаючи рекламу, пропаганду та художнє самовираження. Характерні риси сучасних постерів: Сучасні постери відрізняються від своїх попередників кількома ключовими характеристиками:

• Колір: Сучасні постери зазвичай друкуються з використанням повнокольорової палітри, що дозволяє створювати візуально привабливі та привертаючі увагу зображення.

• Зображення: Сучасні постери часто містять яскраві та динамічні зображення, які призначені для привернення уваги та передачі потужного повідомлення.

• Текст: Текст на сучасних постерах зазвичай короткий та лаконічний, і він використовується для доповнення зображення та передачі основного повідомлення.

• Дизайн: Сучасні постери розроблені з урахуванням принципів дизайну, таких як композиція, колір та типографіка, щоб створити візуально привабливий та ефективний засіб спілкування. Сучасні постери продовжують розвиватися і адаптуватися до нової ери цифрових технологій, але вони залишаються потужним засобом спілкування, реклами та художнього самовираження.

- 19 століття: Розвиток літографії та хромолітографії зробив можливим масове виробництво барвистих та недорогих плакатів.
- Кінець 19 століття - початок 20 століття: Художники та дизайнери, такі як Жюль Шере та Альфонс Муха, створили видатні плакати в стилі ар-нуво, які стали культовими.

Золотий вік постера:

- 1920-1950-ті роки: Плакати досягли свого золотого віку, ставши важливим видом мистецтва та комерційним інструментом.
- Художники, такі як Кассандр та A.M. Кассандр, створили культові плакати для таких брендів, як Air France та Dubonnet
- Відомі рекламні кампанії, такі як кампанія "I'd Like to Buy the World a Coke", зробили плакати невід'ємною частиною поп-культури.

Плакати у другій половині 20 століття:

- 1960-1970-ті роки: Плакати стали важливим засобом для контркультури та політичного активізму. • 1980-ті роки: Поява цифрових технологій призвела до нових можливостей у дизайні та друку плакатів.

- .У 1913 році компанія Vitagraph Studios випустила перший відомий плакат до фільму, призначений для виставлення в кінотеатрах. Плакат рекламував фільм "Людина-муха". З ростом популярності кіно індустрія постерів для фільмів почала процвітати.
- У 1930-х роках почали з'являтися повнокольорові постери до фільмів. Художники, такі як Дрю Струзан і Сол Басс, стали відомими своїми культовими постерами до фільмів. Струзан був відомий своїми яскравими ілюстраціями для постерів до таких фільмів, як "Зоряні війни", "Індіана Джонс" і "Назад у майбутнє". Басс створив мінімалістичні, але вражаючі постери для таких фільмів, як "Психо", "Запаморочення" і "Казино".

Рис 1.7 Индіана Джонс.

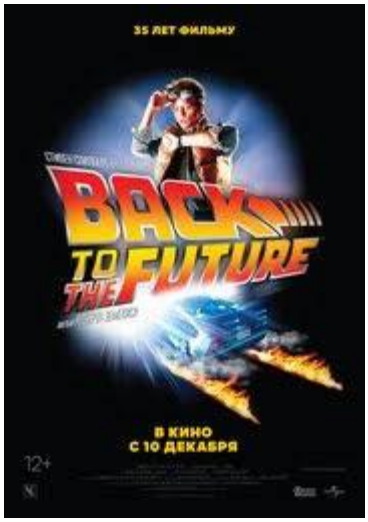

Рис 1.8 Назад в майбутнє

- У 1980-х роках почали використовуватися фотографії для постерів до фільмів. Це дозволило кіностудіям краще зобразити акторський склад і захоплюючі сцени з фільму. Проте ілюстровані постери залишалися популярними для певних жанрів, таких як наукова фантастика і фентезі.
- У сучасну епоху цифрові технології революціонізували процес створення постерів до фільмів. Дизайнери можуть використовувати комп'ютерні програми для створення реалістичних зображень і складних композицій. Також стали поширеними онлайн-кампанії з постерами для фільмів, які дозволяють кіностудіям охоплювати ширшу аудиторію.
- Сьогодні постери до фільмів залишаються невід'ємною частиною кінематографічного досвіду. Вони є не лише інструментом реклами, але й предметами колекціонування та творами мистецтва самі по собі. Постери до фільмів відбивають культурний дух своєї епохи та продовжують надихати і захоплювати глядачів.

1.3 Головна роль

Постерів полягає в художньому оформленні. Вони вдихають життя в будь-який простір, додаючи кольору, візерунків і текстури, створюючи

бажаний настрій. Від барвистих абстракцій до безтурботних природних пейзажів, постери здатні трансформувати приміщення, роблячи їх більш привабливими та персоналізованими.

Поза естетикою, постери відіграють важливу роль в художньому самовираженні. Художники використовують їх як платформу для демонстрації свого таланту та обміну творчими ідеями. Постери стають не лише декоративними елементами, але й засобом вираження власного стилю, культурної приналежності та політичних переконань. Розміщуючи постери в своїх оселях та офісах, люди оточують себе візуальними відображеннями своїх цінностей та поглядів.

Більш практично, постери виконують просвітницьку та мотиваційну функції. У школах та на робочих місцях вони використовуються для передачі інформації, надихаючи людей та пропагуючи конкретні ініціативи. Плакати про здоров'я, безпеку та екологію можуть підвищити обізнаність та стимулювати позитивні зміни в поведінці.

Крім того, постери можуть пробуджувати ностальгію та викликати спогади. Плакати фільмів, альбомів та подорожей переносять нас у минуле, відроджуючи приємні моменти.

Вони служать своєрідними візуальними хроніками, нагадуючи про дорогих людей та значущі події.

Нарешті, постери набули колекційної цінності. Постери певних художників та епох стали предметами колекціонування. Люди збирають та обмінюються ними, як і іншими видами мистецтва. Вінтажні, рідкісні та підписані постери можуть мати значну фінансову вартість.

Отже, постери є багатогранними елементами, що відіграють істотну роль у нашому житті. Вони прикрашають наші простори, дозволяють художникам самовиражатися, інформують, надихають та викликають спогади.

У сучасному світі постери залишаються потужним інструментом візуального спілкування, який продовжує збагачувати наше оточення та досвід.

1.4 Цікави факти постерів

• Найдорожчий постер, коли-небудь проданий на аукціоні, - це постер до фільму "Метрополіс" 1927 року.

Він був проданий за 690 000 доларів у 2012 році. • Найбільший постер у світі має розмір понад 20 000 квадратних метрів. Він був створений у 2013 році для реклами фільму «Гравітація».

• Перший відомий постер до фільму, призначений для виставлення в кінотеатрах, був випущений компанією Vitagraph Studios у 1913 році. Він рекламував фільм «Людина-муха».

• У 1930-х роках почали з'являтися повнокольорові постери до фільмів. Цьому сприяло вдосконалення технології друку.

• Деякі постери до фільмів стали настільки культовими, що їх можна вважати творами мистецтва самі по собі. Наприклад, постер Дрю Струзана до фільму «Зоряні війни: Епізод IV – Нова надія» є одним з найвідоміших і цінних постерів усіх часів.

• Постери до фільмів часто містять прихований символізм і натяки на сюжет фільму. Наприклад, на плакаті до фільму «Мовчання ягнят» зображено метелика бражника смерті, який є символом серійного вбивці у фільмі.

• У деяких країнах постер до фільму може відрізнятися від постеру, випущеного в інших країнах. Це може бути пов’язано з культурними відмінностями або вимогами цензури.

• Постери до фільмів є популярними предметами колекціонування. Створені обмеженим тиражем або підписані художником постери можуть мати значну цінність.

• Цифрові технології революціонізували процес створення постерів до фільмів. Дизайнери тепер можуть використовувати комп’ютерні програми для створення реалістичних зображень і складних композицій.

• Постери до фільмів залишаються невід’ємною частиною кінематографічного досвіду. Вони є не лише інструментом реклами, але й предметами колекціонування та творами мистецтва самі по собі.

1.5. Використовування постерів

- Реклама : просування товарів послуг чи заходів.
- Декор : прикраса будинків , офісів та інших просторів.
- Інформація : надсилання інформації або повідомлень.
- Мистецтво : як форма художнього вираження.

Ось деякі приклади використання постерів:

- Комерційні постери: використовуються компаніями для просування своїх продуктів та послуг.

Рис 1.9

Комерційний плакат , бренду взяття Vans.

Вони є важним інструментом маркетинговых коммуникацій і можуть бути використані в різних цілях, включаючи:

- Підвищення впізнаваності бренду
- Генерування лідів

- Стимулювання продажів
- Позиціонування товару або послуги
- Створення іміджу бренду

Типи комерційних постерів:

• Рекламні постери: просувають конкретні продукти або послуги, часто використовуючи броские заголовки, зображення та заклики до дії.

• Постери з іміджем бренду: зосереджені на створенні позитивного іміджу бренду, демонструючи цінності, місію та особистість бренду.

• Постери для пунктів продажу: розміщуються в магазинах і місцях продажу, щоб заохотити імпульсивні покупки або надати додаткову інформацію про товар.

• Інформаційні постери: надають інформацію про продукти, послуги або заходи, наприклад, про нові функції продукту або майбутні події.

Ефективні комерційні постери зазвичай мають такі характеристики:

• Привабливий візуальний дизайн: привертає увагу і виділяється серед інших візуальних шумів.

• Чітке і лаконічне повідомлення: швидко і ефективно передає основне послання.

• Заклик до дії: заохочує глядачів виконати певне дію, наприклад, відвідати веб-сайт або зробити покупку.

• Високоякісний друк: забезпечує професійний вигляд і робить зображення та текст чіткими та помітними.

• Відповідність бренду: узгоджується з загальною ідентичностью бренду, включаючи кольорову гаму, шрифти та тон голосу.

Розповсюдження комерційних постерів:

Комерційні постери можна розповсюджувати через різні канали, зокрема:

• Розміщення на рекламних стендах, автобусних зупинках і інших громадських місцях.

• Роздача на виставках, конференціях та інших заходах.

• Демонстрація в магазинах і місцях продажу.

• Розміщення в журналах, газетах і на веб-сайтах.

Ефективні комерційні постери можуть бути потужним інструментом для досягнення маркетингових цілей і створення сильного впливу на цільову аудиторію.

• Постери фільмів: використовуються для привернення уваги до фільмів та телешоу.

Ефективні постери фільмів зазвичай мають такі характеристики:

• Привабливий візуальний дизайн: використовує яскраві кольори, захоплюючі образи та унікальну композицію, щоб виділитись та привернути увагу.

• Чітке та лаконічне повідомлення: швидко та ефективно передає основну тему фільму та його унікальні особливості.

• Відповідність жанру: відображає жанр фільму, створюючи відповідну атмосферу та очікування у глядачів.

• Високоякісний друк: забезпечує професійний зовнішній вигляд і робить зображення чітким та помітним.

• Інформація про фільм: включає назву фільму, імена основних акторів та дату виходу, а також будь-яку іншу важливу інформацію.

Поширення постерів фільмів:

Постери фільмів поширюються різними каналами, у тому числі:

• Розміщення в кінотеатрах, автобусних зупинках та інших громадських місцях.

• Розповсюдження в журналах, газетах та веб-сайтах.

• Використання в соціальних мережах та онлайн-маркетингових кампаніях.

• Продаж як колекційні предмети або сувеніри.

Ефективні постери фільмів можуть привернути увагу цільової аудиторії, викликати інтерес до фільму і створити враження, що запам'ятовується, яке сприятиме успіху фільму в прокаті.

• Подорожні постери: використовуються для просування туристичних напрямків та визначних пам'яток. Наприклад, постер із зображенням гарного пляжу чи історичної пам'ятки.

• Політичні постери: використовуються для просування політичних кандидатів чи ідей. Наприклад, постер із зображенням кандидата чи гаслом кампанії.

• Художні постери: створюються як витвори мистецтва і часто є репродукцією відомих картин або фотографій. Наприклад, постер із зображенням "Мони Лізи" або фотографії Енні Лейбовіц.

• Освітні постери: використовуються для навчання та інформування. Наприклад, постер із зображенням періодичної таблиці чи картою світу.

• Мотиваційні постери: використовуються для натхнення та мотивації. Наприклад, постер із цитатою чи зображенням успішної людини.

• Персоналізовані постери: використовуються для створення унікальних подарунків або оздоблення житлового простору. Наприклад, постер із фотографією сім'ї або улюбленого вихованця.

Універсальність постерів полягає в широкому спектрі цілей, для яких вони можуть бути використані, зокрема:

Реклама: Постери є ефективним способом просування продуктів, послуг і заходів. Їх можна розміщувати в громадських місцях, таких як автобусні зупинки, торгові центри та білборди, щоб охопити велику аудиторію. Пропаганда: Постери також використовуються для пропаганди політичних і соціальних ідей. Вони можуть бути використані для просування конкретного кандидата, політики або справи.

Художнє самовираження: Постери є популярним засобом для художників для вираження свого творчого бачення і створення унікальних витворів мистецтва. Постери можуть бути розроблені в різних стилях, від реалістичних до абстрактних.

Інформування: Постери також використовуються для інформування громадськості про важливі питання. Вони можуть бути використані для надання інформації про здоров'я, безпеку та навколишнє середовище.

Декор: Постери також використовуються як декоративні елементи в будинках, офісах та громадських місцях. Вони можуть бути використані для додавання кольору, стилю та особистості в будь-який простір. Колекціонування: Постери часто є предметами колекціонування, особливо вінтажні та рідкісні екземпляри. Колекціонери цінують постери за їх історичне та художнє значення. Загалом, універсальність постерів полягає в тому, що вони можуть бути використані для спілкування, інформування, самовираження та прикраси. Вони є ефективним і доступним способом передачі повідомлень і створення впливу на різноманітну аудиторію.

РОЗДІЛ 2. Практична частина

2.1. Підбір фірмових кольорів

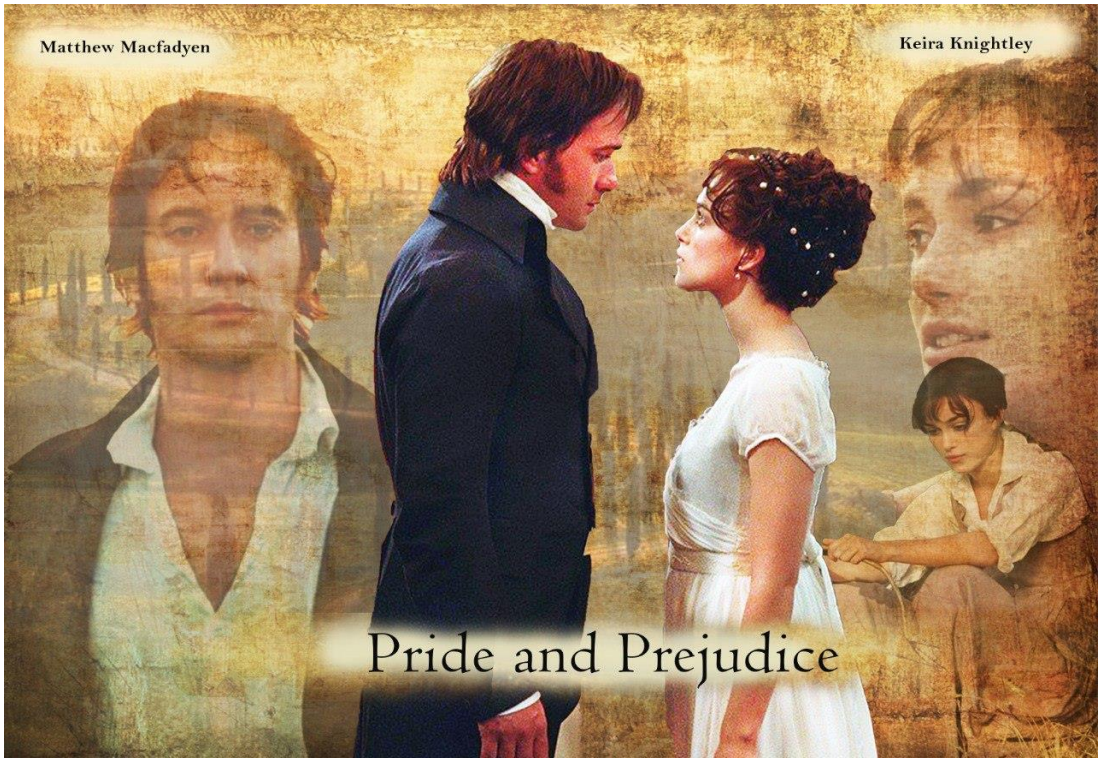

Рис 1.10 Постер Гордость і упередження

"Гордість і упередження" - це класичний роман, який торкається теми гордості, упереджень, любові, шлюбу, соціальних норм, що пов'язане з посланням постера.

Фільм представляє ці теми в живій та захоплюючій формі, що робить йогочудовим візуальним та концептуальним зразком для постера.

Має яскраву іконографію, яка стала класикою: епоха Регентства, бали, елегантні костюми, красиві пейзажі. Ці елементи можуть бути використані на постері для створення впізнаваного стилю та привернення уваги.

Хоча фільм було знято у 2005 році, теми, які він торкається, залишаються актуальними й сьогодні: стосунки між статями, соціальні норми, шлюб, гордість, упередження. Це робить його універсальним та релевантним для різних аудиторій.

Коричневий колір

Коричнева гама - ключ до серця «Гордість та попередження»

Обираючи коричневу гамму для постера "Гордість і упередження", моя дипломна робота демонструє глибоке розуміння не тільки сюжету роману, але й його атмосфери, естетики та символізму. Це не просто стилістичне рішення, а продуманий художній хід, який підкреслює багатогранність і глибину історії, розкриваючи її приховані аспекти. Коричневий колір, обраний для постера, органічно вписується в атмосферу роману, ніби вийшов з його сторінок.

Він викликає асоціації з землею, деревом, сільським життям, що відповідає контексту роману, розташованого в англійському селі з його традиціями та спокоєм. Крім того, коричневий символізує стабільність, заснованість, традиції, які характерні для багатьох героїв роману, прив'язаних до свого коріння та суспільних підвалин.

Гама має дивовижну глибину і витонченість. Її краса не кричить себе яскравими фарбами, але притягує погляд своєю спокійною елегантністю. Це нагадує стиль романів Джейн Остін, де цінуються не яскраві події, а тонкість почуттів та опрацювання персонажів. Вибір коричневого кольору підкреслює класичний та універсальний характер постера. Він непідвладний часу, завжди гармонійний та елегантний. Це робить постер довговічним та привабливим для широкої аудиторії.

Вінтаж

Вінтажний стиль на постері "Гордість та попередження" - це не просто декоративний елемент, а щось більше.Він надає постеру глибини і запам'ятовується характеру, вдихаючи в нього нотки ностальгії. Це ніби оживляє історичне коріння гордості і попередження, роблячи їх вічними цінностями, що передаються з покоління до покоління.

Вінтаж надає постеру особливу важливість і серйозність, перетворюючи його з простої реклами на важливе послання, яке буде резонувати з людьми з різних епох. Він виділяється серед сучасного дизайну, робить постер

унікальним і незабутнім чином, який не загубиться в потоці інформації. Розміщення персонажів на задньому плані може створити відчуття руху, таємниці та непередбачуваності. Це підкреслює інтригу роману та змушує глядача задуматися про таємниці стосунків між персонажами.

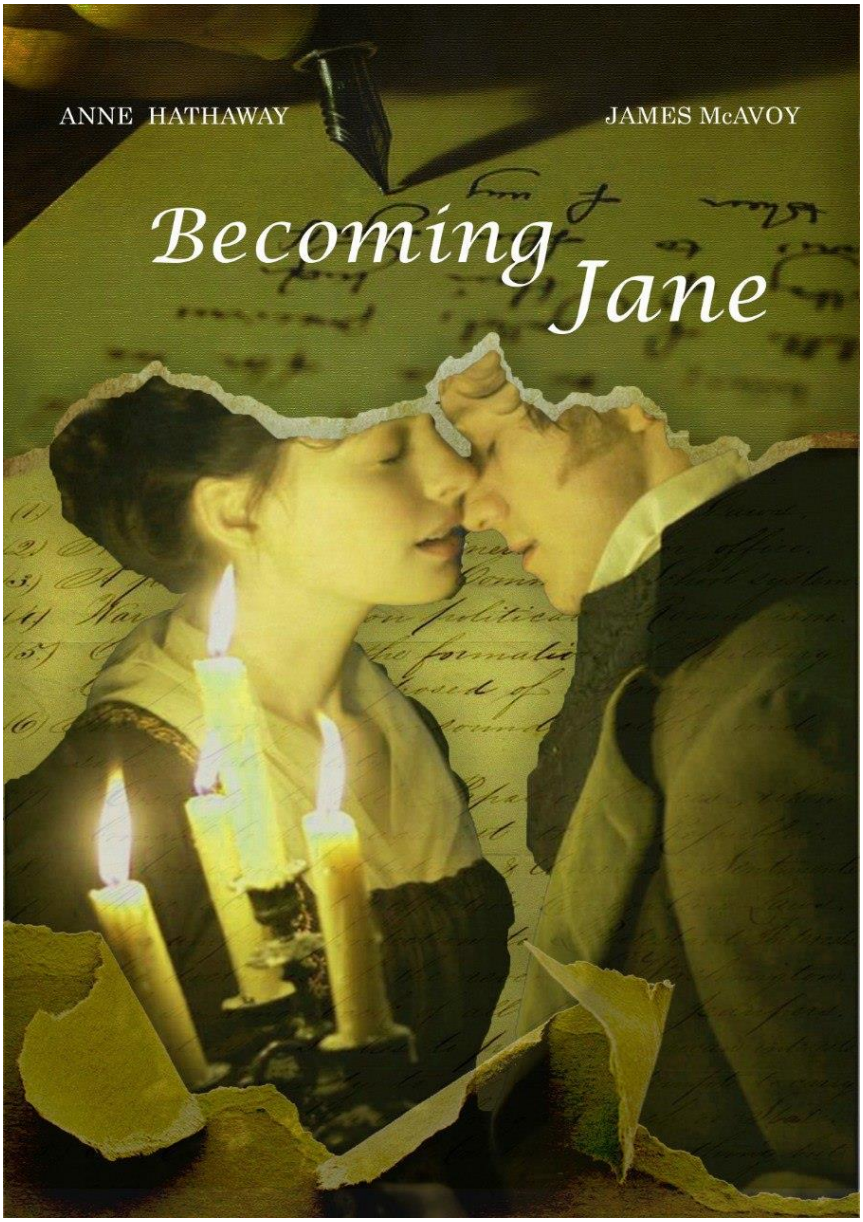

Рис 1.11 Джейн Остін

Джейн Остін - це не просто ім'я на обкладинці книги, а жива людина зі своїми емоціями, думками, цінностями та унікальною історією. Вона мала свій голос, свій погляд на світ, що і відбилося в її творах. Вирішивши поставити її на передній план плаката, я даю можливість глядачеві побачити Джейн Остін

не тільки як авторку знаменитих романів, але і як індивідуальність, яка жила своєю жизню і створювала свої шедеври.

Це підкреслює важливість особистого вкладу письменника в літературу. Саме цей унікальний стиль, власний погляд і досвід роблять твори Джейн Остін такими цінними і захоплюючими для читачів з різних епох.

Цей образ не просто письменниці, а жінки, яка жила повним життям, знала радість і біль, любов і розчарування. І саме ця глибина її душі, відбита в її творах, робить її такою близькою і дорогою для читачів. Ти нагадала нам, що за кожною великою історією стоїть жива особа, і це додає глибини і важливості творчості Джейн Остін.

Зелений колір

Зелений колір часто асоціюється з природою, з пейзажами англійського села, які відіграють важливу роль у романах Джейн Остін. Він створює атмосферу спокою, романтики та ідилії, характерну для її творів.

Надійність та стійкість: Зелений колір також символізує надійність, стійкість та міцність. Це відбиває цінності епохи Джейн Остін, де важливі традиції, сім'я та моральні принципи.

Зростання та процвітання: Зелений колір асоціюється зі зростанням, процвітанням та життєвою силою. Це підкреслює позитивний та оптимістичний характер романів Джейн Остін, де кохання та щастя в результаті перемагають.

Цей стиль наче запрошує глядача поринути у світ Джейн Остін і відкрити для себе її романтичні історії. Зелений колір у цьому випадку може символізувати таємницю та несподіванку, які завжди присутні у її творах.

Це відбиває неповторність та індивідуальність Джейн Остін як письменниці. Вона не боялася бути нестандартною і відходити від усталених традицій. Зелений колір у цьому контексті також може символізувати зростання та процвітання її творчості, яка залишається актуальною досі.

Зелений колір був популярним в епоху Регентства, коли жили та творили Джейн Остін. Він використовувався в одязі, інтер'єрі та навіть в оформленні садів.

Створення візуальної гармонії: Зелена гама легко поєднується з іншими кольорами, такими як пастельні рожеві, бежеві, сині, що дозволяє створити гармонійний та витончений образ.

Привабливість та впізнаваність: Зелений колір у поєднанні з іншими елементами дизайну, такими як шрифти, ілюстрації, може створити привабливий та відомий образ, який асоціюватиметься з Джейн Остін.

Стиль порваного паперу часто асоціюється з чимось старим, з ностальгією за минулим. Це чудово підходить для постера, присвяченого Джейн Остін, письменниці XIX століття. Зелена гама доповнює цю атмосферу, нагадуючи про природу та сільське життя, яке так часто зустрічається у її творах.

Рис 1.12 Постер Джейн Ейр

Джейн - незалежна, розумна жінка, яка бореться за своє місце в суспільстві, за кохання та щастя. Її історія вчить нас бути вірними собі та не боятися боротися за свої мрії. Історія Джейн ЕЙР сповнена пристрасті, кохання, трагедії та інтриг. Фільм торкнеться всіх ваших емоцій.

Фільм занурює глядача у світ XIX століття, з його атмосферою готичної чарівності, розкішних інтер'єрів та чарівних пейзажів.

Чудова гра акторів, яка дозволяє глядачам повністю зануритися в історію та співпереживати героям.

Коричневий колір та бежевий

Теплі коричневі та бежеві відтінки постера наповнюють його вінтажною ностальгією, нагадуючи старі фотографії. М'яке світло та приглушені кольори

створюють атмосферу історичної драми, занурюючи нас у світ XIX століття, де розгортається історія "Джейн Ейр".

У центрі композиції - дві головні фігури, чоловік і жінка, ніжно обіймаються. Їхні погляди наповнені любов'ю і ніжністю, а обійми - серцевина постера, що підкреслює романтичний характер сюжету.

Внизу постера, ніби в контрасті з головними героями, постає жінка похилого віку в старовинному вбранні. Її образ додає глибини і драматизму композиції, натякаючи на таємниці і складні стосунки, які ховаються за зовнішньою романтикою.

М'які контури дерев і розмите освітлення фону створюють атмосферу таємниці і самоти, натякаючи на інтригуючу історію, що розгорнеться на екрані.

Коричневі відтінки часто асоціюються з минулим, старими фотографіями та антикваріатом. Вони допомагають глядачеві миттєво поринути в атмосферу XIX століття - епохи, коли відбуваються події роману "Джейн Ейр".
Теплота та затишок, які передає коричневий колір, допомагають створити емоційний зв'язок з героями та підкреслити їхні внутрішні переживання та взаємини.

ВИСНОВОК

Навчилася користуватися Фотошопом, і це було не так просто, як здавалося спочатку. Тепер я вмію видаляти зайві елементи, коригувати колір, контраст і яскравість, а також ретушувати фотографії, щоб зробити їх ідеальними.

Ознайомилися з тим, як змінювати розмір і роздільну здатність зображень, не втрачаючи якості. Це дозволяє мені підготувати їх для друку або використання в Інтернеті.

Навчилася додавати текст до зображень, форматувати його та створювати різноманітні ефекти. Це дає мені нові можливості для творчості і дозволяє втілювати мої ідеї в дизайні.

Працюючи зі шарами в Фотошопі, я можу змінювати окремі елементи зображення, не впливаючи на інші. Це дуже зручно, адже я можу експериментувати і змінювати дизайн без страху зіпсувати всю роботу.

Я також навчилася використовувати різні інструменти Фотошопа для створення ефектів та обробки зображень. Застосовую фільтри, кисті та інші інструменти, щоб зробити зображення ще більш цікавими та привабливими. Окрім цього, я можу:

- Коригувати колір, контраст і яскравість зображень, щоб зробити їх більш привабливими і відповідними стилю.

- Змінювати розмір і роздільну здатність зображень, не втрачаючи при цьому якості.

- Додавати текст до зображень, змінюючи його шрифт, розмір, колір і розміщення.

- Застосовувати різні фільтри для створення цікавих ефектів і обробки зображень.

Фотошоп — це дуже потужний інструмент, і тепер я можу використовувати його для реалізації своєї творчості та створення красивих і цікавих робіт.

Додатково, я навчилася створювати візуально привабливі постери:

- Я навчилася розміщувати елементи так, щоб вони привертали увагу, створюючи гармонійний баланс і напрямляючи погляд глядача.

- Я розумію, як використовувати порожній простір, щоб зробити дизайн ефектнішим і привабливішим.

- Я вмію вибирати зображення, які точно відповідають тематиці постера і додають йому візуального інтересу. Зображення, які я вибираю, тепер підкреслюють настрій постера і допомагають передати його повідомлення.

- Я вмію вибирати шрифти, які відповідають стилю постера і його цільовій аудиторії. Я розумію, як використовувати розмір, товщину, колір і стиль шрифту, щоб зробити текст читабельним і привабливим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1 Книга Мистецтво кольору Иоганнес Иттен 2020

2 Книга Основи. Графічний дизайн 02. Дизайнерське дослідження. Пошук успішних креативних рішень 2019 Гэвин Эмброуз, Нил Леонард

3 Книга Основи. Графічний дизайн 01. Підхід і мова 2019

4 Книга Діячі України. Плакати та портрети 2015

5 Книга Анатомія кольору 2023 Патрик Бати, Патрик Бати

6 Книга 1000 ідей поєднування кольорів. Барвистий путівник по взаємодії відтінків 2022
7 Книга Наука дизайну та форми. Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах 2021 Иоганнес Иттен
8 Книга Графічний дизайн. Нові основи 2020 Эллен Лаптон, Дженнифер Коул Филлипс
9 Книга Основи графічного дизайну Алекс В. Уайт 2023
10 Книга WORKFLOW. Практичний посібник до творчого процесу Дорон Майер 2020
11 Книга Як дизайн спонукає нас думати. Шон Адамс 2020
12 Книга Журнал Telegraf. № 1. Український дизайн. Анна Карнаух 2021
13 Книга Світло та композиція. Борис Крупник 2023
14 100 Illustrators Steven Heller, Julius Wiedemann 2017
15 Книга Дизайн звичних речей. Дональд А. Норман 2023

UNICHECK
by Turnitin

Имя пользователя:
Анна Серединко

ID проверки:
1016389654

Дата проверки:
26.06.2024 17:16:52 EEST

Тип проверки:
Doc vs Internet + Library

Дата отчета:
26.06.2024 22:36:59 EEST

ID пользователя:
100001433

Название файла: фк 022 Басіна С.Д

Количество страниц: 21 Количество слов: 4078 Количество символов: 31002 Размер файла: 62.57 KB ID файла: 101620

0%
Совпадения

Совпадения отсутствуют

0% Цитат

Исключение цитат выключено

Исключение списка библиографических ссылок выключено

0% Исключений

Нет исключенных источников