

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ

МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ЦИКЛОВА КОМІСІЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ДИЗАЙН



«ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИС»

Голова циклової комісії

**ПОЯСНОВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
ФАХОВОГО МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА**

СЕРІЯ ПОСТЕРІВ ДО СЕРІАЛУ «ЧАС ПРИГОД. ФІОНА І КЕЙК»

Виконав: _____ Езерська Юлія Євгенівна

(підпис)

Керівник: _____ Рябінова Ірина Михайлівна

(підпис)

Рецензент: _____ Забанова Туяна Миколаївна

(підпис)

Одеса-2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти створення постерів	4
1.1 Визначення що таке постер.....	4
1.2 Історія постерів	5
1.3 Види постерів.....	6
1.4 Психологія постерів.....	7
1.5 Постери в індустрії розваг , мультсеріалів.....	8
РОЗДІЛ 2. Огляд мультсеріалів	10
2.1 Визначення що таке мультсеріал.....	10
2.2 «Час пригод. Фін і Джейк».Перше джерело.....	10
2.3 «Час пригод. Фіона і Кейк».....	12
РОЗДІЛ 3. Розробка серії постерів	14
3.1 Концепція.....	14
3.2 Створення референсів	14
3.3 Прототипи	16
3.4 Композиційне та кольорове рішення. Розробка.....	18
3.5 Опрацювання та створення постерів в Clip Studio Paint.....	25
3.6 Шрифти.....	26
ВИСНОВКИ	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	32

ВСТУП

Актуальність. У сучасному медіа-просторі, де глядачі мають доступ до величезної кількості контенту, постери є важливим інструментом для привернення уваги потенційних глядачів. Яскравий, добре продуманий постер може виділити серіал серед інших і зацікавити аудиторію. В умовах сучасного інформаційного суспільства, де візуальна інформація відіграє ключову роль у комунікації, постери стають невід'ємним інструментом для представлення наукових досліджень, рекламних кампаній, індустрії розваг та освітніх програм. Ефективний постер здатен передати складну інформацію в доступній та привабливій формі, що робить його важливим засобом у різних сферах діяльності.

У сучасному світі мультфільми займають важливе місце не лише в індустрії розваг, але й у культурному та освітньому середовищі.

Мультсеріали стали невід'ємною частиною дитячого та дорослого дозвілля, пропонуючи глядачам різного віку цікаві сюжети, розвиваючі історії та яскраві образи.

Важливим елементом успішного мультсеріалу є його візуальна ідентичність, одним із ключових аспектів якої є постери.

Об'єкт: мультипростір

Предмет: постери до мультсеріалу

Мета - розробка постерів для мультсеріала "Час пригод. Фіона і Кейк".

Завдання: розглянути теоретичні аспекти створення постерів, проаналізувати існуючі приклади та представити власні рекомендації щодо їхнього дизайну та використання.

Практичне значення. Постери можна розміщувати як у віртуальних (онлайн платформи, соціальні мережі), так і у фізичних просторах (кінотеатри, виставки, громадський транспорт), що дозволяє охопити різні сегменти аудиторії.

РОЗДІЛ 1. Вивчення історії постерів

1.1 Визначення що таке постер

Постер - це великий аркуш, який розміщують або в публічному просторі для популяризації чогось, або на стіні як прикрасу.

Зазвичай постери містять як текстові, так і графічні елементи, хоча плакат може бути як повністю графічним, так і повністю текстовим. Постери мають бути одночасно привабливими та інформативними. Постери можуть використовуватися для багатьох цілей. Вони є частим інструментом рекламодавців, сфери розваг, пропагандистів, протестувальників та інших груп, які намагаються донести своє повідомлення. Постери також використовуються для репродукцій творів мистецтва, особливо відомих, і, як правило, коштують дешевше, ніж оригінал [1].

Однак сучасний постер, яким ми його знаємо, з'явився у 1840-1850-х роках, коли поліграфічна промисловість удосконалила кольорову літографію і зробила можливим масове виробництво.

Постер і плакат — це обидва види реклами та медіа, але є деякі різниці між ними.

Постер:

Зазвичай має більший розмір і може використовуватися для реклами на великих площах (наприклад, на вулицях, в метро, на фасадах будівель).

Може мати художнє оформлення та бути використаний для привертання уваги до події, продукту чи послуги [2].

Плакат:

Зазвичай має менший розмір і використовується для розміщення у магазинах, на оголошеннях, на стінах, дверях тощо. Зазвичай містить інформацію про конкретну подію, акцію, товар чи послугу.

Однак, в деяких випадках терміни "постер" і "плакат" використовуються як синоніми і можуть мати схоже призначення [2].

1.1 Історія постерів

Перші подоби плакатів і постерів були зроблені ще давніми жителям Єгипту. Плакати використовувалися як специфічні оголошення про розшук. У подальший час, по тому як розвивалася культура і мистецтво була помітна і зміна зовнішнього вигляду плакатів. Давня Греція і Рим застосовували дерев'яні дошки на жвавих площах для жителів своєї країни. В Середньовіччі оголошення схожі на постери, висіли на ринкових площах або біля церков.

Проте сучасний постер, такий яким ми його знаємо, став можливим з винаходом друкарського верстата Йоганном Гутенбергом. У в середині 15 століття.

Близько 1796 року баварський музикант і драматург Алоїз Зенефельдер винайшов літографію - життєво важливу технологію для сучасного дизайну постерів і попередника сучасного офсетного друку.

З цього моменту, завдяки винаходу Зенефельдра , розпочалося масове виготовлення постерів.

Повноцінний постер з'явився в Європі у 1860 роках, зокрема у Франції. Ранні постери здебільшого рекламували театральні вистави, циркові шоу, продукти харчування та інші товари споживання[1].

У 1890 роках настав так званий «Золотий вік» постерів. Вони стали справжньою формою мистецтва, особливо під впливом стилю Арт Нуво. Відомі художники , такі як Анрі де Тулуз-Лотрек та Альфонс Муха, створювали постери, що поєднували естетичну привабливість з комерційними цілями.

Подальше удосконалення друкарських технологій дозволило створювати багатобарвні постери з високою деталізацією, що збільшило їх популярність.

Постери в ХХ столітті (1900-ті роки)

Все більше і більше спектр тем стали охоплюватись постерами, включаючи політичну пропаганду, соціальні компанії, рекламу медіа та продуктів.

Арт Деко

У 1920-х роках стиль Арт Деко стає домінуючим у дизайні постерів, характеризуючись геометричними формами, яскравими кольорами та вишуканими шрифтами.

Під час Першої та Другої світових воєн постери стали інструментом політичної пропаганди, використовуючись для мобілізації населення та підняття морального духу.

До кінця ХІХ століття постери стали об'єктами колекціонування, їх цінували як товар мистецтва. Виставки та музеї сприяли популяризації постерів, підвищуючи їх культурну цінність.

1.2 Види постерів

Види постерів можна класифікувати за кількома категоріями залежно від того яке в них призначення, стиль та зміст [8].

1.Рекламний постер: Використовувались для просування товарів, послуг або подій.

2.Кіно та театральний постер: Рекламують фільми, вистави, концерти та серіали.

3.Політичний постер: Служать для політичної пропаганди або агітації.

4. Соціальний постер: Підіймають соціально важливі питання, такі права людини, безпека , здоров'я .

5.Освітні постери: Використовуються в цілях навчання

6.Мистецькі постери: Слугують прикрасами та відображають художні роботи.

Ці шість типів постерів є головними , проте не єдиними. В залежності від специфіки та категорії може змінитися використання.

1.3 Психологія постерів

Головною причиною чому постери є потужним інструментом комунікації, це вплив на сприйняття емоцій і поведінки споживача [7].

1. Залучення уваги

Колір і контраст: Яскраві кольори та високий контраст допомагають виділятися та привертати увагу.

Візуальні елементи: Зображення ілюстрації та фотографії здатні швидко привернути увагу і зробити повідомлення постера більш запам'ятовуваним.

2. Сприйняття і розуміння

Композиція: Важливо використовувати принципи дизайну, такі як симетрія, баланс і ієрархія.

Типографія: Шрифти і розмір тексту також важливі. Вибір читабельних шрифтів і правильне розташування забезпечує легкість сприйняття [15].

3. Емоційний вплив

Емоційні тригери: Постери часто використовують зображення та повідомлення, які викликають емоції, такі як радість, страх, гнів чи співчуття. Це допомагає встановити емоційний зв'язок з глядачем.

Асоціації: Використання знайомих символів або образів може викликати певні асоціації, що підсилюють емоційний відгук [15].

4. Переконавання і мотивація

Послання: Чітке і зрозуміле послання є ключовим для переконання. Короткі та зрозумілі слогани можуть бути дуже ефективними.

5. Вплив на поведінку

Заклик до дії: Успішні постери завжди містять чіткий заклик до дії, що спонукає глядачів зробити конкретний крок, наприклад, купити продукт, відвідати захід, відвідати вебсайт або передивитись фільм.

Повторюваність: Часте використання постерів може підсилити їх вплив, оскільки повторення сприяє запам'ятовуванню.

1.5 Постери в індустрії розваг, мультсеріалів

Постери є важливим інструментом маркетингу, який допомагає залучити нових глядачів та нагадати існуючим про поновлення медійного проекту. Постери, як ми вже виявили, можуть мати як і фізичну форму так і цифрову. Постери також часто стають об'єктом колекціонування для фанатів, їх збирають як частину колекції чи декор для кімнати. Вони допомагають побудувати фанатську спільноту, що в свою чергу впливає на поширення продукту в маси.

За проведеними дослідженнями було виявлено, що постери- є особливо важливим об'єктом для індустрії мультсеріалів, бо їхня задача не тільки привернути увагу глядача, а й передати ключові елементи сюжету, атмосферу та стиль шоу [8]. Приклад:

1. Постери серіалу «Час пригод», включають в себе зображення двох головних героїв, Фіна та Джейка, у різних пригодах. Стиль малюнку є простим та барвистим, відображаючи атмосферу шоу (рис.1.)

2. Постери серіалу «Аватар: Останній захисник», зображають головного героя Аанга та інших ключових персонажів в динамічних позах, демонструючи таким чином їхні здібності керувати елементами (рис.2)



Рис.1. «Час пригод»



Рис. 2. «Аватар: Останній захисник»

РОЗДІЛ 2. Огляд мультсеріалів

2.1 Визначення що таке мультсеріал

Мультсеріал – це анімаційний серіал, який складається з кількох епізодів, об'єднаних спільною тематикою, сюжетом та персонажами. Мультсеріали створюються за допомогою різних анімаційних технік, таких як традиційна двовимірна (2D) анімація, тривимірна (3D) анімація, стоп-моушн анімація та інші. Вони можуть бути призначені для різних вікових груп: від дітей до дорослих, і охоплювати широкий спектр жанрів, включаючи комедію, пригоди, фентезі, наукову фантастику та інші [12].

Основними характеристиками мультсеріалів є:

1. Серійність.
2. Повторювані персонажі.
3. Анімаційний формат.
4. Цільова аудиторія.

Мультсеріали стали важливою частиною сучасної культури, завдяки своїй здатності розважати, навчати та надихати глядачів різного віку.

2.2 «Час пригод. Фін і Джейк».Перше джерело

«Час пригод» це анімаційний серіал Пендлтона Варна, спродюсований компаніями Frederator Studios і Cartoon Network Studios для каналу Cartoon Network у 2010 році. «Час пригод» тривав 10 сезонів і завершився 3 вересня 2018 року.

З початку показів «Час пригод» став одним з найрейтинговіших проєктів телеканалу Cartoon Network , він отримав численні схвальні відгуки від критиків та здобув популярність як серед дитячої , так і дорослої аудиторії [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Мультсеріал малювався вруну і значною мірою був натхненний настільними рольовими іграми, такими як Dungeons & Dragons, відеоіграми та образами масової культури. Більшість епізодів є окремими історіями,

разом з тим персонажі з часом дорослішають, а світ «Час пригод» змінюється.

Сюжет: Події відбуваються на території казкових та абсурдних Землях Ууу, які є континентом, розділеним на кілька королівств. В Землях Ууу живуть хлопчик Фін та його зведений брат-пес Джейк, котрі шукають пригоди й рятують жителів королівств від різноманітних небезпек.

Крім Земель Ууу герої подорожують паралельними та уявними світами з їхніми друзями, знаходячи нові пригоди й розкриваючи історію минулого свого світу. Як з часом з'ясується, Землі Ууу є частиною планети, постраждалої від Великої Війни Грибів(імовірно ядерної), яка стала причиною повернення магії.

Нагороди отримані мультсеріалом :

Primetime Emmy Awards, Peabody Awards , дві Annie Awards, дві British Academy Children`s Awards, Motion Picture Sound Editors, Pixel Award, та Kerrang! Award.



Рис. 3. Головна заставка до мультсеріалу на якій зображені :хлопчик Фін, та його брат-пес Джейк

2.3 «Час пригод. Фіона і Кейк».

«Фіона та Кейк» це відгалуження популярного анімованого телесеріалу «Час пригод». Концепція «Фіона і Кейк» вперше була представлена в серії третього сезону «Час пригод» під однойменною назвою, яка вийшла в ефір 30 січня 2012 року. У цьому епізоді досліджується альтернативна реальність, де персонажів серіалу (головних та другорядних) була змінена стать на протилежну. Відповідно Фін та Джейк були змінені на – Фіона і Кейк відповідно. Минулого року, 31 серпня, на стрімінгові сервіси вийшов повноцінний серіал про Фіону та її кішку Кейк. Ця анімаційна серія робить історію Фіони офіційною частиною всесвіту «Час пригод».

Сюжет:

Фіона та її найкраща подружка кішка Кейт, живуть у нудному світі, де повністю відсутня магія. Якось доля зводить головних героїнь із Саймоном Петриковим – колишнім «Крижаним королем», який перетворився на живий експонат минулої епохи в чарівній країні. Використовуючи знання та навички Саймона, Фіона та Кейк отримують можливість вирушають на зустріч пригодам. Пригоди що дарують їм новий досвід, новий сенс життя та можливість змінити їх майбутня.

Тим часом за ними крокує хтось, хто не зупиниться не перед нічим щоб знищити їх плани...



Рис.4. Кадр з 1 серії 1 сезону; на зображені Фіона і Кейк

РОЗДІЛ 3. Розробка проєктного рішення

3.1 Концепція

Початок дослідження для дипломного проекту почався з питання : «Який продукт ми можемо створити?». Це питання призвело до поглибленого занурення у процес вибору теми для дипломного проекту. За результатами цього мозкового штурму виникло кілька ідей для дипломного проекту.

Першою ідеєю була розробка графічного роман, за сюжетом соціально-побутової повісті Михайла Коцюбинського «Тіні забутих предків» чи за драматичною поемою Лесі Українки «Лісова пісня». Обидва твори мають неймовірну атмосферу та історію, яка поглинала б читача з кожною сторінкою та ілюстрацією. Друга ідея була створити серію постерів до 2D мультсеріалу, на думку спадала така франшиза як «Час пригод. Фіона та Кейк». Цей мультсеріал є частиною великою франшизи «Час пригод», яку впевнено можна назвати сучасною анімаційною класикою.

Оцінюючи всі аспекти реалізації обох ідей , ми дійшли висновку, що підготовка серії постерів для серіалу, є кращим варіантом, враховуючи відповідні навички та можливості. Саме тому було прийняте рішення обрати цю тему для дипломного проекту. Ідея на створення графічного роману , за мотивами вказаних творів, залишається на майбутні персональні проекти.

3.2 Створення референсів

Першим кроком був пошук референсів, які б допомогли глибше зрозуміти, як удосконалити композицію та історію, що входять до фінальної роботи. До уваги були взяті як роботи професійних художників, художників що працювали над шоу та фанатські доробки. Після тривалого пошуку, було прийнято рішення повернутись до самого серіалу та приділити більше уваги окремим сценам.

В решті-решт після перегляду та аналізу, сотні фотографій, робіт та карикатур , було відібрано для подальшого використання у практичній

частині дипломного проекту деяку частину. Обрані референси слугували як, приклад для розробки і як натхнення для нових композицій [10].

У процесі розробки дипломного проекту, першими кроками, після збирання референсів, було створення різних нарисів для вирішення сюжету і чіткого розуміння стилістики постерів (рис. 5)

Початкова концепція передбачала створення чотирьох постерів, кожен з яких мав би візуалізувати персонажа з шоу. Однак, після ще одного ретельного аналізу теми, було прийняте рішення змінити деякі з композицій на перевагу різноманітності сюжету. Таким чином, було прийняте рішення залишити тільки трьох персонажів: двох головних героїнь та головного злодія шоу. Інші два постери мали зображати, нові, не пов'язані з персонажами сюжету.

Нарешті, третя комбінація композицій стала фінальною. Нам сподобалась як і стилістична та і сюжетна складова постерів. Саме з цими версіями ми і продовжили подальшу роботу над проектом.



Рис. 5. нариси створені на папері

3.3 Прототипи

Звичайно під час розробки завжди залишаються ідеї та напрацювання які не додаються до фінальної презентації, проте вони є важливою частиною процесу створення. Перед тим як остаточно вирішитись з сюжетами для чотирьох плакатів були створені і інші.

Головною причиною чому було прийняте рішення про відхилення цих варіантів , полягало у тому наскільки ці постери відрізнялись від серії. Не тільки за стилем а також за елементами композиції та кольору.

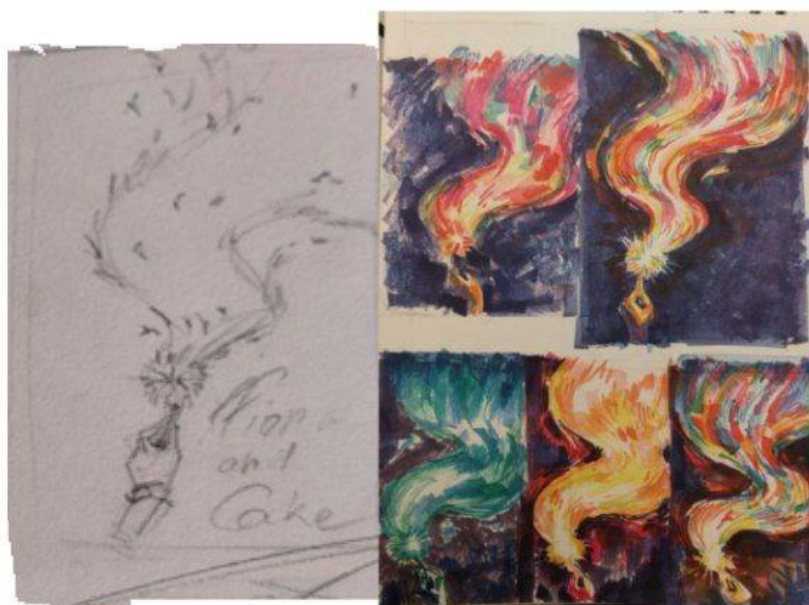


Рис.6



Рис.7

Перший постер мав на меті зобразити одного з персонажів серіала, а також сюжетну підводку до фіналу сезону. Не зважаючи на гарно поставлену

композицію та «lainart», з сюжетної та стилістичної сторони робота залишалась слабкою та не впевненою (рис.8)

На початку, була задумка що цей постер буде титульним у серії. Проте, при подальшому аналізі, ми дійшли висновку, що з кольорової та стилістичної точки зору, цей постер не зможе вписатись до загальної теми та атмосфери інших постерів (рис.9)



Рис.8



Рис.9

3.4 Композиційне та кольорове рішення. Розробка

Під час навчання в коледжі були опановані навички складання композиції та підбору палітри кольорів . Ці знання зіграли важливу роль у порядкуванні постерів.

Щоб виділити, проте одночасно й утримати постери в одній серії, було застосовано декілько композиційних рішень водночас.

Кожна з ілюстрацій має окрему композиційну побудову , проте всі вони гормонійно доповнюють одне одного. Це було досягнуто завдяки ,

динамічним лініям, які присутні на кожній ілюстрації, в меншій чи більшій ступіні [5].

Лінії додають динаміки до постера, створюють відчуття руху та тривоги, проте також дають відчуття напрямку. Чим більше ліній на ілюстрації тим динамічнішою вона здається глядачу. На ілюстраціях де ліній менше, з'являється відчуття тривоги, от-от і щось має відбутися. Треба також зауважити, що ці лінії допомагають глядачеві, керуючи його поглядом. Вони вказують в якій послідовності треба сприймати постер.

В першу чергу коли дійшло до підбору кольорів, хотілось максимально передати настрій та ідею постерів [6].

Саме тому під час підбору кольорів, було прийняте рішення, спиратися на психологію кольорів. Таким чином кожен постер має один чи два головні кольорові мотиви, з меншими проте акцентними кольорами. Обмеження в палітрі полегшує процес роботи над постером та допомагає швидше донести думку глядачеві [3].

Завершальним аспектом є світло та тінь. Завдяки контрастному світлу та тіні, вдалося довести атмосферу та сюжет ілюстрацій до потрібного рівня.

1. «Скараб»

Єдиний постер який використовує майже монохромну гамму – постер головного злодія серіалу.

Скараб або Скарабей, в залежності від переклада, є між вимірною сутністю що займає позицію «God Auditor». В серіалі він виконує функцію наглядача порядку і системи, проте в намаганні підтримувати цей самий порядок доходять до крайностей і тому сприймається аудиторією як злодій.

Для того щоб підкреслити ефект загрози від нього, після періоду не довгих досліджень, було прийняте рішення зробити фігуру самого Скарабея більш гострою (рис.10)

Таку методику в своїх роботах часто використовують ілюстратори, завдяки простим формам вони надають характер персонажу. Більш трикутні, чи ще можна сказати гострі форми зчитуються людиною як небезпечні.

Червоний колір закріплює ефект. Після ретельного дослідження, було підтверджено наступні факти про психологію червоного кольору.

Червоний викликає в людини почуття тривожності та страху, агресії та тривоги. В різних культурах червоний може символізувати різні речі, наприклад: кохання, війну, сили, жар, але також може бути пов'язаний з небезпекою і заборонаю.

Дослідження пояснюють це тим, що на підсвідомому рівні людині червоний нагадує кров.

Саме тому цей колір був обраний як головний колір для цього постеру. Затемнення на персонажі, одночасно приваблює око глядача та переводить його увагу до його коси, яка весь час мерехтить і виблискую різними кольорами (рис.11)

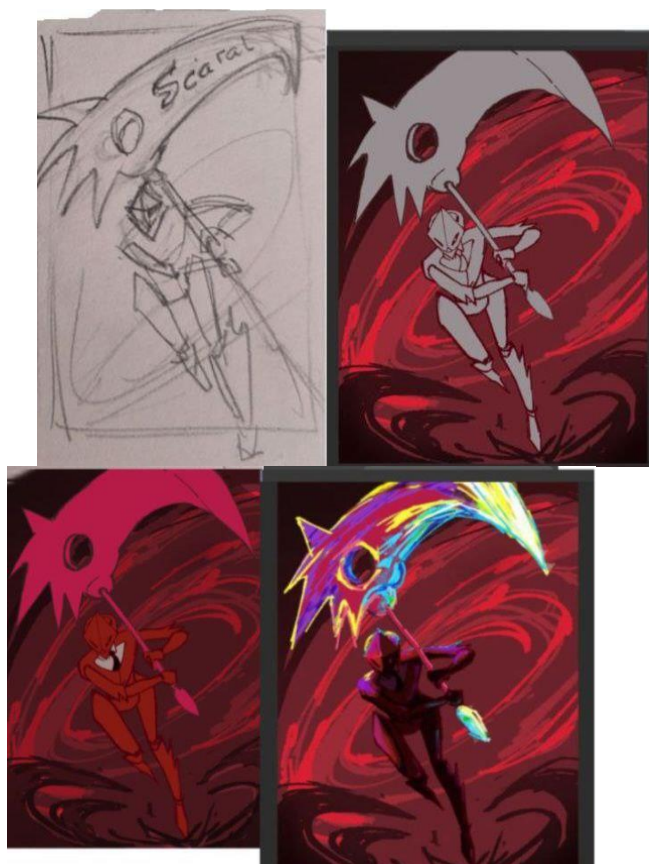


Рис. 10

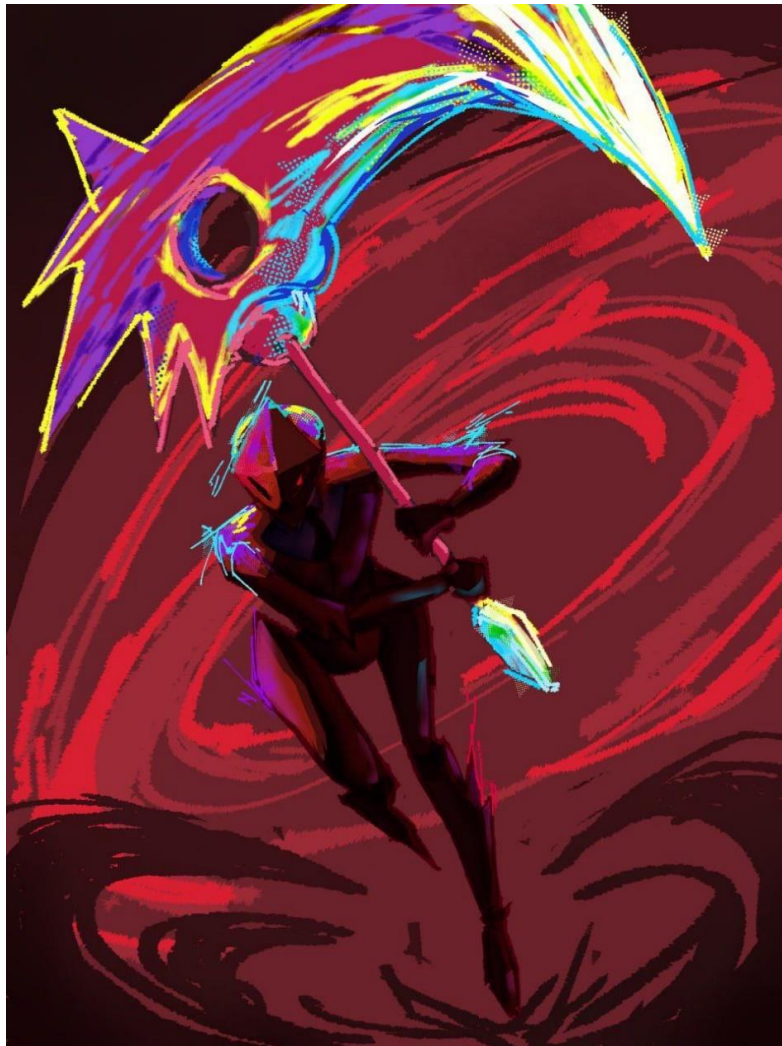


Рис.11

2. «Корона»

«Корона», «Корона бажань» чи «Корона льодяного Короля», цей артефакт всесвіту серіала грає важливу роль в його як в головній історії, історія Фіна і Джейка, так і в історії всесвіту Фіони і Кейк.

За для того що б виділити Корону, були прийняті такі композиційні та кольорові рішення: Корона, головний об'єкт композиції, було розміщено трохи нижче центру щоб заземлити погляд глядача. Різкі та хаотичні лінії що прямують від голови корони, спрямовують погляд глядача до головної назви постера. І всі ці елементи були полібшені більш темному та розмитому фону (рис 12)

Така не стабільність композиції, дає глядачеві відчуття не впевненості та стрес. Червоний колір, як було вже наведено раніше, покращує ефект не спокою доводячи ілюстрацію до правильного ефекта дискомфорту.

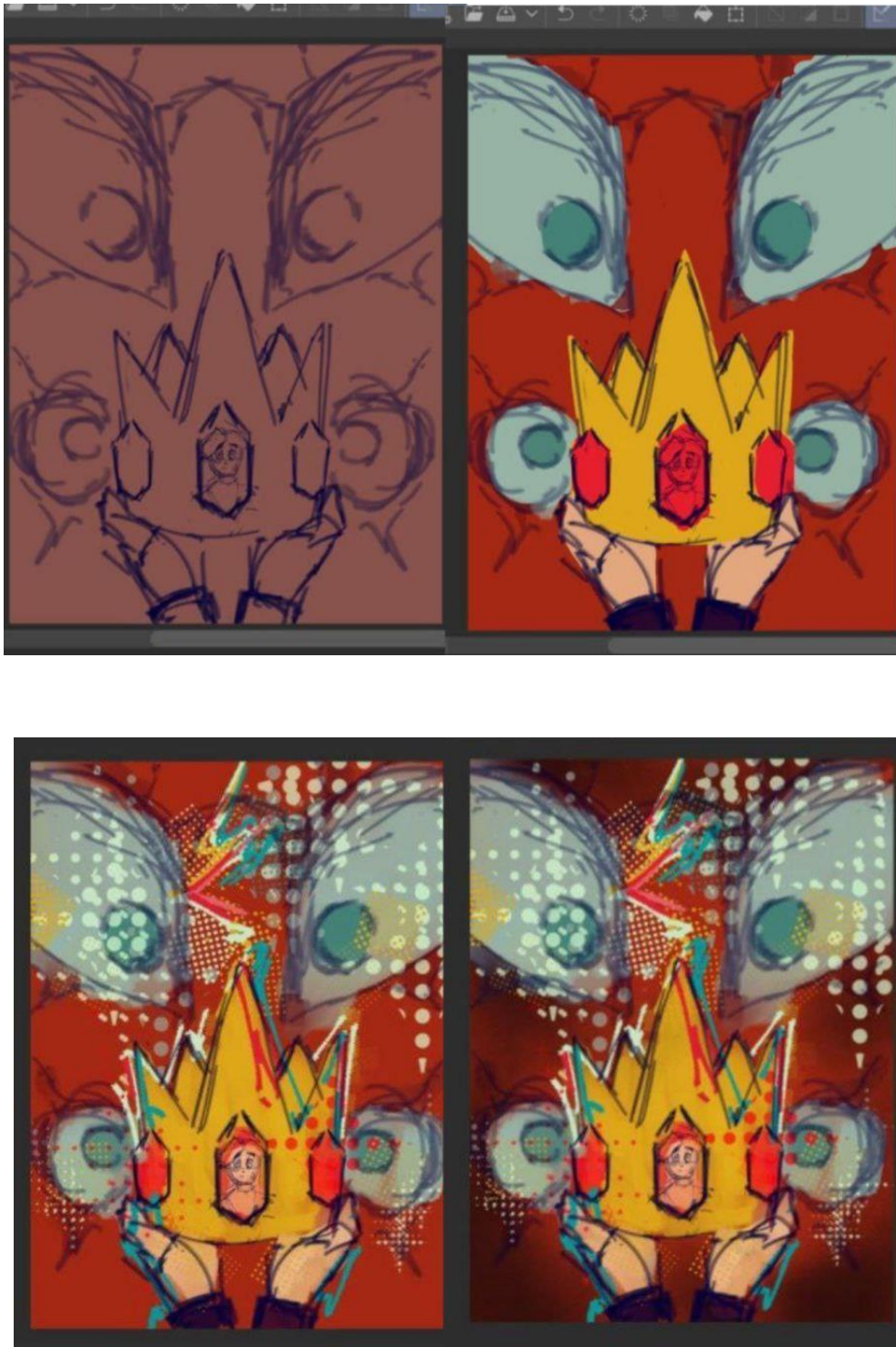


Рис.12

3. «Одиниця»

На даному постері зображені декілько ключових об'єктів: фігурка ідола, метелик та кульбабки. Що зображення ідола, що зображення метелика з кульбабкою, відсилають нас як до початку- так і до кінця мультсеріала.

Метою цієї композиції було погрузити глядача у стан тягучої реальності та буденності, але також подарувати відчуття надії та майбутнього. Для то щоб отримати такий ефект, було прийняте рішення, зробити акцент саме на кольорових та світлових рішеннях.

Головними кольорами є – темно червоний та світло голубий .

Ці два кольори відразу додають емоціональної глибини та динаміки до ілюстрації. Ці кольори мають високий контраст, що робить їх поєднання візуально привабливим та динамічним.

Світло голубий на фоні темно червоного здається ще більш духовним та м'яким , другий в свою чергу стає ще більш загадковим та в той же час буденно лякаючим.

Разом вони можуть викликати складні і багатогранні емоції, роблячи композицію глибокою і значущою.

І в решті решт така комбінація кольорів запевняє глядача що саме метелик та кульбабки є джерелом світла та майбутнього, що додає гарний сюжетний та атмосферний елемент.



Рис.13

4. «Фіона та Кейк»

На цьому постері зображені головні героїні серіалу, а саме, Фіона і Кейк.

Після різноманітних спроб та нарисів, ми зупинилися на композиції де вони зображені в момент бійки проти головного злодія. Це рішення було ухвалене за причини динамічності пози та можливості показати рішучість обох головних героїнь.

Як композиційно так і концептуально цей постер є протеставленням постера головного злодія. Їхня кольорова та світлова мапа є протиставлення одне одного, коли як композиції одночасно додають та протиставляють одне одного (рис14)

Саме тому головна кольорова гама цього постеру синя. Бо синій колір є протиставленням червоного.

Синій колір це колір надії та безпеки, кольором свободи та нового початку.

На цій ілюстрації також часто зображений зелений.

Зелений також є кольором безпеки та надії, проте він теж є кольором зцілення та рівноваги.

В комбінації ці два кольори створюють живу гармонію яка приваблює погляд глядача, та внушає йому відчуття впевненості та безпеки попереду.

Ще одним фактором який вказує на те що на постері зображений саме позитивний персонаж, є розташування світла в композиції. Головні героїні освідченні яскравим світлом, від якого вони не ховаються.

Вони прагнуть зануритись у нього, сміливо крокуючи в майбутнє, та запрошуючи глядача з собою.

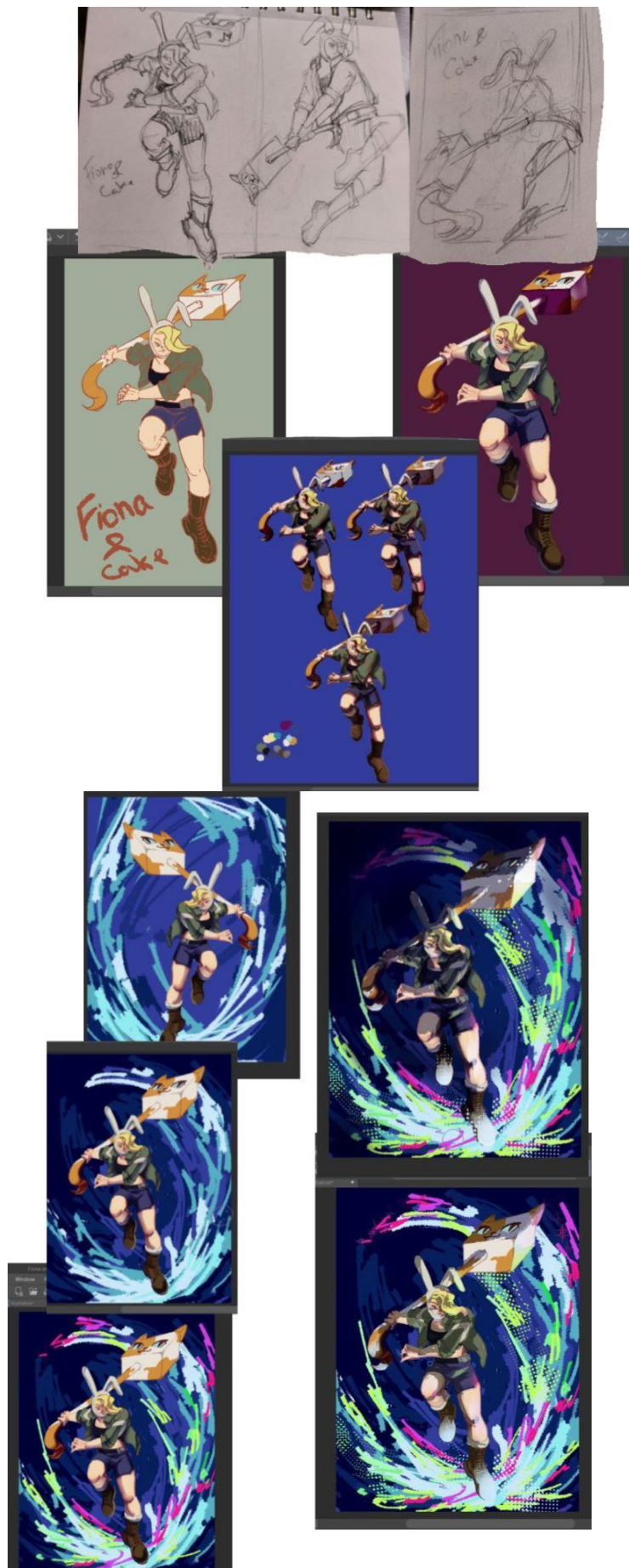


Рис. 14

3.5 Опрацювання та створення постерів в «Clip Studio Paint»

«Clip Studio Paint» – це програма розроблена японською компанією Celsys, що займається графічним програмним забезпеченням. Він використовується для цифрового створення коміксів, загальної ілюстрації та 2-D анімації.

Програма продається у версіях з різним набором функцій. Повнофункціональна версія - це посторінкова програма для малювання з підтримкою растрового та векторного малювання, тексту, імпортованих 3D-моделей та по кадрової анімації. Має інструменти для малювання, що імітують природні засоби, такі як олівці, чорнильні ручки, пензлі та різні види фарб, а також візерунки та прикраси. Від подібних програм його відрізняють функції, призначені для створення коміксів: інструменти для створення макетів панелей, лінійки перспективи, ескізів, зафарбовування, нанесення тонів і текстур, розфарбовування, а також створення повітряних кульок і підписів.

За закінченням створення нарисів, їх було перенесено до програми. Надалі була покращена композиція, декілька разів змінювалось розташування елементів, для досягнення найбільш ефективного зображення ідеї.

Також було проведено детальне відредагування лінійного малюнку («lineart»). Наступним кроком було створено до задуманої атмосфери і стилю роботи, було створено світлову мапу, яка допомагає визначити як світло впливало б на ілюстрацію. Наступним кроком були обрані кольорові комбінації, що підкреслюють загальний настрій і меседж постера.

Перед додаванням тексту та логотипа, були додані різноманітні спецефекти, текстури та додаткові деталі, які призначені для підсилення візуального враження.

Завершальний етап включав остаточне огляд малюнка для впевненості, що всі елементи правильно розташовані і відповідають всім вимогам.

3.6 Шрифти.

«Adobe Illustrator» - це професійна векторна графічна програма, що використовується для створення ілюстрацій, малюнків, логотипів, інфографіки та інших векторних зображень. Ось короткий опис її основних функцій:

«Illustrator» дозволяє створювати об'єкти з векторними формами, що дозволяє зберігати високу якість і змінювати розмір без втрати чіткості.

Програма має багатий набір інструментів для малювання і редагування векторних об'єктів, таких як криві, багатокутники, текст, пензлі, форми тощо. Інструменти для роботи з текстом дозволяють додавати і редагувати текстові елементи, застосовувати різноманітні стилі, керувати розміщенням тексту.

Будучи однією з інших «Adobe Creative Cloud» програмами, надає безперешкодно імпортувати та експортувати файли у форматах PSD, PDF, SVG тощо. Дозволяє створювати та редагувати 3D-графіку і об'єкти. Є можливість експортувати роботи у різних форматах для друку та інших медіа.

Після завершення малюнка додавалися текстові елементи, такі як заголовки, назви та інші деталі, а також інші брендові елементи[**Ошибка!**

Источник ссылки не найден.].

Шрифти використані в цій роботі:

1. «NYGHT SERIF v0.5»
2. «NASTUP BASIC»
3. «Zvin Serif»
4. «Bahnschrift Condensed»
5. «Oferta Do Dia»
6. «Astrox»
7. «Segoe UI Symbol»



Рис.15.



Рис.16.



THE CROWN

What Have You Done ?

Original Series Streaming Jan. 17

moon
PRODUCTION

Рис.17.



Рис. 18

ВИСНОВКИ

У сучасному медійному світі постер грає одну з ключових ролей в комунікації. В представленій роботі було детально розглянуто теоретичні аспекти створення постерів, історію створення постерів та індивідуальні особливості, а також їх використання в індустрії розваг і мультсеріалах. Більш детальне вивчення цих питань дало змогу зрозуміти сутність та значення постерів у сучасному світі, насамперед особливо у візуальному мистецтві.

Поступово було розглянуто розкриту тему. Представлені основні теоретичні підходи до створення постерів, охарактеризувавши їх визначення, історичний розвиток, різноманітні типи та вплив на аудиторію з точки зору психології. Також було розглянуто застосування постерів у сфері розваг, зокрема в контексті мультсеріалів, що є важливим для розуміння їх ролі та функцій.

Обов'язкова частина роботи присвячена практичним аспектам розробки серії постерів. Було сформовано концепцію, створено референси та прототипи, визначено композиційні та кольорові рішення. Особлива увага приділялася процесу створення постерів в програмі Clip Studio Paint, що дозволило детально розробити ідеї та втілити їх у життя. Крім того, було опрацьовано питання вибору шрифтів, що є важливою складовою успішного постера.

Треба зауважити, що завдяки поєднанню теоретичних знань та практичних навичок, отриманих у ході роботи, вдалося створити серію постерів. Які відповідають високим вимогам сучасного візуального мистецтва, які можуть передавати дійство, відчуття, і здатні ефективно привернути увагу цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гілліан Нейлор Постер: Мистецтво, Реклама, Дизайн та Колекціонування, 1860-1900-ті. Видавництво «University Press of New England». 2023. 86 с.
2. Гілл Саундерс Плакат: Візуальна історія. 2019. 113 с.
3. Джозеф Альберс Взаємодія кольору. Видавництво «ArtHuss». 2024. 96 с.
4. Йоганнес Іттен Елементи образотворчого мистецтва: Навчальне видання щоденника . Видавництво «ArtHuss». 2023. 113 с.
5. Йоганнес Іттен Наука дизайну та форми: Вступний курс як я викладав у Баугаузі та інших школах. Видавництво «ArtHuss». 2021. 74 с.
6. Йоганнес Іттен Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва» . Видавництво «ArtHuss». 2022. 117 с.
7. Майкл Р. Соломон Поведінка споживачів: Купівля. Володіння. Існування. Видавництво: «Pearson». 2019. 132 с.
8. Метью Хойнацький. Альтернативні кінопостери II: Більше фільмового мистецтва з підпілля. Видавництво «Schifferbooks». 2019. 78 с.
9. Патрік Беті Анатомія Кольору. Видавництво «ArtHuss». 2023. 211 с.
10. Рамін Захед. Людина-павук : Навколо всесвіту - Мистецтво фільму. Видавництво «ArtHuss». 2023. 104 с.
11. Рамін Захед. Мистецтво «Disney»: Золота епоха (1937-1961). 2019. 94 с.
12. Рамін Захед. Мистецтво анімації від DreamWorks. 2019. 152 с.
13. Тімоті Гай, Лінда Гай. Мистецтво плакатів аніме-фільмів: Шедеври японського кінематографу. 2020. 218 с.
14. Тоні Нурманд, Пітер. Доггетт 100 кінопостерів: Необхідна колекція". 2019 164 с.
15. Шон Адамс Як дизайн спонукає нас думати. Видавництво «ArtHuss». 2022. 243 с.

Список використаних інтернет джерел

16. <http://surl.li/nrkqpx>
17. <http://surl.li/ydskrh>
18. <http://surl.li/lphtfx>
19. <http://surl.li/zvvajb>
20. <http://gnozis.com.ua/uk/blog/istoriya-plakativ-drukarnya-gnozis-1/>
21. <https://www.dw.com/en/from-art-to-advertising-the-history-of-the-poster/a-61424572>
22. <https://marketinglad.io/uk/poster-design-psychology/>

Имя пользователя:
Анна Серединко

Дата проверки:
26.06.2024 17:16:42 EEST

Дата отчета:
26.06.2024 22:40:34 EEST

ID проверки:
1016389658

Тип проверки:
Doc vs Internet + Library

ID пользователя:
100001433

Название файла: фк 022 Езерська Ю.Є

Количество страниц: 19 Количество слов: 3792 Количество символов: 27364 Размер файла: 149.50 KB ID файла: 10162020

5.33% Совпадения

Наибольшее совпадение: 3.61% с Интернет-источником (<https://uk.wikipedia.org/wiki?curid=2021559>)

5.33% Источники из Интернета 39

Страница 21

Не найдены источники из Библиотеки

0% Цитат

Исключение цитат выключено

Исключение списка библиографических ссылок выключено

0% Исключений

Нет исключенных источников

Модификации

Обнаружены модификации текста. Подробная информация доступна в онлайн-отчете.

Замененные символы

4