

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра видавничої справи та редагування

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»

на тему: **РЕКЛАМНИЙ ПЛАКАТ: ВІД ЗАДУМУ
ДО ОРИГІНАЛ-МАКЕТА**

Виконав: здобувач освіти 4 курсу,
групи 6.0619-рвд
Спеціальності «Журналістика» освітньо-
професійної програми «Редакторсько-видавнича
діяльність і медіамоделювання»)
Ленчик Є.О.
Керівник к.н.соц.ком., доцент
Микитів Г.В.
Рецензент к.філол. н., доцент
Горбенко І.Ф.

Запоріжжя
2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики

Кафедра видавничої справи та редагування

Рівень вищої освіти **бакалавр**

Спеціальність/освітня програма **061 – «Журналістика»/«Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання»**

ДО ЗАХИСТУ ДОПУЩЕНИЙ

Завідувач кафедри

_____ Плеханова Т. М.

«_____» _____ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Ленчику Євгенію Олексійовичу

1. Тема роботи (проекту): **Рекламний плакат: від задуму до оригінал-макета**
керівник роботи Микитів Галина Володимирівна, к.н.соц.ком., доцент,
затверджені наказом ЗНУ від «30» грудня 2022 року № 1903-с.
2. Термін подання студентом роботи (проекту): **05 червня 2023 р.**
3. Вихідні дані до роботи (проекту): Іванов В. І. Техніка оформлення газети : курс лекцій. Київ : Товариство «Знання», КОО, 2000. 222 с.; ДСТУ 3017-15. Видання. Основні види. Терміни та визначення. [Чинний від 2015-06-22]. Київ, 2016. 19 с. (Інформація та документація); Оформлення вихідних відомостей у виданнях. Відомості про автора. Відомості про назву видання. Підзаголовкові дані. *Вісник Книжкової палати*. 2006. №3. С. 14–15; Васишин Д. В., Васишин О. М. Технологія набору та верстки : навчальний посібник. Львів : Українська академія друкарства, 2011. 272 с.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) з'ясувати зміст поняття «плакат»; 2) описати історію виникнення плаката; 3) окреслити основні види плакатів; 4) розробити оригінал-макети серії плакатів для потреб ЗНУ.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) – рисунки.

6. Консультанти розділів роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Микитів Г.В., доцент	листопад 2022 р.	листопад 2022 р.
Розділ 1	Микитів Г.В., доцент	грудень 2022 р.	грудень 2022 р.
Розділ 2	Микитів Г.В., доцент	січень 2023 р.	січень 2023 р.
Висновки	Микитів Г.В., доцент	лютий 2023 р.	лютий 2023 р.

7. Дата видачі завдання 03.10.2022

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Консультація наукового керівника з вибору теми. Затвердження теми	Вересень – жовтень 2022 р.	виконано
2	Складання плану роботи	До 17 жовтня 2022 р.	виконано
3	Добір і опрацювання наукової літератури. Узгодження бібліографічного переліку	До 10 листопада 2022 р.	виконано
4	Написання Вступу	До 12 грудня 2022 р.	виконано
5	Написання Розділу 1	До 10 січня 2023 р.	виконано
6	Написання Розділу 2	До 08 лютого 2023 р.	виконано
7	Написання Висновків	До 02 березня 2023 р.	виконано
8	Складання й оформлення списку літератури	До 20 березня 2023 р.	виконано
9	Вичитка науковим керівником остаточного варіанту роботи	До 30 березня 2019 р.	виконано
10	Завершальне оформлення роботи	До 15 квітня 2023 р.	виконано
11	Проходження нормоконтролю	До 30 квітня 2023 р.	виконано
12	Рецензування роботи	До 05 травня 2023 р.	виконано

Студент _____ Є.О.Ленчик

Керівник роботи (проекту) _____ Г. В. Микитів

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Г. В. Микитів

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра (творчий проєкт) «Рекламний плакат: від задуму до оригінал-макета»: 27 стор., 4 додатки, 20 джерел.

Мета роботи – розроблення концепції і створення оригінал-макета плаката.

У зв'язку із поставленою метою потрібно виконати такі завдання:

- 1) з'ясувати зміст поняття «плакат»;
- 2) описати історію виникнення плаката;
- 3) окреслити основні види плакатів;
- 4) розробити оригінал-макети серії плакатів для потреб ЗНУ.

Об'єкт дослідження – рекламний плакат.

Предмет дослідження – проєктування та створення плаката як рекламно-інформаційного інструмента.

Методи дослідження: аналіз, синтез, дедукція, індукція, аналогія, класифікація.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що плакат є найдавнішою формою рекламно-інформаційних засобів, але завдяки своїй художній виразності, чіткості, лаконічності зображень підвищує свою актуальність та сферу вживання і понині є найпоширеніших і найдоступніших форм зовнішньої реклами.

Сфера застосування. Результати дослідження можуть бути використані при написанні рефератів, курсових, дипломних робіт студентів із спеціальності «Видавнича справа та редагування»; при підготовці до практичних занять із дисциплін «Вступ до фаху», «Основи видавничої справи та редагування», «Маркетингові стратегії у видавничій діяльності», «Редакційно-видавничий фах. Дизайн плакату», «Редакційно-видавничий фах. Дизайн-проєктування»; у практичній діяльності видавців, менеджерів видавничого бізнесу та рекламодавців.

ПЛАКАТ, ОРИГІНАЛ-МАКЕТ, РЕКЛАМА, ПРОДУКЦІЯ, ІНФОРМАЦІЯ.

ЗМІСТ

Завдання на кваліфікаційну роботу бакалавра.....	2
Реферат	4
Вступ.....	6
Розділ 1. Плакат як один із видів друкованої продукції.....	9
Розділ 2. Особливості створення оригінал-макета плаката	15
Висновки	21
Список використаних джерел	22
Додаток А	24
Додаток Б	25
Додаток В	26
Додаток Г	27
Декларація академічної доброчесності	28

ВСТУП

Плакат є дієвим засобом комунікації, носієм цільової інформації, а також має вплив на громадську свідомість. Його завдання – здійснювати певний вплив на світогляд, оціночні судження і ставлення людей, що можна досягти систематичним розповсюдженням друкованих і цифрових інформаційних повідомлень за допомогою ЗМІ або соціальних мереж.

У сучасному світі плакати, від тиражованої промислової продукції до мистецьких творів, постійно оновлюються і розвиваються. Такому виду графічного дизайну з його медійною, інформаційною, образною, композиційною структурою, та безперервною трансформацією належить головна роль у формуванні асоціацій. Доречно визнати, що сучасні плакати багатофункціональні та виконують агітаційну, інформаційну, рекламну, довідкову функцію.

Психологи стверджують, що пам'ять на емоційні образи і стани, створені рекламним повідомленням, є найбільш ефективними. Це швидше впливає на аналіз інформації та прийняття рішення. «Специфіка рекламного повідомлення в тому, що воно має два композиційних центри: візуальний – місце, яке викликає миттєву увагу глядача і смисловий, який несе в собі комерційно важливу інформацію». З величезного обсягу повсякденної інформації, яку складно сприймати фізично і психологічно, суспільство обирає просту і наочно-образну, яка подана в доступній і легкій формі.

Зростання популярності плаката пов'язане із розвитком суспільно-політичного і культурного життя (розвиток видовищних установ, збільшення кількості промислових і художніх виставок, з появою мітингів і маніфестацій). До створення плакатів звернувся значний прошарок інтернаціональних митців: Анрі Тулуз-Лотрек (француз), Альфонс Муха (чех), Джеймс Монтгомері Флегг (американець), Лесндекер (американець).

Надзвичайною була кількість митців 20 століття, що звернулась до створення плакатів і через попит торговельних фірм, і через агітаційну навалу політичних партій різного спрямування.

Плакат застає свого глядача неочікувано і змушує привернути на себе увагу. Для цього використовуються різноманітні прийоми, починаючи з розміру і кольору, закінчуючи на провокаційному слогані або ілюстрації. Ще одним завданням є швидка передача послання на потрібну інформацію. Плакатний жанр найкраще реалізує поставлені задачі, так як його короткий чіткий текст і проста графіка є і частиною неповторності і швидко сприймаються.

Кожен плакат має певний зміст і несе конкретну мету, а на позитивний результат сприйняття впливає багато факторів, починаючи з соціального статусу і менталітету споживача, закінчуючи метою самого послання.

Актуальність теми полягає в тому, що плакат буде потрібен завжди, оскільки являє собою візуальний засіб, що дозволяє швидко привернути увагу. І плакатне мистецтво завжди буде однією з ключових кваліфікацій графічного дизайнера.

Мета роботи – розроблення концепції і створення оригінал-макета плаката.

У зв'язку із поставленою метою потрібно виконати такі **завдання**:

- 1) з'ясувати зміст поняття «плакат»;
- 2) описати історію виникнення плаката;
- 3) окреслити основні види плакатів;
- 4) розробити оригінал-макети серії плакатів для потреб ЗНУ.

Об'єкт дослідження – рекламний плакат.

Предмет дослідження – проектування та створення плаката як рекламно-інформаційного інструмента.

Методи дослідження: порівняння: зіставлення практики використання засобів акцентуації уваги аудиторії, аналіз: розгляд навчально-методичної літератури, синтез: розгляд засобів акцентуації уваги за типологією, дедукція: перехід від закономірностей до окремого його прояву, класифікація: визначення основних видів плакатів, узагальнення: поєднання здобутих знань, формулювання висновків.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що плакат є найдавнішою формою рекламно-інформаційних засобів, але завдяки своїй художній виразності,

чіткості, лаконічності зображень підвищує свою актуальність та сферу вживання і понині є найпоширеніших і найдоступніших форм зовнішньої реклами.

Практичне значення одержаних результатів. Напрацьовані дослідження можуть бути використані при проведенні занять із таких спецкурсів: «Зображальна журналістика», «Фотожурналістика», «Макети і верстка», «Художнє та технічне редагування», «Дизайн-проекування», «Дизайн плакату»; при написанні курсових і дипломних робіт, а також при роботі журналістів, видавців, редакторів і рекламистів.

Апробація результатів дослідження: Після створення плакату, його було протестовано на малій групі споживачів інформації Запорізького національного університету. А лише потім виставлено на сайті та в соціальних мережах.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатка.

РОЗДІЛ 1

ПЛАКАТ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У сучасній літературі немає чіткого терміна і класифікації плаката, тому ці поняття визначаються довільно і дуже часто суперечать одне одному.

В енциклопедії українознавства знаходимо визначення: «Плакат (оголошення, реклама), – рід ужиткового мистецтва, в якому гасло (політичне, суспільне, торгово-рекламне, мистецьке та ін.) відтворене в графічній або малярській формі, помножується та розміщується в прилюдних місцях. Плакат виконується за проектами мистців, переважно в техніці дереворізу, літографії, офсету, типографії і фотогравюри» [1].

Інші видання трактують: «Плакат (від франц. Placard, нім. Placat) – різновид графіки, лаконічне помітне зображення на листі паперу, що супроводжується текстом, а також вид образотворчого мистецтва, що служить завданням наочної, найчастіше політичної, агітації та пропаганди, оголошення, яке вивішується в громадських місцях з метою інформації, реклами, інструктажу тощо» [2].

В універсальному словнику-енциклопедії: «Плакат – це оголошення, реклама або лозунг у мистецькому друкованому, графічному або живописному вигляді, виготовлений за проектом художника, зазвичай збільшений і розміщений у громадських місцях» [3].

В альбомі А. В'юника «Українська графіка XI – початку XX ст.», у розділі «Прикладна графіка написано, що: «Плакат – це прикладна, ужиткова, промислова або, як її називають, «мала графіка», існує в побуті всюди і повсякденно. Це різноманітні етикетки на промислових товарах, художнє оформлення пакувальних виробів, наприклад, коробок для цукерок, мальовані обгортки для самих цукерок, малюнки на коробках для сірників, цигарок тощо. До цього виду графіки належать також грошові знаки, поштові марки, вітальні листівки, різні промислові торговельні емблеми, видавничі марки, книжкові знаки – екслібриси, гербові знаки, оформлення календарів та інше» [4].

У 2010 році вийшла книга «Дизайн: словник-довідник» (науково-довідкове видання Національної академії мистецтв України та Інституту проблем

сучасного мистецтва), де ми можемо побачити таке тлумачення терміну: «Плакат (від нім. Plakat – афіша, оголошення) – великоформатний відбиток у вигляді малюнка з коротким супровідним прозовим чи віршованим текстом, що виконує завдання наочної агітації й політичної пропаганди, інформації, реклами, інструктажу (природоохоронні або протипожежні плакати) чи навчального посібника» [5].

Якщо розглядати плакат як вид образотворчого мистецтва, то це зображення навколишнього світу на площині або в просторі, що сприймаються наочно.

Плакат є найдавнішою формою рекламно-інформаційних засобів. Він мав великий вплив на розвиток типографії, бо був призначений для сприйняття на великій відстані і потребував виготовлення шрифту, який би чітко сприймався глядачем. Плакат швидко поширився у всьому світі, став основним продуктом у сфері графічного дизайну та найефективнішим інструментом для поширення інформації.

Найперша згадка про плакат була у давні часи. У давньому Єгипті єгиптяни використовували їх як оголошення для розшуку своїх утікачів-невільників.

Наступні версії використання плакатного видання знайдено у Древній Греції та Римі. Вони створювали плакати для практичних цілей. У цей час він мав істотні зміни зовнішнього вигляду, і повідомляв про проведення заходів або про вигідні торговельні пропозиції. [6]

Кінець XV століття можна вважати джерелом створення сучасних плакатів. Саме тоді вперше було використано його у якості рекламного видання. Створив такий плакат англійський торговець книгами Батдольдом, за допомогою звичайної фарби та паперу. Плакат відображав рекламу нового видання «Геометрії Евкліда». Нажаль, не зберігся. Через десять років він створив ще один, що рекламував рицарський роман «Прекрасна Мелузіна» (Рис. 1.1).



Wen is hoorn ghemischliche en dat veldt hpf
 zout oen emte veldt gheboren Melusina
 en van haer afcomde en ghebrachte van haer
 wort ghescomen synde en van haer alre was
 verliet en wome mensch en seym die sy gheal
 en becurum hebben Ende es nu n poudet wt
 den waldche ghebrachte in dypste ende
 met schoone personagen ende figuren na den
 epich der maxen versect Ende nu sille met
 vele meer andere nieuwe boechten: omden se soo
 peten plaatsen hiet ondes ghebruyen

Рис. 1.1 Прекрасна Мелузiна

На деякий час попит на плакати зменшився, вони не користувалися успіхом, до кінця XVIII сторіччя. У 1798 році винайдено літографія, але для виготовлення плакатів це було надто дорого і повільно. Більшість з них залишалися простими гравюрами на металі або дереві.

Засновником послуги друку плакатів став німецький типограф Алоїс Зенефельдер у 1796 році. Він розробив спосіб масового друку. На спеціальний камінь наносили фарбою потрібний малюнок. Таким чином друкувати стало дешево, але тільки чорною фарбою по кольоровому або білому паперу.

Напочатку XIX століття у Франції з'явилися літографічні майстри, що займалися створюванням плакатів. Активізації розвитку культури у Європі тих часів сприяло помітному зростанню популярності плакатів.

Наступною технологією, що зіграла важливу роль в історії плакату є хромолітографія. Її заснував Годфуа Ельман у 1838 році. Ця технологія надала можливість друкувати плакати в кольорі.

Пізніше у Парижі створено літографічне видавництво для друку рекламних плакатів, в яких використовували яскраві кольори та короткий текст. Засновником видавництва був Жюль Шере. За декілька років роботи видавництво створило більше тисячі плакатів, кожний з яких був витвором мистецтва. Яскравим прикладом є рекламний плакат до опери «Орфей у підземному світі» (Рис. 1.2).



Рис. 1.2. Орфей у підземному світі

Більшість робіт художника Жюль Шере призначені для анонсу концертів, наприклад, у паризькому саду (Рис. 1.3).



Рис. 1.3. Анонс концерту

У цей період розроблена технологія фотохромолітографії. Автором став австрієць Барон фон Рансонет. Завдяки їй створювати великі тиражі кольорових плакатів стало дешево і легко. Основою технології – застосування фотографії, при якій приймало участь три кольори (синій, червоний та жовтий).

У 1960-2000-х роках разом з політичним особливо широке розповсюдження отримали плакат кінореklamний, театральний, виставковий, санітарно-освітній, плакат по безпеці праці (твори Ю.Галкуса, О.М.Савостюка, Б.А.Успенського, Е.С.Цвіка).

Стилістично плакат 1920-2000-х років багато чому пов'язаний з живописом, графікою і фотомистецтвом (Дж.Хартфілд в Німеччині) [7]; на його еволюцію і складання власного виразного мистецтва вплинув і розвиток інших засобів масової інформації, а також поліграфії.

Типи плакатів і їх характеристика. Різноманіття плакатів дуже велике, серед них можна виділити декілька видів: пропагандистський, рекламний, соціальний, культурологічний та навчально-інструктивний.

1. Пропагандистський плакат поділяється на: агітаційний та політичний.

Існує думка, що пропаганда з'явилася з появою засобів масової інформації, але вона існує вже декілька тисячоліть. За визначенням з World Book Multimedia Encyclopedia, пропаганда – це односторонній процес передачі інформації, розроблений з метою впливати на мислення та дії людей.

Для досягнення поставленої мети треба: вдале коротке гасло, використання контрастних кольорів, яскраве оформлення, нестандартне рішення тощо. Американські дослідники політичної реклами поставили п'ять вимог до політичного слогана: відповідність мовним стандартам; легке запам'ятовування; емоційне позитивне забарвлення; тісний зв'язок з об'єктом рекламування; бути цілеспрямованим (мати конкретного адресата з конкретними настановами та цілями).

2. Рекламний плакат поділимо

На два підвиди: торгово-промисловий та видовищний (кіноплакат, цирковий, театральний, музичні афіші, спортивні, мистецько-культурні акції).

Розвиток торговельних відносин сприяв попиту на рекламу. Тому і не дивно, що перші її зразки були знайдені під час археологічних розкопок античних міст.

Найбільш популярними стали друковані форми реклами: плакати, афіші, листівки та оголошення. Рекламний плакат містить графічне зображення та текст, які доповнює один одного. Ефект сприйняття здобувається використанням яскравих фарб та вдалих шрифтів, що добре помітні на відстані.

3. Соціальний плакат – це плакат, який пропагує базові соціальні цінності.

У соціальному плакаті можемо побачити: соціальні прояви особистості, специфіка соціальних відносин, значущі проблеми суспільства.

Такий плакат відповідає соціальним замовленням. Основні образний лад і ідея плаката на соціально значиму тему знаходяться у прямій залежності. Сьогодні соціальний плакат – несе нам нову ідеологію демократизму, гуманізму і толерантності.

4. Культурологічний плакат передає питання, що пов'язані із історичною спадщиною, самовизначенням нації, етнонаціональними цінностями, визначними постатями минулого та сьогодення, історико-культурними пам'ятками.

Сприяє формуванню у молодого покоління позитивного образу майбутнього, його духовному та культурному зростанню.

5. Навчально-інструктивний плакат пропагує методи праці, наукові знання, різні правила [8].

Він містить велику кількість тексту, цілу серію рисунків і призначений для тривалого використання. Цей тип плакатів викладає навчальне повідомлення таким чином, щоб зміст легко було зрозуміти і повністю засвоїти громадськістю, яка його сприймає.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПЛАКАТА

Рекламний плакат – це форма масової реклами, яка користується попитом в сучасному світі. Він ефективно просуває послуги чи інформацію до масової цільової аудиторії. Плакат стане успішним, якщо буде мати привабливий та запам'ятовувальний дизайн [9].

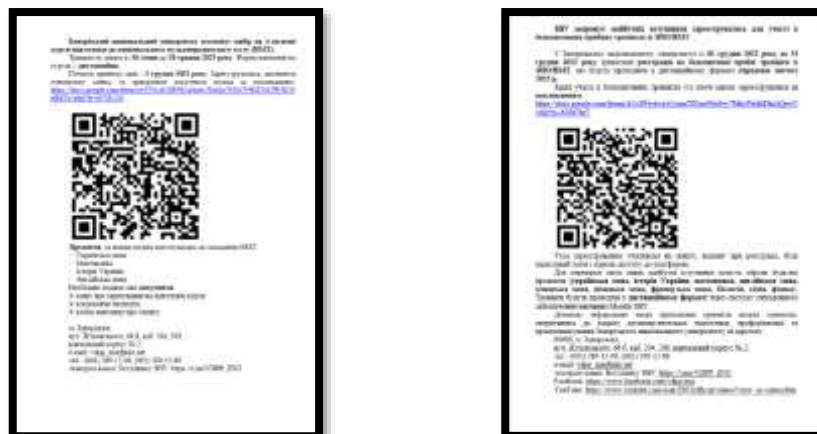
Працюючи над розробкою оригінального макета-дизайну рекламно-інформаційного плаката для Запорізького національного університету, було дуже важливо зробити його яскравим, щоб привернути увагу глядача, використати мінімум тексту, але зосередити на сприйнятті та розумінні змістовної інформації.

Крок 1. Задум та аналіз.

На першому етапі створення рекламного плаката були визначені його цілі і аудиторія, кому він адресований. Також встановлено, що плакат буде розміщений на сайті та в соцмережах. Ці фактори вплинули на розмір і форму плакатів. Всі плакати були створені в програмі Adobe Illustrator — професійний графічний редактор для створення та редагування векторної графіки від компанії Adobe. Векторні зображення створювалися в Adobe Illustrator, а для обробки растрових зображень було використано програму Adobe Photoshop — графічний редактор, розроблений і поширюваний фірмою Adobe Systems.

Інформація була взята з офіційних джерел ЗНУ (Рис. 2.1).

Рис.2.1 Текстова інформація



Крок 2. Складання концепції.

На другому кроці за власним задумом була сформована концепція майбутнього плаката. Знайдені рішення, які викликають позитивні емоції в глядачів та привертають їх увагу.

Обрані ідеї, виражені у звичній формі, але з новим, несподіваним дизайном.

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОГОЛОШУЄ
набір на 4-місячні курси підготовки
до національного мультипредметного тесту (НМТ).

КРОКУЙ ВПЕВНЕНО!

Вчасна реєстрація
5 грудня 2022 року

Необхідні документи

- заява про зарахування на підготовчі курси
- ксерокопія паспорта
- копія квитанції про оплату.

Зручний формат
Форма навчання – дистанційна

Тривалість занять
30 січня - 28 травня 2023 року.

Основні дисципліни

- Українська мова
- Математика
- Історія України
- Англійська мова

Якісна підготовка & Високий результат

м. Запоріжжя,
вул. Жуковського, 66 б, каб. 204, 209,
навчальний корпус № 2

• vdpp_znu@ukr.net
• (061) 289-12-96, (061) 289-12-86
• <https://t.me/VDP->

Рис. 2.2 Плакат А

За змістом інформаційного матеріал прийнято рішення зробити плакат А (Рис.2.2) у формі сходів, піднімаючись якими, майбутній абітурієнт може досягти бажаного результату. При створення плакату були використано білий для фону (#FFFFFF), а п'ять відтінків синього для сходів та значків (#00aeef, #24aae1, #1074bc, #283890, #252161, #00b3ef) колір з кожним кроком стає насиченим, що вказує на збільшення впевненості абітурієнта та підвищення результативності.



Рис. 2.3 Плакат В

Плакат В (Рис. 2.3) було розбито на три сектори, які упорядкували надану інформацію, для проведення організованої реєстрації вступників на пробні тренінги. Дивлячись на фото Університету було прийнято рішення використати основні кольори білий, синій і жовтий, а також їх похідні. Національні кольори гармонійно поєдналися і створили атмосферу гордості за майбутніх вступників. При створенні плаката були використані такі кольори для фону (#FFFFFF, #00b3ef); для ромбів (#9ed9ef, #fff685); для смужок (#fff101).



Рис. 2.4 Плакат С

Для створення плакату С (Рис. 2.4) за основу взято соти. А глядачі наче бджоли повині їх заповнити, щоб мати змогу заглянути у світ редакторської

діяльності. Зелений фон наче галявина, жовтогарячі соти – колір меду, абстрактний фрагмент – наче квіткова галявина. При створення плакату були використані такі кольори: для фону (#2a9981, #d6bf6b, #1e7472, #f3723a, #18495e), в ромбі використано градієнт (#fedaleec5438) значки: «так» – (#23a44a), «ні» – (#ed302d).



Рис. 2.5 Плакат D

Інформація була нова і її треба було швидко донести до цільової аудиторії, тому було обрано зробити плакат D (Рис. 2.5) у вигляді кольорового гучномовця на фоні голубого неба, щоб було видно і чути всім. При створенні плаката були використані такі кольори: для фону (#82d1db), руки (#676c71, #c4c3c4, #001e28), мегафону (#5f6465, #m32343b, #5dc6c9, #20afd9, #12b1a1, #f4d889, #f68e3b, #c82830).

Крок 3. Створення тексту.

Текст має бути коротким та зрозумілим. Створені слогани не тільки привертають увагу, легко запам'ятовуються, але й стимулюють глядачів до певних дій. Правильно обрана типографіка, підкреслює зміст оголошення, легко читається та змушує аудиторію сприймати весь матеріал одночасно.

Для друкування текстів було використано гарнітуру Times New Roman. Розмір тексту в інтернеті не повинен бути менше 12 пікселів. Кращий вибір – в межах 14-24 рх для основного тексту. Він не занадто великий і в одночас легкий для сприйняття і читання.

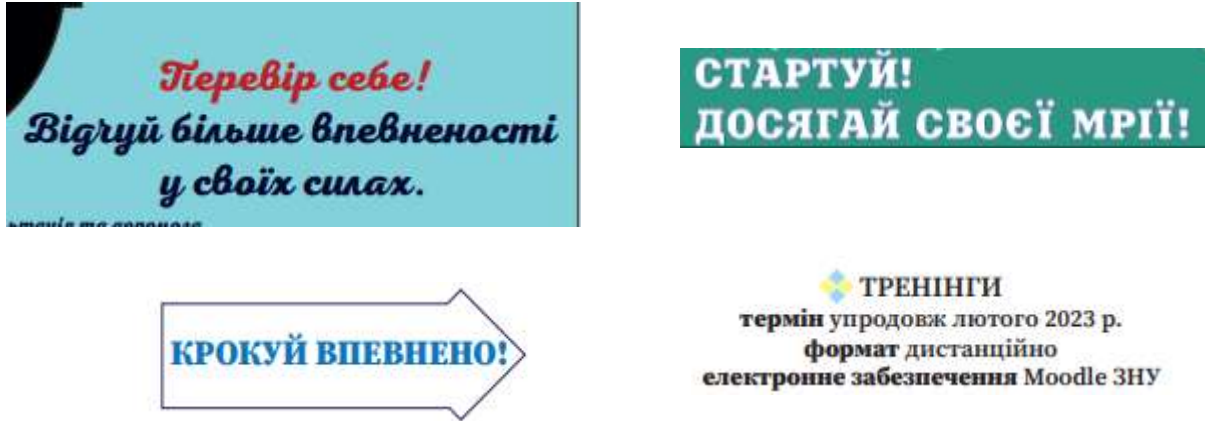


Рис. 2.6 Слогани

Крок 4. Розробка макета.

На даному етапі підбрані візуальні засоби, тобто фотографії, графіка та кольорові гами. У кожному плакаті визначено ключові моменти, підбрані графічні зображення і свої смислові і стильні кольори. Головні інформаційні образи привертають увагу глядачів, а кольори та шрифти допомагають установити правильний настрій та відображення інформації.



Рис. 2.7 Візуальні засоби

Крок 5. Тестування та публікація.

Після створення плакату, його було протестовано на малій групі споживачів інформації. А лише потім виставлено на сайті та в соціальних мережах. Як результат, можна вважати якісну організацію заходів з великою кількістю охоплення необхідної аудиторії.

У роботі були створені рекламно- інформаційні плакати. Їх розробка була поетапною, на кожному етапі зосереджено та професійно опрацьовувався весь матеріал. Рекламний плакат вважається одним із найбільш успішних інструментів комунікації.

ВИСНОВКИ

Плакат є одним із найдавніших рекламно-інформаційних інструментів привернення уваги. Це оголошення для цільової аудиторії і розглядається воно як психологічний, інформативний і комерційний засіб, залежно від поставлених цілей.

У ході роботи було з'ясовано зміст поняття «плакат», досліджено історію його виникнення, визначені основні види плакатів та охарактеризовані особливості їх побудови. Визначені критерії ефективності створення плакатів і його значимість для суспільства в цілому.

Проведено дослідження композиційної побудови плаката, визначені кроки створення ідеального плаката, дизайн та оформлення яких відповідає формулі Attention, Interest, Desire, Action (AIDA).

Виконуючи роботу було розроблено серію оригінальних макетів-дизайну рекламно-інформаційних плакатів для Запорізького національного університету. Дієвість плакатів реалізується у приверненні уваги аудиторії, виклику глядацького інтересу, бажанні отримувати інформацію та сприянні до правильних дій.

Під час розробки практично реалізувалися дві функції плаката, а саме рекламна та інформаційна. У плакатах використані яскраві кольори, цікаві моделі, графіка, вдалі шрифти, що допомогло досягти поставленої мети – привернути увагу глядача і вдало організувати заходи. Інформація для плакатів отримана з офіційних джерел ЗНУ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Енциклопедія Українознавства. В 10 т. / гол. ред. В. Кубійович. Париж-Нью-Йорк, 1954-1989. 2112 с.
2. Вікіпедія. URL: www.uk.wikipedia.org (дата звернення: 14.02.2023).
3. Універсальний словник-енциклопедія (4-ге вид.) / укл. М. В. Попович (гол. ред.) та ін. Львів : ТЕКА, 2006. 1432 с.
4. Українська графіка XI – початку XX ст. Альбом / авт.-упоряд. А. О. В'юник. Київ : Мистецтво, 1994. 328 с.
5. Дизайн: Словник-довідник / за ред. М. І. Яковлева; упоряд. : Ю. О. Іванченко. Київ : Ін-т проблем сучасн. мист-ва НАМ України, 2010. 382 с.
6. <https://referatss.com.ua/work/plakat-jak-vid-prikladnoi-grafiki/> (дата звернення: 14.02.2023).
7. Плакатна історія. URL: <https://www.flyeralarm.com/blog/de/plakat-geschichte> (дата звернення: 14.02.2023)
8. <https://uk.warbletoncouncil.org/partes-de-un-afiche-14575>
9. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19962/1/GDIVP_mono_2022_P212-226.pdf
10. Дизайн плакату. *MedieCommunity*. URL: <https://mediencommunity.de/book/export/html/25626> (дата звернення: 07.05.23).
11. Денисенко С. М. Типографіка. Київ : НАУ, 2021. 60 с.
12. Денисенко С.М. Теорія кольору : навчальний посібник. Київ : Вид-во Нац. Авіац.ун-ту «НАУ-друк», 2021. 154 с.
13. Психологія кольору інфографіка. *Otakoyi*. URL: <https://otakoyi.ua/uk/blog/psykholohiya-koloru-infohrafika> (дата звернення: 13.05.2023).
14. Комунікативні концепції та технологічні інновації у дизайні сучасного плакату. URL: <http://journals.uran.ua/kis/article/view/180561> (дата звернення: 14.02.2023).

15. Плакат – це що таке? Значення і види плакатів. *Портал про освіту*. URL: <https://uk.sodiummedia.com/4291409-poster-what-is-it-thevalue-andtypes-of-posters> (дата звернення: 14.04.2023).

16. Особливості створення ефективного рекламного плакату. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16105/1/APSD2020_V2_P054-057.pdf (дата звернення: 19.03.2023).

17. Руденко Є.В., Павленко А. Ф., Бистрякова В. Н., Кугай Т. А., Басанець О. П. Роль соціального плакату у розвитку суспільства. *Технології та дизайн*. №3 (24) 2017 С. 1-13. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7893/1/td_2017_N3_04.pdf (дата звернення: 24.04.2023).

18. Шевченко В. Я. Композиція плаката : навч. посібник. 2-ге вид., доп. Харків : Колорит, 2007. 133с.

19. Типографіка: терміни і поняття : глосарій / уклад. : С. М. Денисенко. Київ : НАУ, 2021. 56 с.

20. Колір у графічному дизайні та рекламі. URL: https://koloristika.in.ua/t_vkd.php (дата звернення: 27.03.2023).

ДОДАТОК А

ЗНУ запрошує зареєструватися для участі в безкоштовному пробному мультипредметному тесті!

ЗНУ 2022

Регістраційна форма

Заповни до 15.05.2022 р.

Пробний мультипредметний тест

23.05.2022 р. - 31.05.2022 р.

Слідкуй за подіями в соцмережах

Визнач фактичний рівень знань:
українська мова, математика, історія України

Перевір себе!
Відгуй більше впевненості у своїх силах.

QR-код для реєстрації

Консультація та допомога

Сайт: <http://sites.znu.edu.ua/udpp/>
e-mail: udpp_znu@ukr.net
телеграм-канал: Вступники ЗНУ: https://t.me/VDP_ZNU
Instagram: https://www.instagram.com/vstupnyk_znu/?hl=ua

ДОДАТОК Б

**ОСВІТНІЙ КВЕСТ
«РЕДАКТОРІЯ»**
Проект ЗНУ факультет журналістики
«Майстерня майбутнього редактора»

**ТИ МРІЄШ
СТАТИ РЕДАКТОРОМ?**

✓ **ТАК** ✗ **НІ**

ЦЕ ТВІЙ СТАРТ!

**СТАРТУЙ!
ДОСЯГАЙ СВОЄЇ МРІЇ!**

ПИТАННЯ-ВІДПОВІДЬ
редакторів
видавничої служби
«Радіо Свобода»
Ганна Порван

СТАНЦІЇ-ФАКТИ
Історія друкарства,
книги та поліграфія

МАЙСТЕР-КЛАС
Креативні завдання,
поєднані з професійною
діяльністю редактора

МІСЦЕ-ПРОВЕДЕННЯ
Платформа Zoom
ID: 645 464 2825
Passcode: 123456

ДАТА-ЧАС
02 червня 2022 р.
о 14:30

УЧАСТЬ
10-11 класи
безкоштовно
сертифікат учасника

З організацією зверніться
Ректорка Катерина Кошарська
Доцент кафедри ЮСНУ
тел.: 0975007130

ДОДАТОК В

2022
2023

**ЗНО
НМТ**

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАПРОШУЄ
майбутніх вступників
zareestruvatis'ya
для участі в безкоштовних
probnykh treninhakh iz ZNO/NMT

РЕЄСТРАЦІЯ
із 01 грудня до 31 грудня 2022 року
формат - дистанційно

<https://docs.google.com/forms/d/1cSFbykv-dA1oJnsJXGzzj9tz9yy7M-kyFh16hDkjAQnvU/edit?ts=63807be7>



ТРЕНІНГИ
термін упродовж лютого 2023 р.
формат дистанційно
електронне забезпечення Moodle ЗНУ

УЧАСНИКАМ
на пошту буде надісланий
ЛОГІН і ПАРОЛЬ
доступу до платформи

ПРЕДМЕТИ:
українська мова, історія України,
математика, біологія, хімія, фізика,
англійська мова, іспанська мова,
німецька мова, французька мова

Відділ доуніверситетської підготовки, профорієнтації та працевлаштування ЗНУ

-  69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66 б, каб. 204, 209, навчальний корпус № 2
-  (061) 289-12-96, (061) 289-12-86
-  vdpp_znu@ukr.net
-  понеділок-четвер - із 9.00 до 16.00
п'ятниця - із 9.00 до 15.00
обідня перерва - з 12.00 до 12.45
-  https://t.me/VDPP_ZNU
-  <https://www.facebook.com/vdpp.znu>
-  https://www.youtube.com/user/ZNUofficial/videos?view_as=subscriber



ДОДАТОК Г

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

 **ОГОЛОШУЄ**
набір на 4-місячні курси підготовки
до національного мультипредметного тесту (НМТ).

КРОКУЙ ВПЕВНЕНО!


Вчасна реєстрація



5 грудня 2022 року


Необхідні документи

- заява про зарахування на підготовчі курси
- ксерокопія паспорта
- копія квитанції про оплату.


Зручний формат

Форма навчання – дистанційна

Тривалість занять
30 січня - 28 травня
2023 року.


Основні дисципліни

- Українська мова
- Математика
- Історія України
- Англійська мова


**Якісна підготовка
&
Високий результат**



 м. Запоріжжя,
вул. Жуковського, 66 б, каб. 204, 209,
навчальний корпус № 2

 vdpp_znu@ukr.net
 (061) 289-12-96, (061) 289-12-86\
 <https://t.me/VDP->

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня бакалавр
ЗНУ**

Я, Ленчик Євгеній Олексійович, студент 4 курсу, форми навчання денної, спеціальність журналістика адреса електронної пошти lenchykyevhenii@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота бакалавра на тему «Рекламний плакат: від задуму до оригінал-макета» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 15.06.23 Підпис _____ студент Ленчик Є.О.

Дата 15.06.23 Підпис _____ керівник Микитів Г.В.