

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ

Кафедра акторської
майстерності та дизайну

ЗВІТ

з навчальної (плерної, обмірної) практики

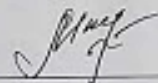
Термін практики: з 03.06.2019 р. по 15.06.2019 р.

Виконав(ла)

студент(ка) гр.

6.0227-1

(шифр групи)



(підпис)

Мельниченко А.В.

(прізвище, ініціали)

(шифр групи)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

(шифр групи)

(підпис)

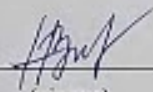
(прізвище, ініціали)

948.

Керівник практики:

доцент

(посада)



(підпис)

Деревенко Н.В.

(прізвище, ініціали)

(посада)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

м. Запоріжжя – 2019 рік

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

навчальна тижденьна облікова практика
(вид і назва практики)

Студента Шемківського Івановича Віталія
(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет СБФ

Напрямок підготовки (спеціальність) дизайн

2 курс, група Б.0907-1

База практики Державний Технічний Колегіум імені І.П. Котляка

Керівник практики від ЗНУ Доробий Н.В., Доробий О.В.
(посада, прізвище та ініціали)

Керівник практики від підприємства директор К.Б.
(посада, прізвище та ініціали)
Комаренко О.Т.

Студент Шемківський А.В.
(прізвище, ім'я, по батькові)

Направляється на навчальну практику

на К.Б. Універсальна культура та
виробництво Державний Технічний Колегіум імені І.П. Котляка

Термін практики: з 3 серпня по 15 серпня 2019 р.

Керівник практики від кафедри Доробий Н.В., Доробий О.В.
(посада, прізвище та ініціали)

МП Декан Комаренко О.Т.
(підпис, прізвище та ініціали)

Прибув на підприємство, організацію, установу

МП підприємства, організації, установи "ДТ" 06 2019 року
Директор Комаренко О.Т.
(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

МП підприємства, організації, установи "ДТ" 06 2019 року
Директор Комаренко О.Т.
(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назва робіт	Тиждень проходження практики					Відмітки про виконання
		1	2	3	4	5	
1	01.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
2	02.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
3	03.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
4	04.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
5	05.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
6	06.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
7	07.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
8	08.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
9	09.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
10	10.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
11	11.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
12	12.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
13	13.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
14	14.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик
15	15.08.19. Вступна робота на навчальну практику	✓					вик

Керівники практики: від вищого навчального закладу Доробий Н.В.
(підпис) (посада, прізвище та ініціали)

від підприємства, організації, установи Комаренко О.Т.
(підпис) (посада, прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

1. Вступ.....	3
2. Загальні відомості про постер.....	4
3. Рекламний постер.....	7
4. Опис остаточного варіанту першого постеру.....	9
5. Опис остаточного варіанту другого постеру.....	14
6. Висновок.....	16
7. Список використаної літератури.....	17

ВСТУП

Постери оточують нас всюди: ми щодня бачимо їх на вулицях або в друкованих виданнях. В основному це реклама і рідше анонси будь-яких подій.

Постер успішно використовується практично в будь-яких галузях, будь-то торгівля, медицина або театральне мистецтво.

Дизайн плаката грає ключову роль, так як постер повинен привернути до себе увагу, і спонукати затримати на себе увагу для прочитання інформації розміщеної на постері, сам дизайн постера повинен бути розроблений таким чином щоб людина дивиться на нього відразу зміг визначити про що йде мова (це стосується графічних елементів), а текстова інформація розміщена на ньому була читабельна, зрозуміла і доступна.

Постером зазвичай називають поліграфічну продукцію, правильної прямокутної або квадратної форми, від А3 формату і більше, надруковану з одного боку, офсетним, цифровим або широкоформатним способом і призначену для надання інформації рекламного або іміджевого характеру широкому загалу в багатолюдних місцях, розміщуючи її на стінах, колонах, дверях, вікнах або спеціальних стендах.

1.ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО ПОСТЕР. ВИМОГИ ДО ЙОГО ВИКОНАННЯ.

Постер – це те саме, що плакат, тобто папір, призначений для прикріплення на поверхню, як правило стіну. Плакат – давнє запозичення з німецької Plakat, а постер – недавнє з англійської poster [1]. Почувши про постерах, кожен представляє якесь виразне зображення, що прикрашає стіну приміщення. Але не все однозначно розуміють, про що саме йдеться. Адже точне визначення цього поняття можна назвати однозначним. У більшості випадків, говорячи про постер, що таке він собою являє і як використовується, люди мають на увазі зображення, нанесене на щільний папір друкарським способом. Але деякі даним терміном позначають і репродукцію, нанесену на полотно або який-небудь інший матеріал. Сталося слово від англійського "post" , що означає "розклеювати" або "розвішувати". Таким чином, можна зробити висновок, що саме функцію розвішані оголошення, тобто афіші, і виконують постер. Що таке оголошення? Це аркуш паперу, на якому писали або друкували необхідну інформацію. Перші постери - це рекламні театральні афіші та плакати, що несуть ті чи інші політичні гасла. Оформлення у них було відповідне - чітке, лаконічне, часом кілька перебільшене. Основна мета - донести думку до глядача і показати її наочно. Дещо іншу роль постери грають зараз. Як і раніше вони можуть бути використані в рекламних або просвітницьких цілях. Але крім них додалися і багато інших. Насамперед, це універсальний і досить доступний матеріал для декору приміщень. В даний час можна придбати постер для будь-якого інтер'єру, в будь-якій кольоровій гамі і з будь-яким сюжетом. Якщо ви не знайдете підходящого готового варіанту, неважко відшукати фірму, яка виготовляє їх на персональне замовлення, і вартість таких послуг, як правило, не надто висока.

При цьому ви будете знати, замовляючи постер, що таке оформлення стане унікальним, і це підвищить його цінність в ваших очах: адже завжди

приємно володіти тим, чого немає і не буде ні в кого більше. Але і промислово вироблені постери не втрачають актуальності.

Часто такий варіант оформлення кімнат використовується в молодіжному та підлітковому середовищі. Це можна пояснити тим, що він не вимагає значних витрат, не потребує особливого догляду і дозволяє легко поміняти одну картинку на іншу.

Діти та підлітки часто заповнюють свою кімнату фотографіями улюблених музикантів і акторів. Постери, фото і афіші відразу підкажуть, що ви перебуваєте в кімнаті фаната тієї чи іншої групи. З часом смаки змінюються, одні плакати діти прибирають, а інші купують. Для кімнат дошкільнят зазвичай використовуються постери на стіну із зображеннями улюблених персонажів мультфільмів, тварин або фотографії самої дитини.

Дорослі розміщують різні плакати. Це можуть бути і заспокійливі природні пейзажі, і барвисті квіти, і особисті фотографії з сімейного архіву. Для бізнесу можуть бути корисні рекламні постери. Їх можна помістити в офісі або на стіні поза вашого приміщення, щоб повідомляти потенційним клієнтам необхідну інформацію. У будь-якому випадку, якщо говорити про таке поняття, як постер, що таке він собою являє, то для багатьох близько більш традиційне для російської мови слово "плакат", а призначення та застосування у них практично збігаються. Тому, говорячи про постері, ви можете сміливо замінювати це визначення словом "плакат" і будете правильно зрозумілі співрозмовником [2].

З необхідності швидкої і однозначної передачі інформації впливає вимога простоти і лаконічності художнього рішення: скорочення глибини простору, обмеження планів до одного-двох, мінімальне використання світлотіні, локальності кольору, простота і різкість контуру, силуетність зображення, відсутність повітряної перспективи і т. д. Оперативне

поліграфічне тиражування плакатів висуває додаткові вимоги до обмеження кількості квітів і стандартними розмірами листа.

Найважче в мистецтві постеру (як, втім, в будь-якому виді мистецтва) - досягнення органічної єдності змісту і художньої форми. Це може бути отримано тільки в результаті цілісного і різнобічного психологічного впливу постера на глядача, шляхом звернення до його пам'яті, інтересам, мислення, емоційної сфері, навичкам сприйняття, до творчих його можливостям, оскільки сприйняття і оцінка художнього твору завжди включають елементи співтворчості.

Постер працює в умовах вулиці, виробничих приміщень, місць відпочинку і т. д. При цьому, його не постачають написом-показчиком: «Зупинись і подивися!». Він домагається цього сам, володіючи важливою властивістю - здатністю привернути увагу глядача. Якщо така властивість відсутня, постер просто не буде помічений, і всі зусилля його творців і розповсюджувачів пропадуть дарма. Тому знання і практичне використання художником психологічних прийомів залучення мимовільної уваги значною мірою визначає успіх його творчої роботи.

Дуже дієвим засобом служить контраст між статичними і динамічними елементами. Перші створюються стійкістю форми і переважанням горизонтальних і вертикальних ліній, другі - лініями похилими, витягнутими, загостреними, які ніби летять в просторі. Взаємодія тих і інших справляє враження їх самостійного життя. Динамічні елементи значно активніше залучають увагу глядача.

Ефективним способом залучення уваги є виділення (за будь-якою ознакою) одного елемента серед інших. Наприклад, найбільш виступаючий кут чотирикутника стає (незалежно від його просторового положення) місцем концентрації уваги.

Прості геометричні форми швидше сприймаються глядачем і краще запам'ятовуються (у порівнянні зі складними неправильними формами). Однак складні форми цікавіше для глядача і довше затримують його увагу.

3. РЕКЛАМНИЙ ПОСТЕР

Рекламний постер є одним з найпоширеніших видів зовнішньої реклами через свою дешевизну і універсальність. Як правило, він є плоским екраном із статичним зображенням, але останнім часом з'явилися динамічні постери, картинки на яких міняються залежно від точки зору.

Мінімальний стандарт постера має розміри 50x70 см, а максимальний - 200x300 см. Традиційні рекламні постери - це повнокольорові плакати, які друкуються на папері, бекліте або плівці, а потім наклеюються на жорстку основу. За технологією виготовлення постери діляться на кашировані та обтяжні. Основою кашированого постеру служить картон великої товщини, на який наклеюється папір із зображенням (лайнер). Такі рекламні постери можуть мати довільну конфігурацію. Для обтяжних постерів можлива тільки прямокутна форма. Часто плакати заключають в алюмінієвий або пластиковий профіль, а для продовження терміну експлуатації ламінують. Існують і повністю пластикові постери, зображення на яких наноситься методом фотодруку. В порівнянні з паперовими, такі конструкції довговічніші.

Як правило, рекламні постери вішаються на стіну (іноді кріпляться до стелі) і служать рекламою, яку добре видно з відстані 10-15 м. Найбільш поширеною сферою застосування цієї рекламної площини є рекламування товару в магазинах. У супермаркетах вони часто виставляються прямо на стелажі з продукцією. Окрім цього, рекламні постери застосовуються скрізь, де потрібна недорога, але ефектна реклама - в барах і ресторанах, міському транспорті і речових ринках, виставкових центрах і навіть в ліфтах.

Незаперечний плюс цих рекламних носіїв - можливість гармонійного поєднання графічної і текстової інформації. Яскрава цікава картинка привертає споживача на першому етапі. Зацікавившись, клієнт знайомиться з

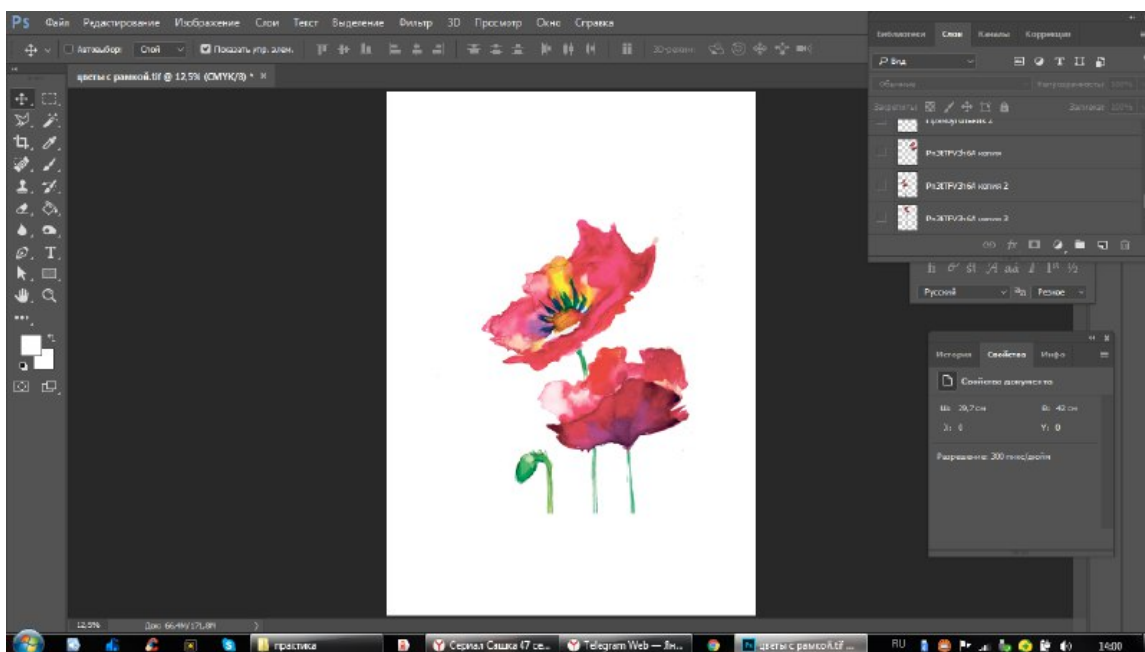
текстовою складовою, яка несе головне смислове навантаження. Втім, можна зустріти постери, направлені виключно на іміджеве просування товару або навпаки, більшою мірою орієнтовані на текст. Можна з упевненістю сказати, що рекламні постери, якщо не найпрестижніші, то напевно найбільш універсальні і масові серед всіх представників зовнішньої реклами. [3].

4. ОПИС ОСТАТОЧНОГО ВАРІАНТУ ПЕРШОГО ПОСТЕРУ

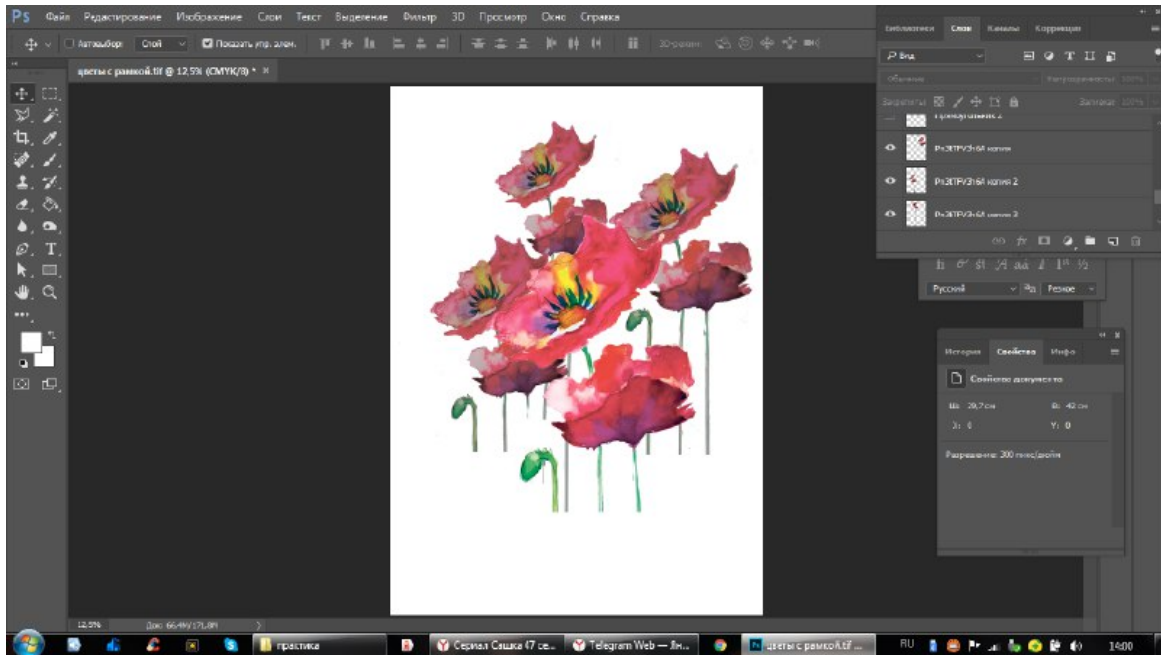
1. Спершу намалювала ескіз.



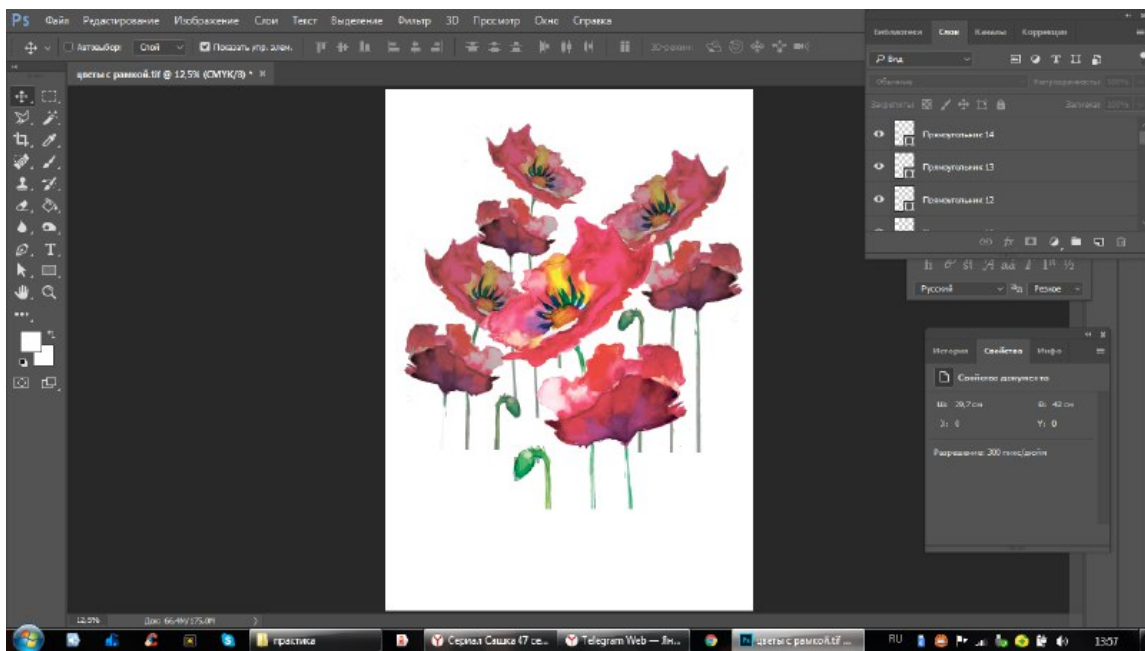
2. Потім сканувала його та перенесла на комп'ютер, відкрила його у Photoshop.



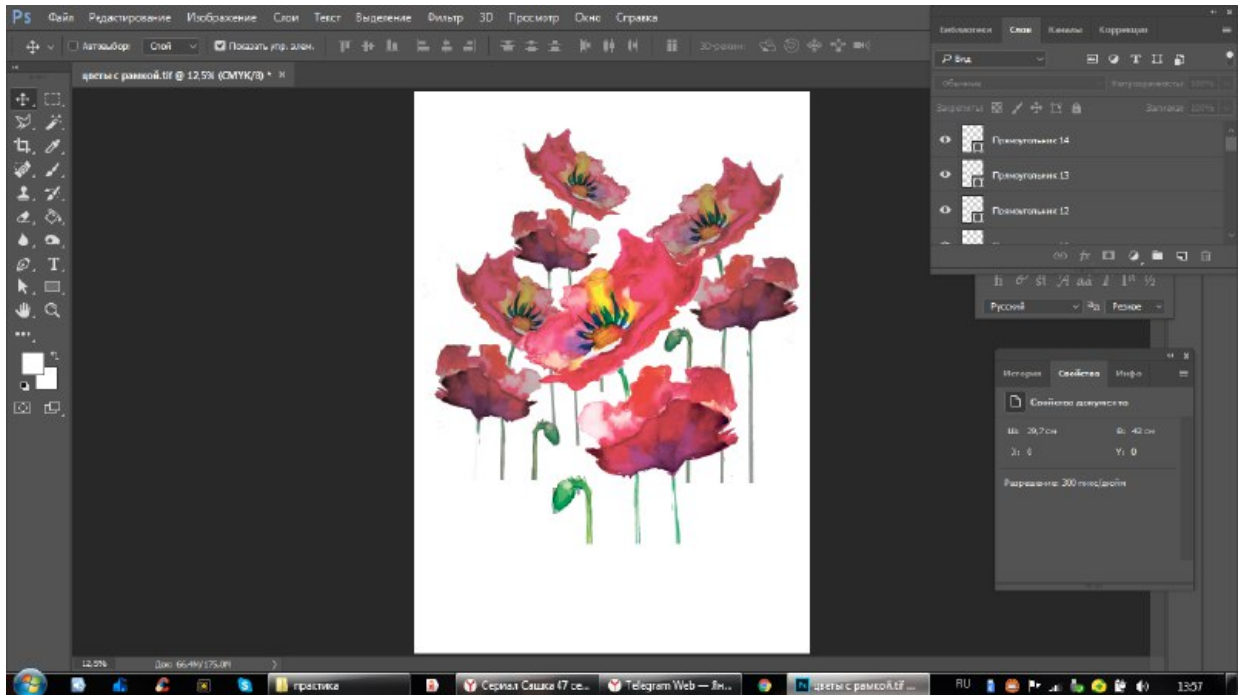
3. Зробила дублікат шару (квітів) тричі.



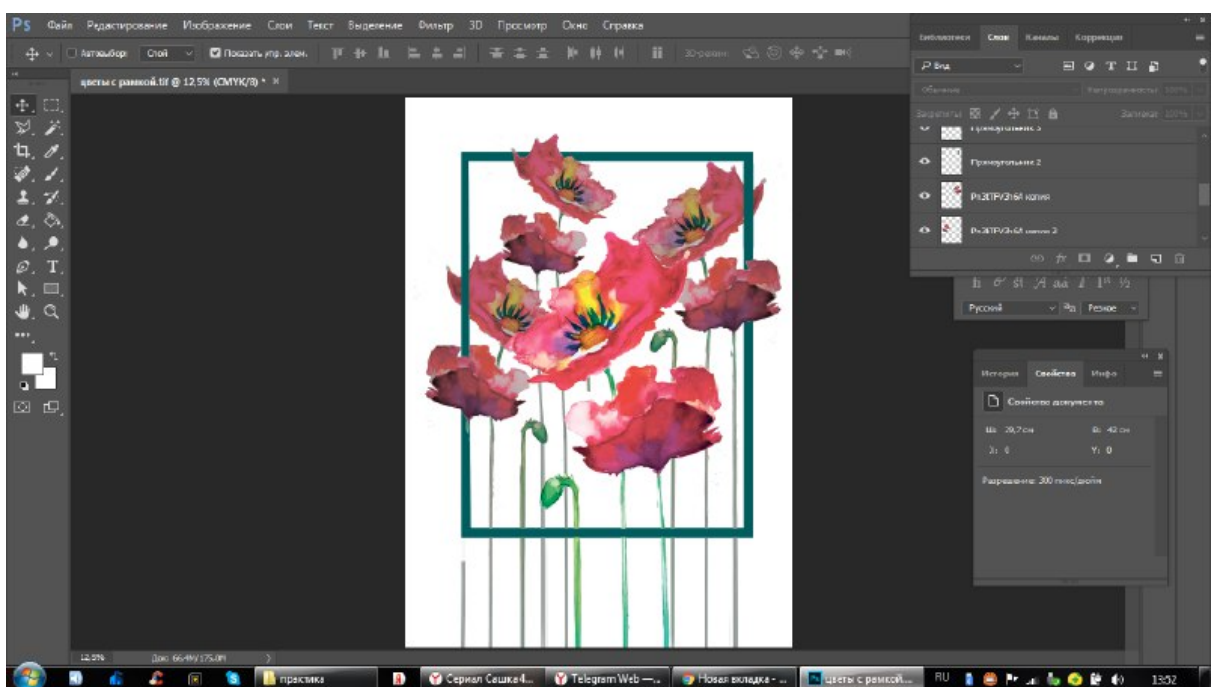
4. Два дублікати я зеркально повернула по-горизонталі.



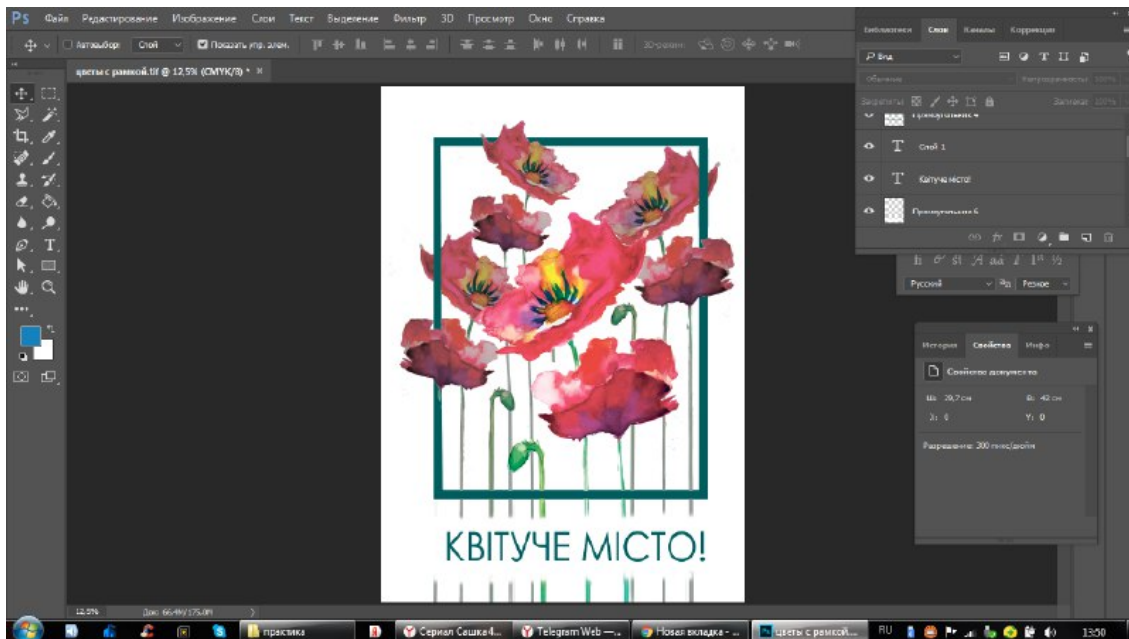
5. Зробила рамку зеленого кольору.



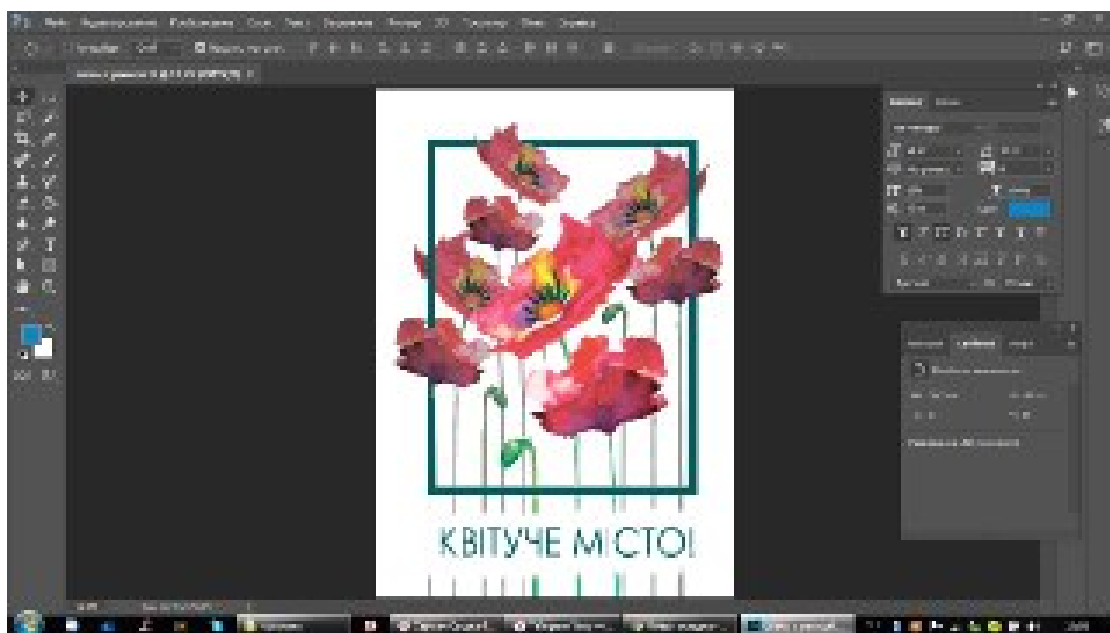
6. Потім подовжила стебла у квітів.



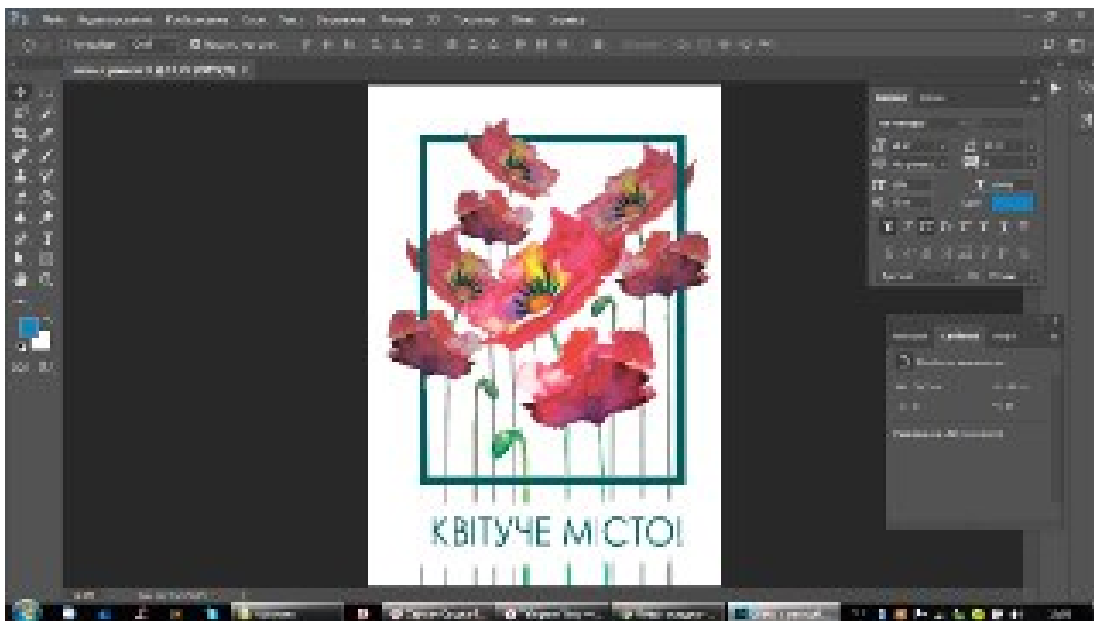
7. Після цього додала текст та помістила його на низ постеру.



8. Наступним моїм кроком було створення прямокутника, який помістила позаду тексту та зробила його білим для того, щоб текст краще привертав до себе уваги.



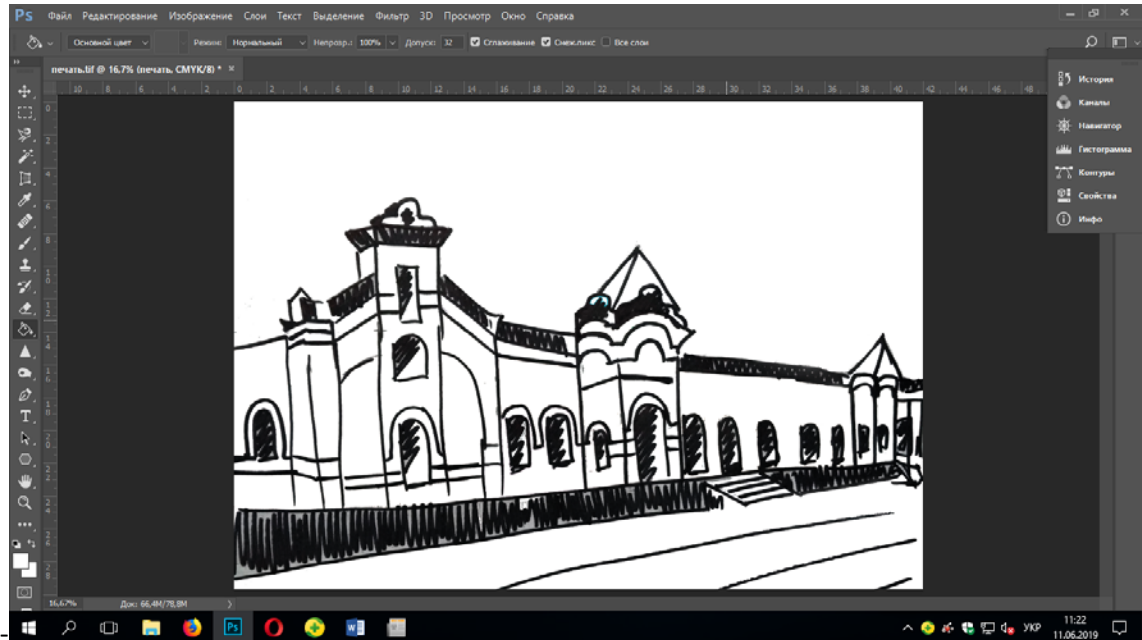
9. Отримала кінцевий результат.



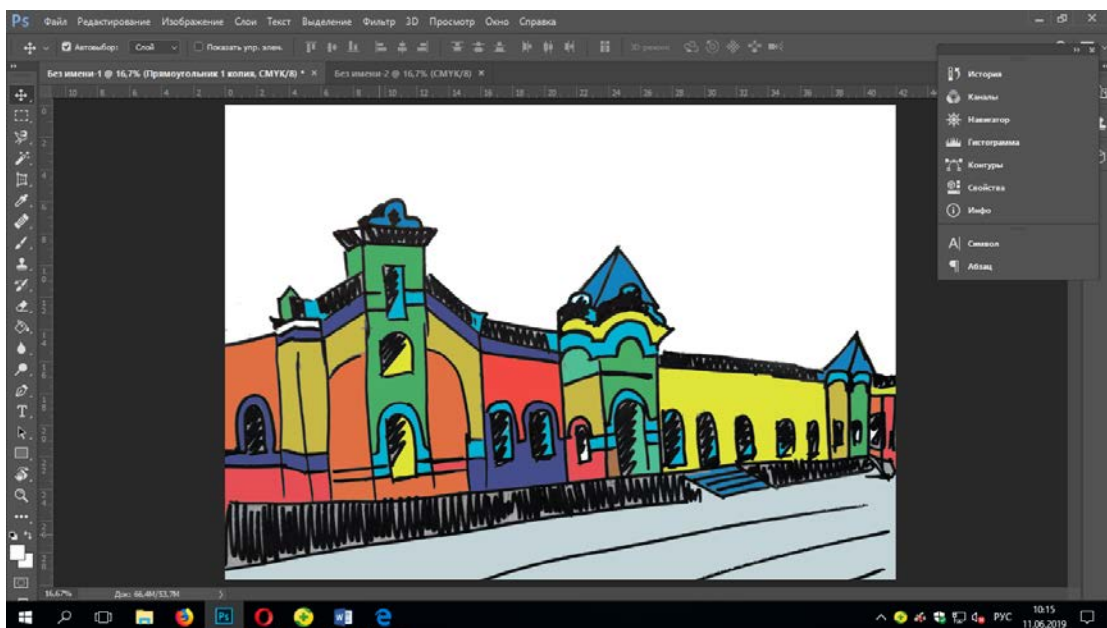
5. ОПИС ОСТАТОЧНОГО ВАРІАНТУ ДРУГОГО ПОСТЕРУ

1.Спочатку намалювала ескіз, сканувала його та перенесла його на комп'ютер.

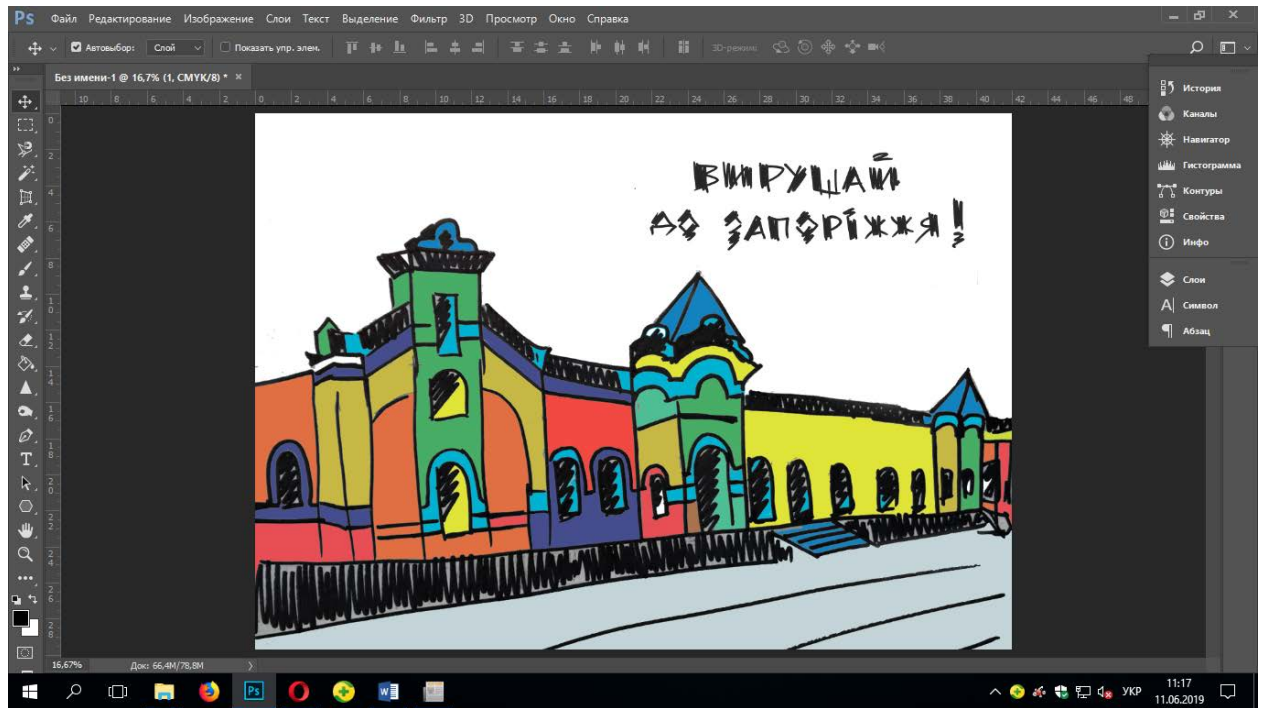
2.Наступним кроком було відкриття його у Photoshop.



3. Потім обрала яскраві кольори та залила ними зображення.



4. Відсканувала текст та розмістила його на постері.



ВИСНОВОК

Під час проходження практики були закріплені теоретичні та практичні знання про постери та плакати, покращені практичні навички виконання постерів. Відбулося детальне ознайомлення з тваринним та рослинним світом, а також пам'ятками архітектури міста Запоріжжя.

Під час практики було створено близько 7 ескізів рослинності та 5 ескізів архітектури. На основі цих ескізів було створено 2 постери.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

- 1.Словник.URL :<http://myslovo.com/?dictionary=постер>
2. Історія плакатів. URL :<http://gnozis.com.ua/uk/blog/istoriya-plakativ-drukarnya-gnozis-1/>
3. РЕКЛАМНИЙ ПОСТЕР. URL :<http://www.mediamapa.com.ua/stati/zovnishnja-reklama/reklamnyj-poster.html>
4. Валентина Бистрякова, Алла Осадча, Євген Гула Плакат - як засіб соціальної реклами: вісник Львівського університету. Серія мист-во. 2016. Вип. 17. С. 69-77 Київський національний університет технологій та дизайну; кафедра рисунку та живопису. URL : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6110/1/20170503_301.pdf



КВІТУЧЕ МІСТО!

ВІВІРУЦІАНІ

АД ПІДПІЖЖА!

