

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ С.М. Лобода
« ____ » _____ 20__ р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 186 «ВИДАВНИЦТВО ТА ПОЛІГРАФІЯ»

Тема: «Макет комплекту мотиваційних плакатів»

Виконавець _____ студентка групи ВП-415 Гуменюк Богдана Сергіївна
(студент, група, прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____ д-р пед. наук, професор Лобода Світлана Миколаївна
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Нормоконтролер:

_____ С.М. Гальченко
(підпис) (П.І.Б.)

КИЇВ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

Напрямок (спеціальність, спеціалізація) 186 «Видавництво та поліграфія»

(шифр, найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ С.М. Лобода

« ____ » _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломного проєкту

Гуменюк Богдани Сергіївни

(П.І.Б. випусника)

1. Тема проєкту «Макет комплексу мотиваційних плакатів» затверджена наказом ректора від «29» квітня 2021 р. №690/ст.
2. Термін виконання проєкту: з 17.05.2021 р. по 20.06.2021 р.
3. Вихідні дані проєкту: матеріали видання (текстові та ілюстративні).
4. Зміст пояснювальної записки: Теоретичні основи дослідження плакатної продукції. Аналіз програмного забезпечення процесу виготовлення комплексу мотиваційних плакатів. Практична реалізація комплексу мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: рисунки, таблиці, презентація *Power Point*.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Провести аналіз літературних джерел	17.05 – 19.05.21	
2.	Визначити основні принципи відбору інформаційного наповнення	20.05 – 21.05.21	
3.	Провести аналіз плакатної продукції	22.05 – 25.05.21	
4.	Визначити композиційні та художні особливості оформлення плакатної продукції	26.05 – 28.05.21	
5.	Обґрунтувати вибір програмного забезпечення для реалізації комплексу мотиваційних плакатів	29.05 – 01.06.21	
6.	Розробити концепцію та провести практичну реалізацію комплексу мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин	02.06 – 10.06.21	
7.	Підготувати презентаційний матеріал	11.06 – 14.06.21	

7. Дата видачі завдання: « 17 » травня 2021 р.

Керівник дипломного проєкту:

(підпис керівника)

Лобода С.М.
(ПІБ)

Завдання прийняв до виконання:

(підпис студента)

Гуменюк Б.С.
(ПІБ)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломного проєкту «Макет комплекту мотиваційних плакатів»: 71 сторінка, 31 рисунок, 27 літературних джерел, 2 додатки.

ПЛАКАТ, АРКУШЕВЕ ВИДАННЯ, ПОЛІГРАФІЧНА ПРОДУКЦІЯ, ПОСТЕР, МАКЕТ, МАКЕТУВАННЯ, ВЕРСТКА

Об'єкт дослідження – плакат як особливий вид друкованих видань.

Предмет дослідження – макет комплекту мотиваційних плакатів.

Мета дипломного проєкту – розробити макет комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету.

Завдання дослідження – визначити ключові дефініції поняття мотиваційного плакату; описати композиційні та художні особливості оформлення плакатної продукції; обґрунтувати вибір програмного забезпечення для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів; розробити макет комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин.

Методи дослідження: загальнонаукові теоретичні методи – аналіз наукової літератури для визначення поняття мотиваційного плакату, метод синтезу для розгляду складових елементів плакатної продукції, метод спостережень для аналізу аналогічної продукції, метод порівняльного аналізу для зіставлення художньо-естетичних ознак плакатної продукції та порівняння програмних забезпечень для реалізації комплекту плакатів, метод узагальнення для визначення висновків дослідження; специфічні наукові методи – проектування для виготовлення макету комплекту мотиваційних плакатів.

Технічні та програмні засоби – персональний комп'ютер, *Microsoft Word*, *Adobe InDesign*, *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop*.

Практичне значення. Результати дипломного проєкту рекомендується використовувати як елемент зовнішнього оформлення навчальних приміщень Факультету міжнародних відносин.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ	6
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЛАКАТНОЇ ПРОДУКЦІЇ ...	10
1.1. Плакат як особливий вид друкованих видань.....	10
1.2. Композиційні та художні особливості оформлення плакатної продукції ...	17
1.3. Естетичні та художньо-стилістичні ознаки мотиваційних плакатів Гарвардського, Кембриджського та Каліфорнійського університетів.....	24
Висновки до розділу	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ КОМПЛЕКТУ МОТИВАЦІЙНИХ ПЛАКАТІВ.....	32
2.1. Сучасне програмне забезпечення для виготовлення плакатної продукції ..	32
2.2. Обладнання і витратні матеріали для виготовлення плакатної продукції...	34
2.3. Обґрунтування вибору програмного забезпечення для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів.....	42
Висновки до розділу	45
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМПЛЕКТУ МОТИВАЦІЙНИХ ПЛАКАТІВ ДЛЯ ФАКУЛЬТЕТУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН	47
3.1. Розробка концепції комплекту мотиваційних плакатів	47
3.2. Розробка макету комплекту мотиваційних плакатів	51
3.3. Етапи виготовлення комплекту мотиваційних плакатів	58
Висновки до розділу	61
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64
Додаток А.....	67
Додаток Б	70

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ

Плакат – це вид поліграфічного видання, що подається у вигляді одного чи декількох аркушів віддрукованого текстового чи графічного матеріалу, визначеного формату, що надруковане з однієї чи обох сторін аркуша та призначене для подальшого тиражування.

Мотиваційний плакат (постер) – це різновид плакатної продукції за змістовним наповненням, що несе мотиваційний характер для заохочення реципієнта до певних дій чи формування бажаного емоційного стану.

Дизайн – формування загальної концепції видання, вибір шрифтового оформлення та ілюстрацій, визначення колірної рішення із урахуванням цільової аудиторії продукту.

Макет видання – це набір правил, згідно з яким проводиться розташування елементів оформлення сторінки: рядки та стовпці, текстові та графічні блоки, колонтитули, колірне рішення, розділові лінії.

Макетування – процес взаємного компоновання об'єктів макету з урахуванням масштабу, форми, пропорційності, балансу, кольору та інших чинників, які визначають візуальне сприйняття.

Версткою називається процес формування сторінок майбутнього видання. Вона проводиться шляхом розміщення текстових та ілюстративних складових. Верстка впливає на зовнішній вигляд продукції. Вона проводиться за принципами контрастування, пропорційності та зорової ілюзії.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В останні роки відбулося становлення плакату як одного із найбільш яскравих явищ образотворчого мистецтва. Він став невід'ємною частиною інформаційно-комунікативного життя. Плакат органічно ввійшов у повсякденне життя – свого застосування набути політичні, соціальні, інформаційні, рекламні та ін. плакати. Це пояснюється тим, що плакатна продукція є найефективнішим засобом привернення уваги соціуму до найбільш важливих питань. За допомогою постеру можна точно і ємно виразити зміст послання, сконцентрувати увагу глядача, використовуючи лаконічні і виразні зображально-виражальні засоби, сучасний і креативний дизайн.

Мистецтво плаката і постера активно розвивається і в галузі освіти. Тут особливого поширення набули мотиваційні плакати як особливий вид плакатної продукції. Специфіка мотиваційного плакату полягає у прямому зверненні до почуттів та емоцій людини. Застосування мотиваційного постеру допомагає підвищити зацікавленість студентів до навчання, активізувати прагнення до саморозвитку. Він надихає сучасну молодь та підтримує сильний дух.

Тенденції застосування мотиваційного плакату в освіті для формування у молоді бажання досягти успіху шляхом постійної роботи над собою невинно розвиваються. Разом із цим виникає потреба у регулюванні оформлення даного виду поліграфічної продукції. Для оформлення аркушевих видань опираються на стандарт СОУ 18.1-02477019-02:2015. Видання аркушеві. Технічні умови (зі зміною № 1).

Мета дипломного проєкту – розробити макет комплексу мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету.

Для досягнення мети дипломного проєкту були представлені такі основні **завдання**:

- 1) визначити ключові дефініції поняття мотиваційного плакату;

2) описати композиційні та художні особливості оформлення плакатної продукції;

3) обґрунтувати вибір програмного забезпечення для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів;

4) розробити макет комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин.

Об'єкт дослідження – плакат як особливий вид друкованих видань.

Предмет дослідження – макет комплекту мотиваційних плакатів.

Методи дослідження. Для досягнення мети та вирішення поставлених завдань було використано комплекс загальнодоповнюючих методів, а саме: загальнонаукові теоретичні методи – аналіз наукової літератури для визначення поняття мотиваційного плакату, метод синтезу для розгляду складових елементів плакатної продукції, метод спостережень для аналізу аналогічної продукції, метод порівняльного аналізу для зіставлення художньо-естетичних ознак плакатної продукції та порівняння програмних забезпечень реалізації комплекту плакатів, метод узагальнення для визначення висновків дослідження; специфічні наукові методи – проектування для виготовлення макету комплекту мотиваційних плакатів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що:

– вперше розроблено комплект мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин з урахуванням стилістики факультету;

– уточнено класифікацію плакатної продукції;

– удосконалено методи та засоби розробки комплекту мотиваційних плакатів.

Практична значимість дипломного проєкту полягає у можливості використання розробленого та реалізованого макету комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин як елемента зовнішнього оформлення навчального приміщення. Для всіх студентів факультету комплект мотиваційних плакатів забезпечує позитивне ставлення до навчання та саморозвитку, посилюючи їх креативність. Це забезпечує кращий рівень навчання. (Довідка про впровадження №15/136 від «31» травня 2021 р.).

Апробація отриманих результатів – тези «Плакат як засіб мотивації сучасної молоді», що ґрунтуються на дослідженнях дипломного проекту, були представлені на XXI Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» в 2021 році в секції Мультимедійні технології та системи. Робота була обговорена на засіданні кафедри комп'ютерних мультимедійних технологій Факультету міжнародних відносин.

Публікації – тези «Плакат як засіб мотивації сучасної молоді», що ґрунтуються на дослідженнях дипломного проекту були опубліковані в збірці XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» в 2021 році (Гуменюк Б. С. Плакат як засіб мотивації сучасної молоді // *Політ. Сучасні проблеми науки* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 5-9 квіт. 2021 р. – Київ: Національний авіаційний університет, 2021. – С. 376 – 378).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЛАКАТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Плакат як особливий вид друкованих видань

Мистецтво плаката завжди привертало увагу вітчизняних і закордонних мистецтвознавців та науковців. Проте досі немає ґрунтовних праць, у яких були б висвітлені усталені методики дослідження плакатної продукції, її термінологія та класифікація.

Плакат становить собою вид ужиткового мистецтва, в якому основний слоган суспільного, політичного, рекламного, інформаційного чи мистецького характеру відтворюється в графічній формі, тиражується та розповсюджується в публічних місцях.

Базуючись на стандарті ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» плакат набуває такого визначення: «це видання у вигляді одного чи декількох аркушів друкованого матеріалу встановленого формату, надруковане з одного чи з обох боків аркуша, призначене для експонування» [1, с.6].

Плакат, як вид графіки, став значущою складовою візуальної культури, потужним засобом впливу на свідомість глядачів.

Постер у наш час несе інформативне, комерційне та психологічне значення. Він поширюється на вулицях міст, у торгових центрах, кінотеатрах, офісах та навчальних закладах. Цим сформована його специфіка – плакат повинен бути видним зі значної відстані, бути читабельним та зрозумілим, чітко передавати задум, захоплювати увагу споживача. У плакаті часто застосовується поєднання тестової та графічної складових.

Кафедра КММТ				НАУ 21 06 38 000 ПЗ			
Виконала	Гуменюк Б.С.			Теоретичні основи дослідження плакатної продукції	Літера	Аркуш	Аркушів
Керівник	Лобода С.М.				Д	10	73
Н-контроль	Гальченко С.М.				ВП-415 186		
Зав. каф.	Лобода С.М.						

Для забезпечення комунікації у різних сферах життя у постерах використовують такі засоби графічного дизайну як художні метафори, різномасштабні фігури, символічне позначення предметів. Важливим фактором при цьому є графічна виразність. Під цим терміном розуміється застосування несподіваних композиційних рішень, стилізація головних компонентів.

Для текстового елементу значущими є вибір шрифту, його розмір і колір, шрифтова композиція та колірне рішення. Значущим чинником, що впливає на контакт з реципієнтом, є образність плакату. Головними вимогами образної мови є влучне й непередбачуване розкриття суті, що з легкістю розуміється глядачем, запам'ятовується та стимулює на аналіз сприйнятої інформації, роздуми над нею, і в результаті на певні дії. Також з розвитком фотографічного мистецтва невід'ємною складовою плакату стала фотографія у поєднанні з живописом чи іншими малюнками.

Класифікація плакатів. За класифікацією плакати дуже різноманітні, адже вони являють собою найбільш поширений тип графічного образотворчого мистецтва, що виконує завдання наочної політичної агітації чи призначене для рекламування, інструктажу, інформування та навчання.

За знаковою природою інформації, що застосовується у плакатах, та композиційними особливостями розрізняють такі види плакатів: 1) образотворчі, центральним елементом яких є графічне зображення, тоді як текстова складова може бути відсутньою; 2) шрифтові, у яких домінують слоган та допоміжний текст; 3) плакати з поєднанням графіки та тексту.

За технікою виконання бувають друковані, трафаретно-шовкографічні, мальовані від руки, світлові та об'ємні плакати.

Друковані постери друкуються літографічними та офсетними машинами і зазвичай видаються масовим тиражем, тоді як трафаретно-шовкографічні тиражуються ручним способом з використанням картонних чи матричних трафаретів на нейлоновій чи шовковій сітках. Світлові динамічні чи статичні плакати виготовляються поєднанням зображення та світла. Вони також являють собою шрифтові постери із застосуванням кольорового тону та аргону або простих

електричних ламп. Під мальованими від руки розуміються плакати невеликих тиражів та рекламного характеру. До об'ємних відносять складні за будовою та конструкцією постери, які поширюються у торгових центрах [2].

Серед різноманіття плакатів за призначенням можна виокремити такі його види: пропагандистських, рекламний, соціальний, культурологічний, інформаційний, навчальний, науково-популярний та нормативно-інструктивний [3].

Пропагандистський постер поділяється на агітаційний та політичний. Метою плакатів такого характеру є вплив на формування світогляду, настроїв та переконань у суспільстві. Вони сповіщають про суспільно важливі заходи та події.

Рекламний плакат у свою чергу буває торгово-промисловим, що інформує про певний товар та послуги, а також видовищний, що оголошує про вистави та концерти, спортивні події та культурні акції. Афіша є різновидом рекламного плакату.

Соціальний плакат висвітлює гостросоціальні проблеми та пропагує базові цінності суспільства. Сьогодні він є носієм ідеології толерантності та гуманізму. У даному виді плакатів, що належить до сфери соціальної реклами, відображаються соціальні аспекти особистості, своєрідність відносин у соціумі. Плакат привертає увагу до таких актуальних проблем суспільства як здоров'я нації, тютюнопаління, алкоголізм, наркоманія, демографічне питання, насильство.

Нормативно-інструктивні плакати роз'яснюють стандарти, нормативи та технічні умови. Це постери з техніки безпеки та охорони праці; виробничі та практичні плакати про прогресивні методи праці в промисловості, сільському господарстві, освіті, культурі, медицині.

Науково-популярні плакати з різних дисциплін, наприклад економіки, філософії чи історії, популяризують наукові знання і застосовуються при проведенні лекційної та культурно-просвітницької діяльності.

До навчальних плакатів слід віднести підручники для навчальних закладів. Вони сприяють формуванню необхідних знань та навичок.

Культурологічний постер покликаний відобразити питання, що тісно пов'язані з самовизначенням нації, етнічними та національними цінностями, визначними пам'ятками та особистостями. Він сприяє формуванню позитивного образу майбутнього, його культурного та духовного росту.

Плакати поділяються за засобами виконання оригіналу на площинні, об'ємно-просторові або комбіновані, одноколірні або багатоколірні.

За способом випуску плакатної продукції розрізняють плакати як окремі видання, серії чи комплекти плакатів. Комплектом видання називають збірку плакатів, які поєднані спільною темою і скріплені в загальну папку чи видавничу обкладинку, та мають спільні вихідні відомості [2].

Історія плакату. Плакат як засіб поширення інформації був відомий людству з давніх часів. Вперше афіші інформаційно-агітаційного характеру з'явилися ще у Стародавньому Єгипті. У часи панування рабовласництва вони виконували функцію інформування про затримання рабів-втікачів [4].

З розвитком мистецтва та культури відбулося становлення плакату як засобу оповіщення населення Стародавньої Греції та Риму про вистави в театрі, торговельні пропозиції і заходи.

Вважається, що перший плакат з'явився у 1482 році. Тоді англійський торговець книг Батдольд вперше застосував плакат для привернення уваги покупців, рекламуючи нове видання «Евклідова геометрія».

Згодом постери зрідка з'являлись декілька століть. Проте у 1796 році німець Алоїз Зенефельдер запропонував новий спосіб друку зображень, при якому малюнок наносився на спеціальний камінь за допомогою хімічного складу. Далі камінь покривався фарбою, яка передавалась на області каменю, що були покриті складом. Тираж на папері друкувався з даного каменю.

Ця технологія друку дозволила швидке та дешеве тиражування плакатів. Таким чином друк плакатів швидко став великоформатним.

До кінця 1860 року постери виготовляли одноколірними. Вони друкувалися чорною фарбою по білому чи кольоровому фоні [4].

З відкриттям методу фотохромолітографії у 1865 році спростився технологічний процес виготовлення плакатів. Метод, розроблений австрійським бароном фон Рансонет, базувався на застосуванні фотографічного зображення і давав змогу отримувати будь-які кольори використанням трьох фарб – червоної, жовтої та синьої. Це дозволило виготовляти аркушеві видання із застосуванням дешевих фарб, які передавали натуральні фарби кольорових репродукцій.

В середині XIX століття французький графік Жюль Шере вирішив покращити ідеї Батдольда. У 1866 році він заснував власну літографію в Парижі, яка спеціалізувалась на виготовленні плакатів. Жюль Шере заклав принципи мистецтва оформлення плакатної продукції – помітність за рахунок контрастування кольорів, читабельність «на ходу», концентрація уваги глядача на одному головному елементі, лаконічність [5, 6].

Плакати набули широкого застосування у всіх сферах життя і стали невід'ємною його складовою до кінця XIX ст. Вони почали застосовуватись не тільки як афіші для інформування, але й як реклама товарів та послуг. У Російській імперії у 1897 році було проведено виставку, присвячену плакатному мистецтву.

З початком XX ст. бурного застосування отримати агітаційні плакати. Вони виконували пропагандистські функції для залучення молоді йти добровольцями в армію, агітації суспільства допомогти пораненим та фінансово підтримати армію.

Із закінченням революції у 1917 р. на території колишньої Російської імперії декілька років створювався лише такий вид агітаційних зображень як політичний плакат [4].

У роки Другої світової почали друкуватися антифашистські плакати. Ближче до перемоги над гітлерівською Німеччиною плакати почали набувати більш оптимістичного характеру.

Зі встановленням миру в Європі, більшість країн змогли знову зосередитися на облаштуванні власної економіки. З того часу рекламні плакати отримали свою популярність і до сьогодні. Актуальними залишаються також постери, що торкаються гостросоціальних проблем присвячених наркоманії, пияцтву,

злочинності. Широко застосовуються інформативні оголошення про правильний розпорядок дня, здорове харчування, користь щеплення та ін.

Основні функції плакату. Плакат акумулював у собі здобутки станкового та книжкового графічного мистецтва, фотографії та типографіки. Він є важливою частиною візуальної культури та одним із найефективніших засобів масової інформації.

Постери, як інструмент економічної політики, що являє собою базу наукового управління суспільством, виступають як потужний комплекс ефективного впливу на соціокультурні процеси, формування суспільної думки, об'єднання людей для вирішення поставлених завдань.

За результатами дослідження впливу на найважливіші сфери діяльності людини розрізняють такі функції плакатної продукції: політична агітація, суспільне виховання, передача історично-культурних цінностей, регулювання господарських відносин і суспільний контроль, розважальна діяльність.

Суть організаторської функції плакатної продукції обумовлена підвищенням впливу та значення публіцистичного слова, що є фундаментальним елементом при організації соціальних перетворень, встановленні громадської справедливості.

Виховна функція полягає у передачі соціального досвіду, вмінь та навичок, необхідних для моральної та соціальної життєдіяльності. Мета функції тісно пов'язується з формуванням високої політичної культури, відповідальності за свої вчинки, активної соціальної та політичної позицій.

Пропагандистська функція плакату зумовлена необхідністю поширення соціально-політичних, ідеологічних та національних цінностей на користь певного суспільного явища чи події, спільної справи, шляхом впливу на громадську думку. Суть цього явища полягає в умисному інформуванні суспільства лише тими думками, поглядами, фактами та теоріями, які корисні для зацікавленої групи осіб. Так пропаганда у плакатах часто використовується для переконування в політичній, релігійній та інших сферах для дегуманізації та створення хибного образу у свідомості [6].

Соціальна функція плакату формує базові соціальні цінності. Вони висвітлюють значущі соціальні проблеми, що є актуальними для суспільства. Соціальний плакат закладає принципи гуманності та толерантності, терпимості та ввічливості. Метою даного виду плакату є зміна ставлення до конкретної соціальної проблеми.

Значення навчальної функції плакату полягає у відображенні вивченого матеріалу учнями для кращого розуміння теми заняття.

Рекламна функція забезпечує інформування потенційних покупців, затримку їхньої уваги на конкретному продукті чи пропозиції, формування позитивного ставлення до товару чи компанії. Афіша, як різновид рекламної продукції, повідомляє про майбутні кінопрем'єри, театральні вистави, музичні концерти, спортивні змагання, освітні заходи та конференції.

Мотиваційна функція. Мотивуючий постер – це плакат, що надихає глядача на позитивні думки, підштовхує на виконання певної дії, на зміну емоційного стану людини. Головною метою такого плаката є забезпечення стимулу, заохочення до дії, спонукання змінити погляд на ситуацію чи предмет, надихати на саморозвиток та самовдосконалення або викликати бажання позитивно задуматися, підбадьорити та підняти настрій [7, 8].

Надихаючий плакат є одним із інструментів мотивації сучасної молоді. Він набув популярності серед молоді завдяки здатності підіймати силу духу. Мотивація допомагає глядачу підвищити самооцінку та впевненість, шляхом формування позитивного ставлення до себе. Це допомагає молоді усвідомити свою неповторність, сприймати себе як особистість. Внаслідок цього відбувається посилення їх креативності та допитливості і призводить до підвищення бажання вчитися. Мотивовані підлітки не бояться ставити важкі цілі, і тому завзято працюють та розвиваються для їх досягнення. Така молодь легко контролює негативні емоції і не втрачає віру в свої можливості.

Мотиваційні плакати набули застосування в освіті завдяки своїй здатності робити навчальний процес більш цікавим та доступним. Це пояснюється тим, що у плакатах наводиться чітке поняття теми, що вивчається. Матеріал подається

у вигляді лаконічних тез з найважливішою інформацією, що підкріплюється графічною ілюстрацією для наочного розуміння. Такий спосіб подання матеріалу просуває творчі здібності студентів, допомагає сприйняти концепцію, адже глядач може довше зберігати певну ідею в пам'яті та концентрувати на цій увагу. Це досягається завдяки тому, що людський мозок здатен запам'ятовувати візуалізовані ідеї легше [9].

Надихаючі постери в навчальній аудиторії складають потужний фундамент для результативного академічного навчання, вивчення та проживання соціального життя в повній мірі. Вони є міцним засобом для підняття духу за допомогою мотиваційних повідомлень, що забезпечують натхнення та бажання пізнавати щось нове. Постери з мотиваційним вмістом гарантують підтримку впродовж робочого дня.

Важливою функцією мотиваційних постерів є здатність формувати міцні та позитивні стосунки в соціумі, шляхом підвищення соціальної обізнаності та покращення навичок будування дружніх та робочих стосунків. Цитати певного характеру спонукають молодь бути щирими та відкритими у своїх почуттях та при спілкуванні. Такі постери є навчальними посібниками для студентів для навчання їх терпимості та толерантності, контролю над негативною та імпульсивною поведінкою, переосмислення своїх вчинків.

Таким чином, мотиваційні плакати водночас здатні розв'язувати два завдання: підвищувати мотивацію студентів лаконічними цитатами та прикрашати середовище захоплюючим, барвистим та креативним дизайном [7].

1.2. Композиційні та художні особливості оформлення плакатної продукції

З точки зору психології, сприйняття є відображенням у людській свідомості сукупності предметів та явищ, подій та ситуацій, які виникають під час прямого впливу зовнішніх подразників на рецептори органів чуття. Таким чином,

сприйняття визначається як перцептивна діяльність людини і демонструє складний аналітичний процес перетворення та усвідомлення сенсорної інформації [10, с.76].

Сприйняття, як інструмент процесу пізнання зовнішнього середовища, базується на об'єктивних відчуттях якостей певного предмету чи явища. В результаті отримується цілісне уявлення про конкретний предмет, що ґрунтується на емоційних переживаннях, процесах мислення та діяльності людини [11, с.42].

Згідно з проведеними дослідженнями, візуальне, зорове сприйняття домінує серед усіх видів сприйняття та усвідомлення навколишнього світу. Саме на зорову сенсорно-перцептивну систему припадає найбільший відсоток процесів обробки інформації в мозку. Цим пояснюється важливість детального підбору графічних засобів передачі даних при створенні композиції плакату.

Плакатна продукція поділяється на три групи залежно від співвідношення текстових та графічних елементів. Виділяють графічні та шрифтові плакати, а також постери, що їх поєднують. Найменшого розповсюдження зазнали постери, ключовим елементом яких є графічне зображення.

Шрифтове аркушеве видання – це постер, в якому шрифт виступає головним виражальним засобом та основним елементом композиції. Особливість даного виду плакатів полягає у простоті композиційного рішення: мінімальна кількість шрифтів, силуетна орнаментика, вирівнювання елементів по центру осі. Воно візуально гармонійно сприймається глядачем, що досягається завдяки злагодженості композиції, органічним поєднанням шрифту, кольорової гами, візуальним символом та ритмом.

З точки зору мистецтва художнього плакату віділяють мінімалістично-функціональний і складно-експресивний типи шрифтового плакату. Це пояснюється тим, що сучасний шрифтовий плакат увібрав у себе принципи як шрифтового, так і плакатного мистецтва. Згідно з типологією, перший вид базується на принципі стандартизації текстового блоку та утилітарної типографіки ХХ ст. Другий вид художнього шрифтового плакату акумулював традиції та стандарти каліграфії, принцип асиметрії елементів композиції, художні особливості міжнародних шрифтових культур [3].

Проведені дослідження в галузі психології довели, що візуальне сприйняття контенту шрифтової композиції сприймається у три етапи: ескізне сприйняття, конкретизоване сприйняття, розуміння цілісної композиції та її елементів [11, с.45]. На першому етапі відбувається розуміння загальних даних, що базуються на цілісному сприйнятті композиції та її структури. На другому етапі важливим є деталізоване усвідомлення текстової інформації.

З психологічної точки зору, процес сприйняття композиції видання має ряд психологічних характеристик, що обов'язково повинні бути враховані при розробці шрифтових плакатів. Увага адресата зазвичай зосереджується на місцях більшої локалізації текстової частини, які створюють відчуття масивності. З першого погляду споживачем краще і легше сприймаються шрифтові блоки правильної геометричної форми. Наступним фактором є те, що глядач мимовільно звертає свою увагу на елементи, які розташовані один від одного на невеликій відстані, тобто є взаємопов'язаними. Остання особливість – при безформному розміщенні елементів реципієнт акцентує увагу на знаках, які відрізняються серед інших своїм накресленням чи відстанню до інших [11].

Отже, при розробці шрифтових композицій, слід звертатися до природи візуального сприйняття, усвідомити його характерні особливості. Однозначне розуміння даних, необхідність зважати на предметність, тотальність зорового сприйняття обумовлюють мінімалізм при виробі художнього рішення текстових композицій. Це досягається зменшенням застосування світлотіней та рівнів глибини і насиченості, використанням чітких та ясних контурів і силуетів, лімітуванням планів до двох чи навіть до одного, обмеженням повітряної перспективи.

Існує велика кількість прийомів, що діють на психологічне сприйняття людиною побаченого, які знайшли своє застосування при формуванні дизайну постерів. Одна їх частина базується на характерних особливостях зорової організації людини, тоді як інша частина робить акцент на смислового значенні [11].

Безперечний вплив втілює відображення яскравих кольорів великих площ та застосування колірного контрасту з різкими гранями переходу. В основі принципу візуального контрастного сприйняття лежить поєднання подібного і відмінного, внесення варіативності в монотонність.

Природа смислового контрасту полягає у поєднанні протилежних за значеннями та якостями елементів, наприклад великий і малий, старий і молодий, спокій і хвилювання. Даний тип контрасту може свідомо посилюватися неординарністю ситуації, доданням фантастичних об'єктів, застосуванням метафор та перебільшень. Це є чудовим інструментом залучення уваги.

Приєм плавного чи різкого перетворення предметів за формою, розміром, забарвленням також практикується у плакатній продукції. Адресат інформації, згідно досліджень, доводить процес перегляду перетворень до кінця, отримуючи усі дані, закладені у постері.

Прийоми захоплення уваги ґрунтуються на вживанні простих асоціативних об'єктів та інформативної цінності ряду зображень. З огляду на життєвий досвід, певна поза людини, вираз обличчя та міміка несуть великий обсяг інформації і тому неминуче привертають людську увагу. Очі людини є найбільш інформативним інструментом в дизайні плакатної продукції.

Композиція аркушевих видань. Плакат, як різновид графічного дизайну, відноситься до фронтальної композиції. Така композиція, що розміщується в одній площині, є незалежною від об'єктів, що її оточують. Форми площинного зображення поширюються у двох напрямках відносно глядача – горизонтальному та вертикальному. Перший формат викликає відчуття розслабленості при сприйнятті, зменшує ефективність зображення [12, с.75].

Найчастіше застосовують прямокутний формат при розробці аркушевого видання за правилами золотого розрізу.

Квадратні чи круглі формати майже не застосовуються, адже вони є досить складними при komponуванні графічних компонентів. Слід зауважити, що найбільш доцільним буде вживання радіальної або осьової симетрії в форматі круглої форми.

Композиція шрифтового плакату буває відкритою та закритою. Закрита композиція створює ефект статичності та чіткості розміщення всіх елементів, тоді як відкрита формує відчуття динамічності та безперервного руху елементів, що досягається повторенням конкретного елемента зі зміною його розміру, кольору, розміщення та насиченості. До того ж, вільне поле, що оточує композиційні складові плакату, працює як окремий та незалежний елемент, що надає легкості усій композиції.

Для створення гармонійної композиції слід враховувати правила балансу, гармонії, акценту, єдності та ритму [12, с.70].

Зростає також тенденція до створення асиметричних композицій аркушевих видань. Це пояснюється тим, що асиметричний баланс є більш цікавим та креативним і тому швидко привертає увагу. Він є м'яким, несподіваним та менш офіційним.

Важливе значення при моделюванні композиції займає вибір колірної рішення. Адже колір здатен привертати чи розсіювати увагу, сприяє розумінню та засвоєнню інформації, підкреслює основні деталі, підвищує запам'ятовуваність та формує позитивне ставлення до ідеї плакату. Зазвичай колірна композиція складається з двох-трьох кольорів. Найчастіше використовують монохроматичну, комплементарну тріадну схеми поєднання кольорів у плакатній продукції. Крім того, значиме місце займає символізм кольору, призводить до виникнення необхідних сформованих асоціацій з певними предметами, відчуттями, подіями. Він викликає певну емоційну реакцію у глядача [12, с. 81].

Визначне місце у плакатній графіці посідає шрифт, як елемент образотворчої мови постера, що формується на основних художньо-естетичних принципах сучасності. Привілеєм шрифтового плакату є маніпулювання лише знаковими елементами без застосування додаткових візуальних об'єктів.

При розробці плакатів виділяють такі критерії виразності шрифту як розбірливість, здатність виділятися на загальному фоні.

Найбільш популярними та вживаними серед різноманіття шрифтів є *Times New Roman* та *Verdana*. Ними виконується найважливіша інформація

плакату. Гарнітура *Times New Roman* є прикладом шрифтів із зарубками, які візуально поєднують слова і забезпечують швидке та розбірливе прочитання тексту. На противагу *Times New Roman*, гарнітура *Verdana* не містить зарубок. Кожна її буква має збалансовану геометричну форму, вони відкриті, охайні і мають однакову товщину лінії.

Для уникнення нерозбірливості плакату та досягнення оптимальності сприйняття і читання тексту використовується не більше трьох шрифтів.

Однією з найважливіших характеристик хорошого шрифту є зручність читання, що виконує одразу дві функції – дає оцінку приємності форми шрифту та являє собою показник гармонії, балансу та краси. На зручність читання впливає ряд визначних чинників. Серед них – форма та розмір шрифтових символів, пропорційність висоти та ширини знаку, насиченість та колір, значення довжини рядка або ширини колонки, міжбуквенний пробіл, міжрядковий інтервал, чіткість та ясність форм букв. Дотримання зручності читання впливає на психо-суб'єктивне ставлення читача до текстового блоку.

Наступною характеристикою є цілісність форми букви і змісту текстового повідомлення. При виробі шрифту слід враховувати його предметне та експресивне значення. За допомогою яких передаються як символічні позначення об'єкту, так і смислове навантаження [12, с.87].

Графічний ритм шрифту формується чергуванням пар протилежностей, що викликає ефект внутрішнього руху зображення. Він створюється зміною міжбуквенних та міжрядкових інтервалів, геометричної пропорційності букв, загальної композиції. Ритмічний шрифт викликає потрібний настрій, впливає на образність форми, гармонійність побудови композиції.

При виборі шрифтів для комбінування в плакаті слід враховувати властивості шрифтів. Є два варіанти підбору шрифтів: за схожістю, за відмінністю параметрів. Зважати потрібно на будову, контраст, динаміку, вагу та ширину шрифтів. При комбінуванні шрифтів за схожістю необхідно, щоб три з перелічених характеристик співпадали.

Створення композиції плакату базується на застосуванні принципів дизайну. До основних принципів дизайну плакату слід віднести наступні: однозначне та чітке відображення образу, лаконічність, синхронність образу, легке сприйняття текстової компоненти, систематизованість групування графічних елементів [10].

Однозначність плакатного дизайну полягає у чіткому та однозначному тлумаченні як цілісного зображуваного образу, так і окремих елементів композиції. Багатозадачність та глибина дизайну плакату є недопустимими. Тому даний принцип досягається шляхом усунення сторонніх додаткових значень, які безперечно заважають розумінню основної ідеї.

На сьогоднішній день темпи сучасного життя зростають, тому плакат повинен сприйматися спокійно навіть «на ходу». Це забезпечується лаконічністю плакатної продукції, що задовольняє ергономічні вимоги у сфері зорового сприйняття візуальних об'єктів. Це досягається використанням ємних, виразних графічних зображень, що легко та швидко зчитуються глядачем. При цьому текстова складова повинна бути ясною, читабельною, містити цікаву та коротку фразу для утримання уваги та заохочення спостерігача зупинитись і детально розглянути постер.

З метою захоплення уваги реципієнта певні елементи шрифтової композиції плакату повинні бути систематизовані так, щоб вони сприймалися у заздалегідь спланованій послідовності, змодельованій дизайнером.

Принцип синхронності забезпечує ефективність плакатної продукції. Він полягає у відповідності естетичних систем глядача та дизайнера. Для цього плакат повинен бути актуальним, відповідати уподобанням та вимогам сучасності. Таким чином, при розробці дизайну постера слід нехтувати об'єктивними вподобаннями та особистісним бажанням художника-дизайнера до самовираження. Актуальними повинні залишатися зрозумілі способи представлення певного образу для досягнення поставленої задачі для визначеної аудиторії.

1.3. Естетичні та художньо-стилістичні ознаки мотиваційних плакатів Гарвардського, Кембриджського та Каліфорнійського університетів

Аналізуючи сучасні аналоги плакатної продукції мотиваційного характеру для виявлення трендів графічного оформлення, змістовного та ідейного наповнення, застосування смислових образів, формується можливість адекватно оцінити конкуренту продукцію, порекомендувати дизайнерське рішення, що буде відповідати нинішнім вимогам у галузі графічного дизайну.

При проведенні аналізу спостережено, що для створення композиції мотиваційного плакату зазвичай використовують шрифтові композиції. Таким чином, текстовий плакат містить лише важливу для засвоєння інформацію і не перенасичується графічними зображеннями. Рідше використовують образотворчі постери для виконання мотиваційної функції. Це пояснюється їхньою можливістю розсіювати увагу, не давати зосередитися на ключових моментах.

Проведено дослідження, результати якого дали можливість визначити актуальні кольори для привернення уваги. Найчастіше застосовуються у плакатах активні яскраві кольори – червоний, оранжевий, жовтий, у поєднанні з приглушеними кольорами – синім, зеленим, блакитним та фіолетовим. Виявлено, що теплота кольору впливає на візуальне сприйняття відстані об'єкту. Так наприклад, жовтий чи червоний кольори приближають зорово предмет, тоді як синій чи зелений, навпаки, його віддаляють.

У ХХ столітті Макс Люшер експериментально підтвердив зв'язок кольору та психологічно-емоційного стану глядача, шляхом створення колірної тесту. Тест було представлено у формі книги, що містить 23 кольори. Він був заснований на гіпотезі, що досліджуваний обирає колір, який на даний момент характеризує його спрямованість на певну діяльність, емоційний та функціональний стани. Дослідження довели, що сприйняття кольору людиною будується внаслідок взаємодії з навколишнім світом та темпом і способом її життя.

Колір може спонукати на певні дії, полегшити сприйняття ідеї плакату, налаштувати позитивне ставлення до постеру. Тому важливо визначити

психологічні характеристики кольору, аби влучно його застосовувати для тих чи інших цілей.

З метою створення унікального власного контенту, що буде вирізнятися серед конкурентів, було розглянуто декілька прямих аналогів надихаючих постерів, представлених у відомих закладах освіти.

Гарвардський університет. Це приватний заклад вищої освіти у місті Кембридж, який був заснований у 1636 році.

Мотиваційні плакати Гарварду наведені на рис. 1.1 та рис. 1.3.

На рис. 1.1 наведено шрифтовий плакат, у якому акцент поставлено на текстовий блок. Це досягається поєднанням червоного та білого кольору, де активний колір відіграє роль фону.

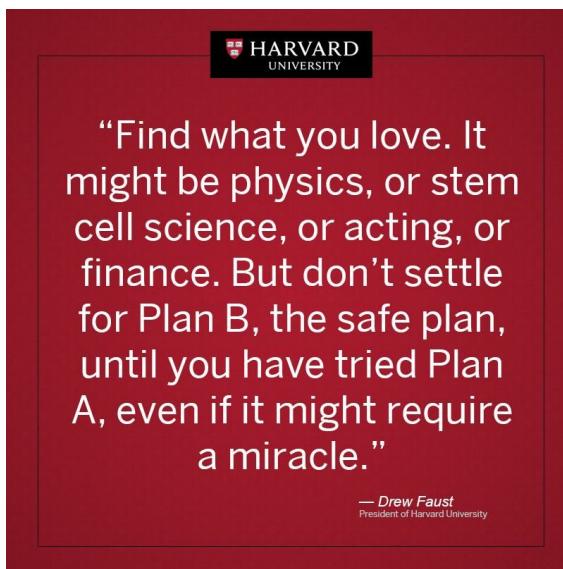


Рис. 1.1. Оформлення шрифтового плакату Гарвардського університету

Червоний колір уособлює лідерство, рішучість, порив, запальність та силу духу. Він символізує неперервний рух, тому є джерелом натхнення та енергії. Червоному кольору притаманна максимальність у вираженні почуттів, пристрасність [13].

Білий колір на червоному тлі легко зчитується. Вдалим є вибір саме білого кольору для тексту, адже він символізує чистоту та спокій. Тому залишається нейтральним і не перешкоджає суб'єктивному сприйняттю написаного. Білий колір

не формує передчасні висновки глядача, залишає йому можливість до роздумів і формування власної думки щодо сприйнятого матеріалу.

Слід зауважити, що важливим елементом композиції є лінія, що обводить текстовий блок прямокутною формою, для збільшення акценту на головному.

Логотип, наведений на рис. 1.2, складається з таких основних елементів: щит, виконаний у фірмовому стилі університету, що містить символічне зображення розгорнутих книг з латинським написом «*Veritas*»; назва університету з чітким виділенням слова «*Harvard*» шляхом збільшення його розміру. Всі елементи виконані в офіційному, лаконічному стилі.

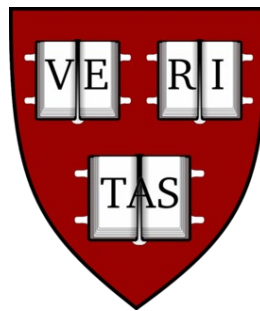


Рис. 1.2. Логотип Гарвардського університету

На рис. 1.3 наведено приклад плакату, що поєднує в собі як фотографію, так і текстові елементи.

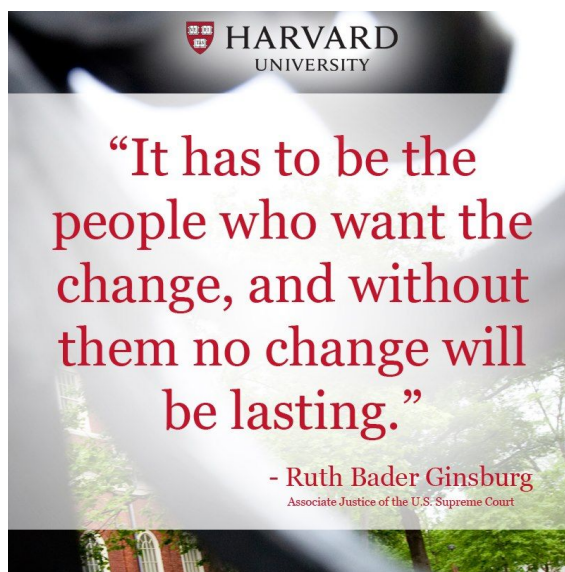


Рис. 1.3. Оформлення комбінованого плакату Гарвардського університету

Хоча текстовий блок червоного кольору добре виділяється та зчитується на білому фоні, побудова такої композиції є невдалою. Плакат має незакінчений вигляд, містить велику кількість елементів, що не дають зосередити увагу на шрифтовій композиції. Фото, що є тлом плакату, зовсім невиразне та не несе інформативності.

Кембриджський університет. Це державний науково-дослідницький університет, заснований у місті Кембридж у 1209 році.

Даний університет розробив надихаючі плакати, що прикрашають навчальні приміщення університету, а також розміщені у електронному вигляді на сайті закладу. Приклад наведено на рис. 1.4.



Рис. 1.4. Оформлення плакату Кембриджського університету

Надихаючий постер Кембриджського університету представлений у вигляді сполучення зображення університету, як фону, та мотиваційної цитати. Важливим атрибутом є логотип вищого навчального закладу, що поєднується за колірним рішенням у дану композицію. Таке компонування є влучним, адже фотографія є чіткою та виразною, одразу інформує глядача, який заклад освіти сформулював дану думку.

У даному плакаті чітко акцентована увага на зеленому та блакитному кольорах. Саме ці кольори відповідають за нетрадиційне мислення. Блакитний

символізує спокій, відчуття внутрішньої гармонії. Він формує відчуття свободи вибору, підвищуючи цим працездатність. Зелений колір активізує потенційну енергію, допомагає розслабитись, відкинути негативні думки. Він забезпечує умиротворення, допомагає реципієнту досягнути концентрації та гармонії для прийняття суб'єктивного рішення [13].

Шрифтова композиція плакату здійснена застосуванням *Arial Greek Black*, *Artegra Sans SC Medium*, *Broadway SC D*, *Cooper BT Black* та *Trebuchet Bold*. Поєднанням цих гротескних шрифтів досягається невимушений, легкий та неформальний характер матеріалу. Антиквенний шрифт, що використовується у написі назви університету, вносить формальність та чітко виділяє важливу інформацію. Такий шрифт добре виглядає при оформленні ділової інформації.

Аналізуючи логотип, як важливий елемент розпізнання університету, слід зазначити, що його кольори спрямовані викликати бажання розвиватися, пізнавати світ. Такий ефект викликаний психологією помаранчевого та жовтого кольорів.

Оранжевий – це енергійний, сонячний та яскравий колір, що збуджує психо-емоційний стан людини, стимулюючи її розумову діяльність. Крім того, цей колір викликає відчуття захищеності, тому налаштовує глядача оптимістично.

Жовтий колір підвищує рівень щастя глядача, адже він є найбільш позитивним у колірному спектрі. Він символізує комунікабельність, допитливість, відкритість [13].

Центральне місце в композиції логотипу займають чотири леви, що символізують схильність до глибоких роздумів.

Логотип Кембриджського університету наведено на рис. 1.5.



Рис. 1.5. Логотип Кембриджського університету

Каліфорнійський університет в Сан-Дієго, заснований у 1996 році – це приватний онлайн-заклад вищої освіти.

Представлений на рис. 1.6 плакат Каліфорнійського університету передає мотиваційний зміст використовуючи рукописний шрифт, що відтворює ефект напису крейдою. Для привернення уваги до ключового поняття, було виділено заголовкові літери жовтим, блакитним та помаранчевим кольорами. Це додає креативності та емоційності даній поліграфічній продукції.

Логотип університету являє собою невід’ємну частину фону плакату. Насиченість логотипу було зменшено, аби не відвертати увагу від тексту цитати.

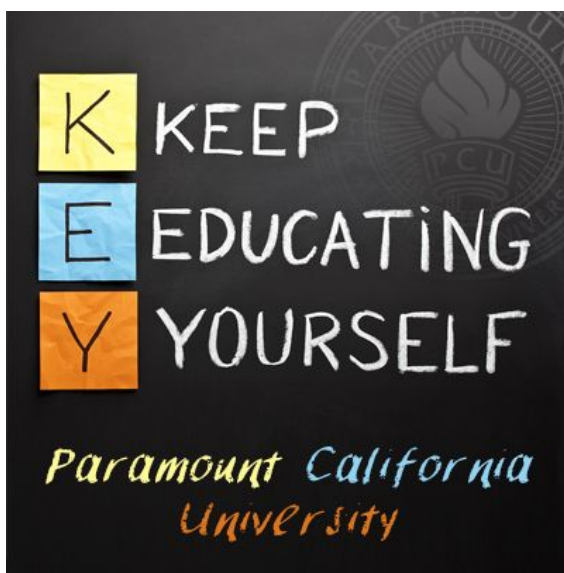


Рис. 1.6. Шрифтовий плакат Каліфорнійського університету

Плакату, зображеному на рис. 1.7, притаманні лаконічність, виразність і формальність вираження змісту. Поєднання чорного та білого є найбільш сильним та контрастним. Чорний створює відчуття влади, статності та власної гідності, тоді як білий – очищає, заряджає енергією. Компонування цих кольорів несе значення елітарності, врівноваженості, витонченості. Воно несе відчуття балансу на гармонії. Чорно-біле колірне рішення є простим, акуратним, зрозумілим та витонченим.

Важливе місце у композиції плакату займає цілісність символічного та текстового задуму. За допомогою виокремлення головної фігури – шахової

фігури короля, відбувається смислове виділення слова «лідер», що є ключовим поняттям даного мотиваційного вислову. Колірний акцент також націлений на виділення лідера, знехтування другорядними пішаками білого кольору. Для досягнення єдності стильового оформлення, логотип університету також було зображено в ахроматичних кольорах.



Рис. 1.7. Оформлення плакату Каліфорнійського університету

Логотип університету (рис. 1.8) – це комбінований логотип. У ньому чітко сприймається назва університету як у текстовому написі, так і в графічному зображенні.



Рис. 1.8. Логотип Каліфорнійського університету

Синій колір, яким виконаний логотип означає сталість та стійкість, наполегливість, відданість ділу, серйозність намірів, строгість. Факел символізує бажання бути кращим, завзятість, впертість, лідерство. Перераховані характеристики є значущими в процесі отримання знань. Таким чином, символ факелу означає освіченість.

Висновки до розділу

Спираючись на результати аналізу наявної наукової літератури визначено ключові дефініції поняття плакату. У якості робочого прийнято наведене у стандарті ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» визначення плакату: «Плакат – це вид поліграфічного видання, що подається у вигляді одного чи декількох аркушів віддрукованого текстового чи графічного матеріалу, визначеного формату, що надруковане з однієї чи обох сторін аркуша та призначене для подальшого тиражування».

Мотиваційний плакат (постер) – це різновид плакатної продукції за змістовним наповненням, що несе мотиваційний характер для заохочення реципієнта до певних дій чи формування бажаного емоційного стану.

Визначено, що до основних композиційних особливостей дизайну плакатів відносяться такі характеристики: однозначність, лаконічність, синхронність образу, читабельність текстової компоненти, систематизованість групування графічних елементів.

Аналізуючи мотиваційні плакати світових університетів за допомогою методів спостереження та порівняння було визначено художньо-естетичні ознаки плакатної продукції світових лідерів вищої освіти: Гарвардського та Кембриджського університетів, Каліфорнійського онлайн-університету.

Для Гарвардського університету характерне використання фірмового стилю, а саме червоного кольору. Дизайн плакату простий та лаконічний.

Постери Кембриджського університету поєднують як текстові, так і графічні елементи. Шрифт плакатів надає неформальності та легкості виданню.

Постери Каліфорнійського університету гармонійні та збалансовані. Вони виконані у чорно-білих кольорах, що підкреслює офіційний характер видання.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ КОМПЛЕКТУ МОТИВАЦІЙНИХ ПЛАКАТІВ

2.1. Сучасне програмне забезпечення для виготовлення плакатної продукції

Програми верстки компанії *Adobe* набули широкого застосування для розробки макетів видань. Найбільш популярною серед даних програм є *InDesign*.

Крім того, для проведення комп'ютерної верстки часто використовують такі програмні засоби: *QuarkXPress*, *Microsoft Publishe Scribus*, *Apple Pages* та інші.

Adobe InDesign являє собою професійну програму для настільного видавництва, проведення комп'ютерної верстки та макетування. Вона є складовою частиною *Adobe Creative Suite*.

Програмний пакет *Adobe InDesign* задовольняє точне управління типографікою, вбудованими інструментами для розробки дизайну файлів та підготовки їх до друку чи публікації в Інтернеті. Особливістю програми є можливість додавати інтерактивні елементи та мультимедійний контент в макети.

Scribus – це багатоплатформенна програма з відкритим кодом для видавничої діяльності. Програма застосовується на умовах ліцензії вільного програмного забезпечення. *Scribus* використовується при макетуванні поліграфічної продукції, що потребує значних процесів обробки зображення та оперування шрифтами.

Scribus якісно розробляє макети сторінок, підготовлює їх до друку, створює *PDF*-документи і форми. Програма підтримує базовий набір шрифтів форматів *TrueType*, *OpenType* і *Type 1*, сукупність графічних файлів, профіль *ICC*, колірні моделі *RGB* та *СМУК* [14].

Кафедра КММТ				НАУ 21 06 38 000 ПЗ			
Виконала	Гуменюк Б.С.			Аналіз програмного забезпечення процесу виготовлення комплексу мотиваційних плакатів	Літера	Аркуш	Аркушів
Керівник	Лобода С.М.				Д	32	73
					ВП-415 186		
Н-контроль	Гальченко С.М.						
Зав. каф.	Лобода С.М.						

QuarkXPress, як професійна програма верстки, є лідером серед програмного забезпечення для розробки макетів поліграфічної продукції. Вона призначена для комп'ютерів з операційною системою *Windows* і *Macintosh*.

QuarkXPress наділена сучасним інтерфейсом, тому у програмі можна інтуїтивно розібратися з панеллю управління. Ця видавнича система містить варіативний набір *Flash*-інструментів для редагування текстових та графічних компонентів, управління кольором та його характеристиками, розробки *web*-сторінки, керування графічними фільтрами та ефектами. Важливою характеристикою програми є здатність імпортування файлів з програм пакету *Adobe*, а саме з *Illustrator* та *Photoshop*. Програмі верстки притаманна підтримка *Unicode* та *OpenType*, технології *Composition Zones*. *QuarkXPress* пропонує можливість перенесення файлів з *Microsoft Excel* та *PDF* [14].

Adobe Page Maker є однією із найчастіше вживаних програм настільної верстки для проведення додрукарських процесів обробки видання. За допомогою вбудованих можливостей програми та використання готових текстових та графічних матеріалів, можна легко макетувати видання різної складності.

Програмне забезпечення *Adobe Page Maker* є зручним у використанні навіть для пересічного користувача. Це пояснюється наявністю зручного і доступного робочого інтерфейсу. Зрозумілий текстовий редактор сприяє роботі з текстом в окремому вікні програми. Там можливе налаштування кольору, розміру, трекінгу та кернінгу, міжрядкових інтервалів, аби поліпшення його сприйняття без внесення корективів вже існуючим атрибутам тексту. Крім того, програма дозволяє створювати значну кількість шарів, формуючи при цьому кілька документів в одному. Це дає змогу занотовувати важливі робочі моменти, пришвидшити друкування, розміщувати елементи графіки на іншому шарі.

Page Maker імпортує: таблиці *Excel* та тексти *HTML*, такі формати як *DXF*, *AutoCAD*, *Corel Draw* та інші. Програма є сумісною з іншими програмами додрукарської підготовки видань – *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop*, *Corel Draw* та *Microsoft Word* [14].

Для роботи над зображеннями застосовують такі програми обробки: *CorelDraw*, *Adobe Illustrator* та *Adobe Photoshop*.

CorelDraw – це графічний редактор векторної графіки, що був заснований канадською компанією *Corel*. Він простий у використанні, має зручний універсальний інтерфейс. Дана програма володіє засобами створення та редагування графічних об'єктів. Одержувані зображення мають високу якість та точність. Засобами *CorelDraw* можна одержувати прості силуетні малюнки, ілюстрації з великою кількістю ефектів.

Крім того, незважаючи на те, що *CorelDraw* – це програма обробки векторних об'єктів, вона також має потужні засоби обробки растрових зображень.

CorelDraw також має ряд програмних інструментів для роботи з текстовим матеріалом. У редакторі є можливість створення ілюстрацій з текстовим супроводом. Це пояснюється наявністю в програмі різних типів форматування тексту як фігурного, так і звичайного тексту у вигляді об'єкту. Над фігурним текстом можна виконувати операції, характерні векторним елементам [14].

Adobe Illustrator – програма компанії *Adobe*, призначена для створення та коригування векторної графіки. Інтерфейс програми не складний, не відволікає від роботи заплутаним зовнішнім виглядом.

Графічний пакет оперує професійними функціями та інструментами для реалізації векторної графіки для друку, використання у відео та *web*-пристроях.

Adobe Photoshop являє собою програму *Adobe Creative Suite*, націлену на редагування графічних зображень. Редактор проводить коригування фотографій та ілюстрацій. Використовуючи засоби програми можна змінити колір знімка, його фон, застосувати безліч ефектів, покращити якість зображення.

2.2. Обладнання і витратні матеріали для виготовлення плакатної продукції

Комплект мотиваційних плакатів можна друкувати трьома способами друку: офсетним, цифровим та широкоформатним.

Офсетний спосіб друку здійснює якісний повноколірний друк брошур, етикеток, бланків, календарів та буклетів великого тиражу. Офсетом можна також друкувати плакатну продукцію формату А1 та А0, тираж якої становить не менше 500 екземплярів. Це пояснюється високою вартістю процесу підготовки та налагодження устаткування. Перевагою цього способу є можливість друкування на будь-яких типах паперу із забезпеченням високої якості. Продукція, виготовлена офсетом, стійка до вологи та зовнішніх чинників, включаючи УФ-випромінювання [15].

Технологія цифрового друку раціональна для друкування продукції малих тиражів (до 500 примірників). Вона характеризується здатністю використовувати змінні друковані форми, тому можливе внесення змін до текстового чи графічного блоку після проведення друку кожного примірника. Цифровий друк є оперативним, адже за невеликий час можливе друкування тиражу, шляхом безпосереднього переносу інформації з комп'ютера на папір. Друк проводиться тонером, а не фарбою. Крім того, такий спосіб є доцільним при друці плакатної продукції форматом не більше, ніж А3.

Широкоформатний друк призначений для тиражування великоформатної аркушевої продукції для внутрішнього й зовнішнього застосування. Дані на папір наносяться сольвентними фарбами, які є досить стійкими до дії УФ-променів. Друк проводиться на банерній сітці, тканинних полотнах, папері різної щільності, плівках *Oracal* та вінілі [15].

Для друку продукції було обрано широкоформатний спосіб друку, адже він є найбільш оптимальним. Вибір пояснюється великим форматом плакату, оперативністю виконання друку. Широкоформатний спосіб друку є економічно вигідним та раціональним для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів.

Вибір друкарського обладнання. Для проведення друку комплекту плакатів було розглянуто три варіанти широкоформатних друкарських машин [16]. Технічні характеристики кожної з машини було занесено до табл. 2.1.

Порівняльна характеристика широкоформатних друкарських машин

Параметр	<i>HP Scitex XLjet Premium 3+</i>	<i>MUTOH Valuejet 1638</i>	<i>EPSON Stylus Pro 9900</i>
Технологія	сольвентний друк рулонний (СМУК)	екосольвентний друк рулонний (СМУК)	пігментний друк (11 кольорів)
Формат матеріалу, ширина рулону	до 3,2 м	до 1,6 м	до 1,12 м
Продуктивність	100 м ² / год	20 м ² / год	10 м ² / год
Матеріали	<i>blueback</i> папір, сіті папір, банер, сітка, самоклеїтка, скроллерні папери	самоклеїтка, плакатні папери, банер, сітка з підкладкою	фотопапір, полотно, самоклеюча і бекліт плівка
Виготовлення	беклайти, скроли, постери, наліпки, плакати та афіші, банери, білборди, брендмауери	плакати/афіші, банери, сітілайти, постери	плакати/афіші, постери, наліпки

Аналізуючи обладнання, було вибрано машину *MUTOH Valuejet 1638* (рис. 2.1), адже вона має найбільш раціональні та підходящі характеристики для друку макету комплекту мотиваційних плакатів [17].



Рис. 2.1. Друкарська машина *MUTOH Valuejet 1638*

Детальні характеристики широкоформатної друкарської машини *MUTOH Valuejet 1638* наведено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Характеристики друкарської машини *MUTOH Valuejet 1638*

Характеристика	Значення
Виробник	<i>Mutoh (Japan)</i>
Ширина друку	64 дюйми
Максимальна ширина рулону	64 дюйми
Технологія друку	струменева
Тип друку	кольоровий
Тип чорнила	екосольвентний
Колірність	4
Дозвіл друку, <i>dpi</i>	1440×1440
Друкуюча головка	2× <i>Epson MicroPiezo TFP</i>
Конфігурація дюз	180×8
Швидкість друку	до 94 м ² / год

Для післядрукарської обробки плакатів було використано ламінувальну машину *YDFM 720* (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Ламінатор *YDFM 720*

Ламінатори серії *YDFM* призначені для оперативного одностороннього ламінування як листових, так і рулонних матеріалів з можливістю бічного підрізування плівки. Машина оснащена гідравлічною системою притиску валів. Характеризується рівномірним тиском, високою швидкістю ламінування з автоматичним регулюванням швидкості і температури [18].

Технічні характеристики ламінувальної машини *YDFM 720* наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Характеристики ламінувальної машини *YDFM 720*

Характеристика	Значення
Формат ламінації	620 мм
Швидкість	до 40 м / хв,
Самонаклад, сепаратор	немає
Холодне ламінування	так
Температура	60-140°
Діаметр нагрівального валу	220 мм
Потужність нагрівача	4 кВт
Потужність мотора	0,55 кВт
Напруга	380 В
Габарити	1900×1300×1600 мм
Вага	400 кг

Після друку плакатів виконується їх ламінація в глянцева плівку для забезпечення захисту та надання додаткового глянцевого ефекту виготовленій продукції.

Для порізки продукції було обрано ножову різальну машину *Polar N 137* (рис. 2.3). Високошвидкісні різальні машини *Polar* прості в управлінні, забезпечують налаштування *OptiKnife* для зміни ножів. Машина швидко переналагоджується в разі необхідності, має високу ефективність. *Polar N 137* оснащена поворотним грейфером *Autoturn*, що у поєднанні з пристроєм *Autotrim*, забезпечує автоматизацію процесу різання.



Рис. 2.3. Ножова різальна машина *Polar N 137*

Матеріали для друку плакатів. Найбільш часто вживаними матеріалами для друку плакатів є папір, банерне полотно, тканина (блекаут, бекліт, фронтліт), пластик, самоклеюча вінілова плівка, поліестерові сітки [19].

Аркушеве видання, надруковане на банерній тканині, зазвичай довговічне та може експлуатуватися до трьох років. Цей матеріал застосовується для друку тентів для автотранспорту, рекламних носіїв та навісів, декорування вуличних двосторонніх плакатів, крамниць, виставок та спортивних комплексів.

Тканина *FrontLit*, що використовується при широкоформатному друці, являє собою міцний матеріал зі спеціальним покриттям. Він гарантує високоякісний друк, не закручується по краях при експлуатації.

Тканинний матеріал *BlockOut* здатен блокувати світло при оформленні зовнішньої реклами та повноколірного широкоформатного друку. Йому характерне двостороннє нанесення зображення [19].

Паперова поліграфічна продукція, надрукована широкоформатним способом друку, призначена для застосування всередині приміщення, адже за його межами термін служби видань на основі паперу становить не більше одного місяця. Для фотографічних зображень рекомендується використовувати глясовий фотопапір, для друку графіків та схем – матовий. Важливим є те, що текстові матеріали добре друкуються на папері невеликої щільності з подальшим його ламінуванням.

Основна характеристика фотопаперу – багат шаровість синтетичного покриття, яка вбирає чорнило в поверхневий шар паперу. При мінімальному поглинанні чорнила і високому ступені білизни паперу зображення набуває контрастності і насиченості.

Самоклеючий папір використовується при виготовленні наклейок, постерів та планшетів для їх розміщення всередині приміщення. Така продукція не підлягає подальшому демонтажу.

Естетично привабливим є застосування акварельного паперу з фактурною поверхнею для виготовлення репродукцій. Такий матеріал ідеально передає графіку створену аквареллю та олівцем.

Самоклеюча плівка придатна для друку продукції, що буде розміщена на транспорті. Термін використання сягає одного року. Ця продукція містить тонкий клейовий шар, що легко знімається, тому плівка не залишає слідів після її демонтажу.

Комплект мотиваційних плакатів призначений для студентів Факультету міжнародних відносин. Цим обумовлюється його розміщення. Плакати будуть створювати декор внутрішнього приміщення факультету. Саме тому, в якості матеріалу для друку комплекту плакатів було обрано рулон паперу фірми *Epson*, щільністю 180 г/м², формату В1. Товщина паперу становить 180 мкм.

Epson Production Poly Textile Light формату В1 – це широкоформатний фотопапір, що застосовується для друку на струменевих плотерах і широкоформатних друкарських машинах. Матеріал відповідає формату В1. Це дозволяє його використовувати при друці постерів, банерів, вивісок, виставкових панелей та іншої продукції, призначеної для застосування всередині приміщення та за його межами. Фотопапір характеризується м'якістю, гнучкістю, стійкістю до зміни форми. Матеріал може задруковуватися водорозчинними чи пігментними фарбами. Папір виготовлений на основі тканини з поліестеру.

Особливість паперу *Epson Production Poly Textile* формату В1 полягає у вогнестійкості. Тому папір служить до 5 років, якщо використовувати його як елемент інтер'єру приміщення, 1 рік при експлуатації в зовнішніх умовах.

Можливе зниження вогнестійкості паперу, якщо відбулося попадання води на носій. Матеріал поставляється в рулоні шириною 1067 мм, в якому довжина паперу становить 50 м.

Характеристики паперу для широкоформатного друку *Epson Production Poly Textile Light* наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Характеристика паперу *Epson Production Poly Textile Light*

Тип	папір для широкоформатного друку
Модель	<i>Epson Production Poly Textile Light</i>
Колір паперу	білий
Формат	B1
Довжина рулону	50 мм
Ширина рулону	1067 мм
Внутрішній діаметр	50,8 мм
Щільність	180 г/м ²
Товщина	180 мкм
Покриття	матове
Друк	струменевий

Широкоформатний друк проводиться на основі сольвентних, водяних, масляних та екосольвентних чорнил. Для інтер'єрного друку високої якості застосовують водяні чорнила. Вони є нестійкими до зовнішніх умов та УФ-променів. Крім того таке чорнило досить вартісне.

Для зовнішнього оформлення найчастіше використовують сольвентні фарби. Вони забезпечують довготривалість життя продукції та стійкість від стирання, захищають її від вигорання, деформації під дією води чи погодних умов.

Так як для друку розробленого макету комплекту мотиваційних плакатів було застосовано друкарську машину *MUTOH Valuejet 1638*, відповідно друк проводився з використанням екосольвентного чорнила.

Відповідно до обраної друкарської машини *MUTOH Valuejet 1638* було застосовано екосольвентне чорнило *Ink-Mate* (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Екосольвентне чорнило *Ink-Mate*

Дане чорнило можливе для застосування у машинах фірми *Roland*, *Mutoh* та *Mimaki*. Воно виготовлено стійким до впливу зовнішнього середовища. Друк цим чорнилом здійснюється з високою роздільною здатністю. Отримані кольори насичені і мають високу фотографічну якість. Екосольвентне чорнило екологічне та не має різкого запаху. Тому знайшло своє застосування при розробці продукції для інтер'єрного дизайну та внутрішньої реклами. Чорнило постачається об'ємом 1 літр.

2.3. Обґрунтування вибору програмного забезпечення для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів

Для ефективної розробки макету комплекту мотиваційних плакатів було застосовано програми пакету *Adobe*, а саме *Photoshop*, *Illustrator* та *InDesign*. Вибір цих програм обґрунтовується їх доступністю, професійністю програмних засобів обробки, зрозумілою навігацією та зручністю експлуатації.

Для редагування цифрових зображень відомих людей було застосовано засоби програми *Adobe Photoshop*. Її основні можливості бути задіяні при виконанні редагування якості зображень, проведення їх обрізки, зміни кольору фону, перетворення кольорових зображень у чорно-білі.

Вбудовані інструменти корегування дають можливість редагувати тон та насиченість графічного зображення, обтинати його, накладати фільтри, змінювати перспективу. У *Photoshop* можливе усунення дефектів зображення, проведення ретуші. Крім того, програма забезпечує монтаж фотозображень та ілюстрацій, елементів в колажі. За допомогою даного програмного забезпечення проводиться створення складних графічних елементів дизайну для поліграфічної продукції та сайтів. Застосування *Adobe Photoshop* наведено на рис. 2.5.

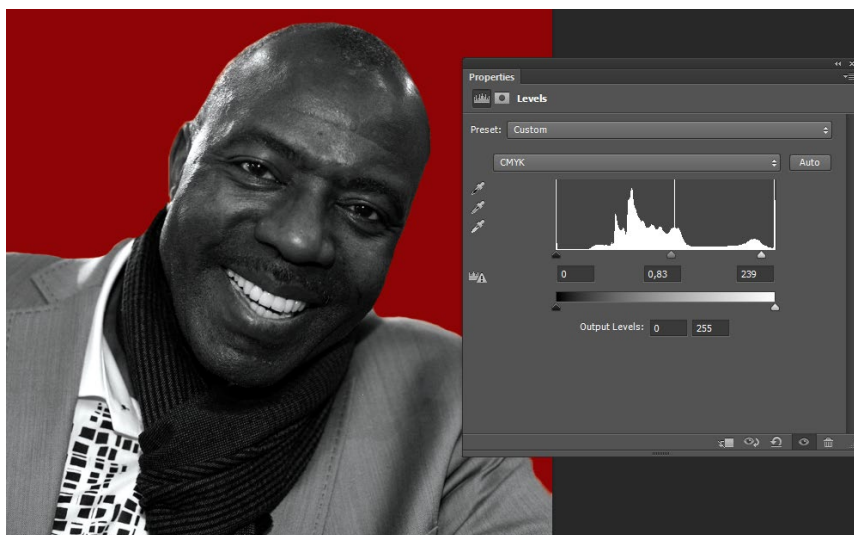


Рис. 2.5. Зміна рівнів яскравості та контрастності зображення

Таким чином, *Adobe Photoshop* був використаний при розробці власного макету для обробки медіа файлів, аби досягнути кращого їх сприйняття, надати зображенням гармонійності і балансу.

Для роботи з векторними об'єктами було застосовано можливості програмного забезпечення *Adobe Illustrator*. З його допомогою було розроблено шрифтову композицію, перетворено її у криві для подальшого імпортування у програму *Adobe InDesign* у вигляді векторної графіки. Застосування *Adobe Illustrator* наведено на рис. 2.6.

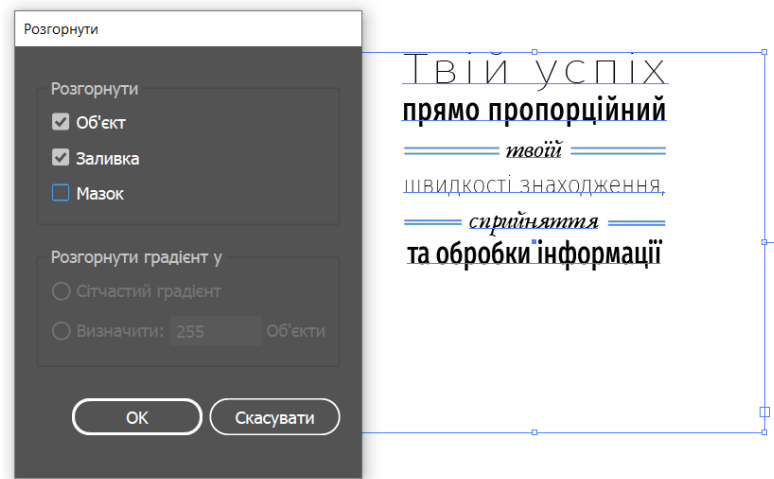


Рис. 2.6. Переведення шрифтової композиції у криві

Adobe Illustrator пропонує широкі можливості по редагуванню тексту, створення логотипів та ілюстрацій з геометричних фігур. При роботі з текстом, програма забезпечує застосування різних ефектів, використання ряду шрифтів, стилів, редагування та форматування як слова, так і конкретного символу. Інструменти для роботи над графічними елементами включають традиційні засоби малювання, переміщення, зміни розміру і трансформування елементів. *Adobe Illustrator* дозволяє застосування різних типів градієнту – по довжині, ширині чи всередині обведення, забезпечуючи при цьому контроль над розташуванням і прозорістю градієнтної заливки.

Важливою характеристикою програми є якісне трасування зображення, що полягає у конвертації растрових фотозображень та графічної інформації у векторні криві.

Компанія *Adobe* реалізувала єдине середовище, що цілісно поєднує всі її програми. Тому після редагування вихідного зображення в *Illustrator*, можливий його імпорт в *Photoshop*, *Flash* чи *InDesign*. Таким чином, користувач не зобов'язаний конвертувати створені файли, економлячи при цьому час і якість файлів.

Для компонування усіх раніше створених елементів дизайну та розробки остаточного макету комплекту мотиваційних плакатів було використано професійну програму настільної верстки і макетування *Adobe InDesign*. В даній

програмі проведено налаштування *Layout*, відступів, сітки, стилів. В арсеналі програми є функції створення візуальних спецефектів, застосування шрифтів *OpenType*, проведення компоновання тексту, придатного для всіх носіїв, із професійною підготовкою стилів, обтікання тексту, його прозорості. Застосування *Adobe InDesign* наведено на рис. 2.7.

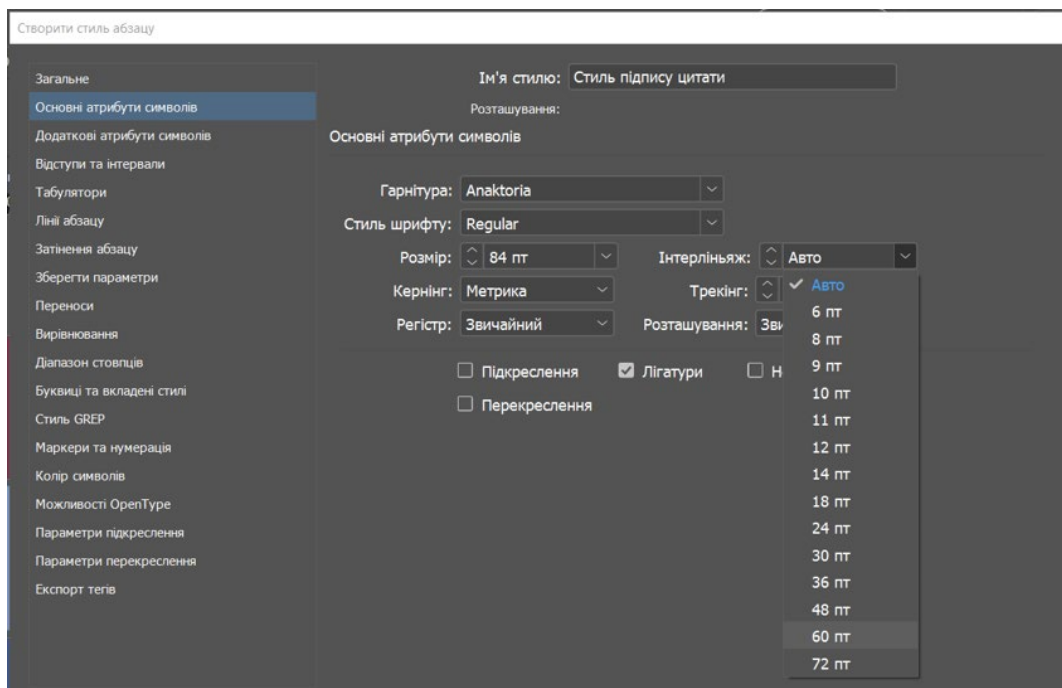


Рис. 2.7. Налаштування стилю абзацу в *Adobe InDesign*

Adobe InDesign забезпечує підготовку готового макету до друку, експорт інтерактивних *PDF*-файлів з підтримкою медіа, *SWF*-документів з інтерактивним контентом, що відтворюється *Adobe Flash Player*.

Висновки до розділу

За допомогою методу порівняльного аналізу проведено порівняння програмних забезпечень для реалізації плакатів. До основних програм, що застосовуються при розробці макету комплекту плакатів належать: програми пакету *Adobe (InDesign, Photoshop, Illustrator)*, *QuarkXPress*, *Microsoft Publisher*, *Scribus* та *Apple Pages*.

Для створення оригінал-макетів комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин використано наступне програмне забезпечення: *Adobe InDesign*, *Adobe Photoshop*, *Adobe Illustrator*. Вибір ґрунтується на професійних можливостях програм при роботі з графікою та текстом, легкому користувацькому інтерфейсі.

Adobe InDesign застосовано при проведенні макетування плакатів для взаємного компоновання об'єктів майбутнього видання з урахуванням масштабу, пропорційності, балансу та кольору. У даній програмі проводилася верстка видання та підготовка його до друку. *Adobe Photoshop*, як програмне середовище для роботи з растровою графікою, використано при проведенні корегування зображень відомих особистостей НАУ. Можливості програми *Adobe Illustrator* застосовано для розробки шрифтових композицій та переведення їх у криві.

Проаналізовано три основні способи друку аркушевих видань: офсетний, цифровий та широкоформатний. Визначено їхні характеристики. Це спонукало вибрати широкоформатний вид друку як спосіб тиражування розроблених плакатів.

Обґрунтовано вибір ергономічно-вигідного обладнання для проведення друку та післядрукарських операцій: друкарську машину *MUTOH Valuejet 1638*, ламінатор *YDFM 720*, ножову різальну машину *Polar N 137*. Для проведення друку обрано папір *Epson Production Poly Textile* формату B1 та екосольвентне чорнило *Ink-Mate*.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМПЛЕКТУ МОТИВАЦІЙНИХ ПЛАКАТІВ ДЛЯ ФАКУЛЬТЕТУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

3.1. Розробка концепції комплекту мотиваційних плакатів

Комплект мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин складається з 24 плакатів формату В1 з ламінуванням, надрукованих широкоформатним друком. Тираж друкованої продукції становить 1 екземпляр комплекту.

Виконуючи редакторський аналіз початкової інформації було сформульовано вимоги до майбутнього поліграфічного видання та визначено його концепцію.

Комплект плакатів мотиваційного характеру призначений для розміщення в навчальних приміщеннях Факультету міжнародних відношень. Плакати спрямовані надихати студентів факультету, підвищувати їхню умотивованість до навчання, спонукати їх розвивати свої творчі здібності та проявляти креативність. Крім того, вони несуть оздоблювальний характер. Вони не тільки стимулюють творчу і розумову діяльність студентів, а й прикрашають простір привабливим дизайном.

Це досягається поєднанням яскравих кольорів, які легко привертають увагу молоді.

При початковому створенні комплекту плакатів було використано кольори, базуючись на колірному рішенні мотиваційних плакатів Гарвардського університету. Таким чином, як основні було застосовано червоний та блакитний кольори (рис. 3.1).

Кафедра КММТ				НАУ 21 06 38 000 ПЗ			
Виконала	Гуменюк Б.С.			Практична реалізація комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин	Літера	Аркуш	Аркушів
Керівник	Лобода С.М.				Д	47	73
					ВП-415 186		
Н-контроль	Гальченко С.М.						
Зав. каф.	Лобода С.М.						

Червоний колір символізує могутність та силу, він завжди отримує бажане. Він спонукає до відкритості та активності. Він гарантує високу працездатність, прагнення досягти успіху, отримати відмінний результат, заслужити похвалу. Це колір наполегливості, старанності та егоїзму. Він загострює відчуття та підштовхує до ризику, імпульсивності дій. Цей колір підсилює лідерські якості, гарантує упевненість в завтрашньому дні. Завдяки червоному кольору легше переносяться неприємності. Йому притаманна схильність до демонстративності. Він відтворює жагу до життя та дружелюбність. Тому даний колір легко захоплює увагу молоді, фіксуючи їх погляди на важливому елементі постеру. Завдяки використанню червоного кольору досягається підсилення уваги до деталей [13].

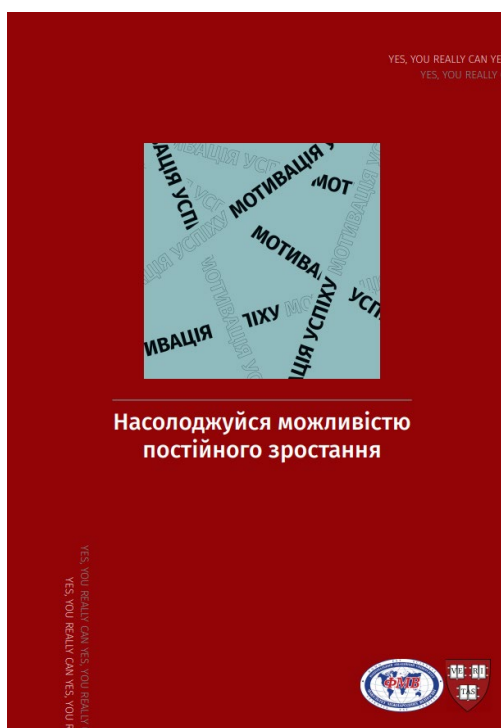


Рис. 3.1. Розроблений плакат у червоному та блакитному кольорах

Блакитний стимулює мислення, підвищує продуктивність. Цей колір репрезентує наполегливість та самовіддачу. Вважається, що блакитний – колір інтуїції, емоційного і духовного розвитку. Він допомагає зберігати ясність думок при вирішенні проблем та усунути відчуття страху. Це колір істини та чесності. Йому притаманна легка пасивність та сором'язливість.

Поєднанням цих кольорів досягається стимулювання діяльності нервової системи, підвищується концентрація уваги студентів на основній ідеї плакатів, збільшується їх прагнення до саморозвитку.

Як кінцевий варіант, було застосовано поєднання фіолетового та синього кольорів (рис. 3.2). Такий вибір базується на вподобаннях замовника комплексу плакатів. Фіолетовий – це колір фірмового стилю факультету. Він символізує мудрість та розум, успіх у виконанні всіх справ. Проте, цей колір також наділений зарозумілістю. Як поєднання активного червоного та спокійного синього, фіолетовий одночасно може бути як пристрасним, так і слабким. Цим пояснюється його здатність підсилювати творчі здібності та креативність, наповнювати енергією натхнення. Це колір самовираження, самоаналізу та самозаглиблення. Він пов'язаний з духовністю та свідомістю. Цей колір репрезентує гідність, відчуття цінності та вартості, ефективності та винахідливості [13].

Синій – колір чистоти та порядку. Він викликає довіру та відчуття безпеки. Це неагресивний колір, який несе заспокійливий ефект. Синій пов'язаний з самовираженням, умиротвореністю та пошуком себе як особистості. Це колір самовідданості і поваги до інших.



Рис. 3.2. Розроблений плакат у фіолетовому та синьому кольорах

Дизайн плакатів виконано у мінімалістичному стилі. Йому притаманна легкість сприйняття, лаконічність та стриманість. Увагу глядачів привертає шрифтова композиція та власне цитата мотиваційного характеру. Завдяки мінімізації агресивних компонентів, які перетягують на себе увагу, виконується найважливіша функція плакату – інформативність. Так як у постерах майже відсутні графічні елементи, погляд реципієнта одразу ж зупиниться на лозунгу, що забезпечує запам'ятовуваність цитати з подальшим розмисленням над її суттю.

Важливим елементом плакатів є логотипи Факультету міжнародних відносин та Гарвардського університету, як засіб ідентифікації.

Для представлення найважливішої компоненти мотиваційного плакату у вигляді цитати було застосовано поєднання шрифтів: *Fira Sans ExtraLight*, *Anaktoria*, *Fira Sans Medium*.

Шрифт *Anaktoria* дуже елегантний, не містить зайвих деталей. Він ніби виведений аквареллю. Завдяки своєму витонченому та м'якому характеру, шрифт підійде для оформлення будь-якого видання. Вишуканий шрифт *Fira Sans Light* дуже гармонійно доповнює *Anaktoria*. Цей шрифт витриманий, презентабельний та лаконічний, тому він підійде як для оформлення офіційних документів, так і художніх видань.

Anaktoria (рис. 3.3) – декоративний шрифт із зарубками. Гліфи шрифту спрямовані як зліва направо, так і нейтрально. Він надає легкості та вишуканості тексту. Незважаючи на нерівномірність геометричних форм, шрифт сприймається легко.

абвгдежзіїйклмнопрстуфхццчшщьюя АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
1234567890...,'"/<=>+*^_`{ } | ~ ¡ ¢ £ ¤ ¥ ¦ § ¨ © ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ´ µ ¶ · ¸ ¹ º » ¼ ½ ¾

12 Добрі вісті не лежать на місці. 1234567890

18 Добрі вісті не лежать на місці. 1234567890

24 Добрі вісті не лежать на місці. 1234567890

36 Добрі вісті не лежать на місці. 1234567890

48 Добрі вісті не лежать на місці. 1234567890

60 Добрі вісті не лежать на місці. 1234567890

72 Добрі вісті не лежать на місці. 12345

Рис. 3.3. Представлення шрифту *Anaktoria*

Fira Sans (рис. 3.4) – гуманістичний гротеск без зарубок, розроблений на основі гарнітури *FF Meta*. Букви шрифту мають правильну геометричну форму, що полегшує швидкість читання.

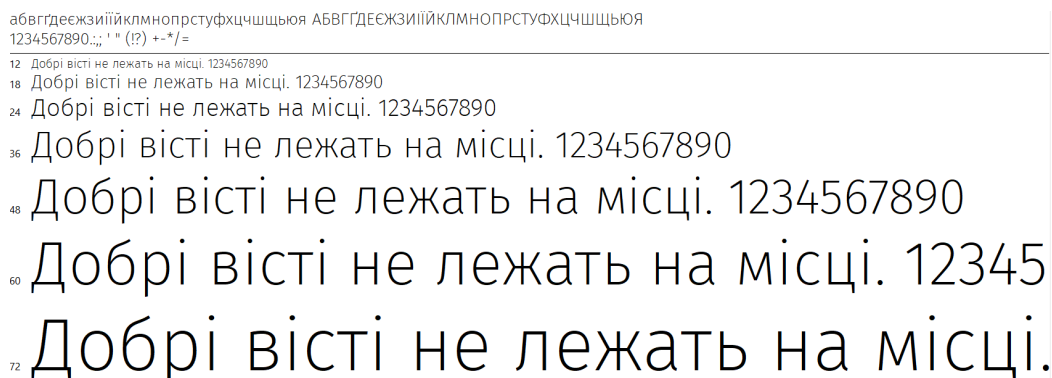


Рис. 3.4. Представлення шрифту *Fira Sans ExtraLight*

Розміром видання називається розмір після обрізки сторінки. Для плакату було обрано формат В1, розміри якого становлять 70,7×100 см. Даний формат є ергономічно обґрунтованим, адже інформація буде сприйматися легко та чітко з будь-якої відстані.

3.2. Розробка макету комплекту мотиваційних плакатів

Дизайн являє собою формування загальної концепції видання, вибір шрифтового оформлення та ілюстрацій, визначення колірної рішення із урахуванням цільової аудиторії продукту.

Макет видання – це набір правил, згідно з якими проводиться розташування елементів оформлення сторінки: рядки та стовпці, текстові та графічні блоки, колонтитули, колірне рішення, розділові лінії.

Макетування – процес взаємного компоновання об’єктів макету з урахуванням масштабу, форми, пропорційності, балансу, кольору та інших чинників, які визначають візуальне сприйняття.

Версткою називається процес формування сторінок майбутнього видання. Він проводиться шляхом розміщення текстових та ілюстративних складових.

Верстка впливає на зовнішній вигляд продукції. Вона проводиться за принципами контрастування, пропорційності та зорової ілюзії.

За допомогою програмного забезпечення *Adobe InDesign* розроблено оригінал-макет мотиваційних плакатів для студентів Факультету міжнародних відносин. Для створення власного унікального стилю видання проведено аналіз аркушевих ізографічних видань (плакатів).

У графічному редакторі *Adobe InDesign* створено новий документ, розміром 70×100 см та випуском на обріз 5 см (рис. 3.5).

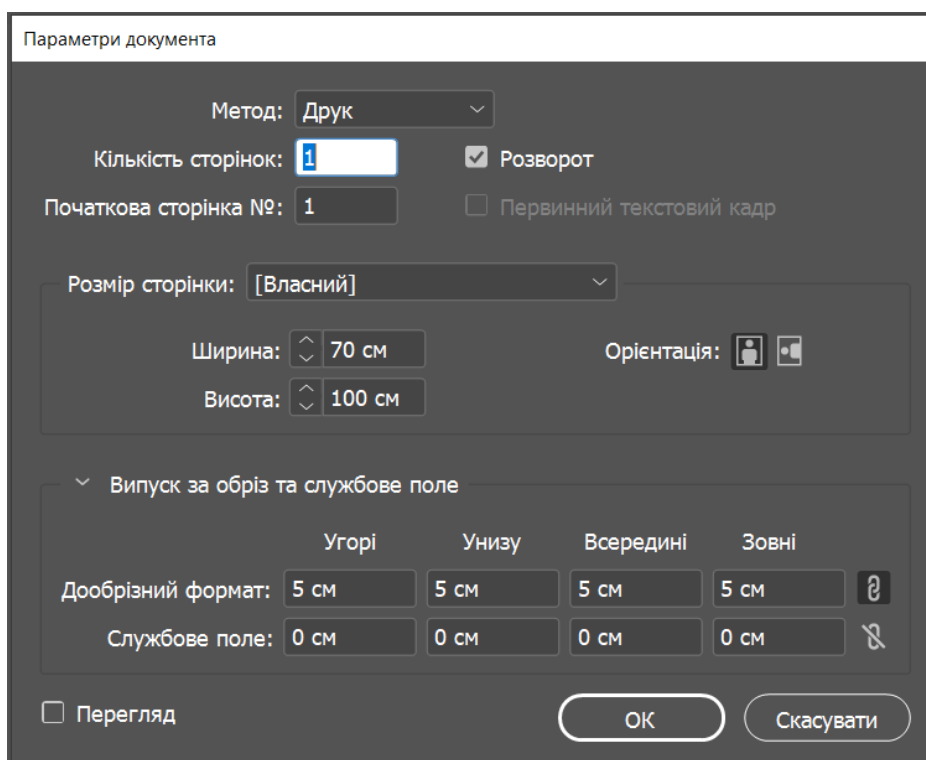


Рис. 3.5. Розмір майбутнього плакату

Розроблено модульну сітку для подальшого розміщення текстових та графічних елементів на макеті (рис. 3.6).

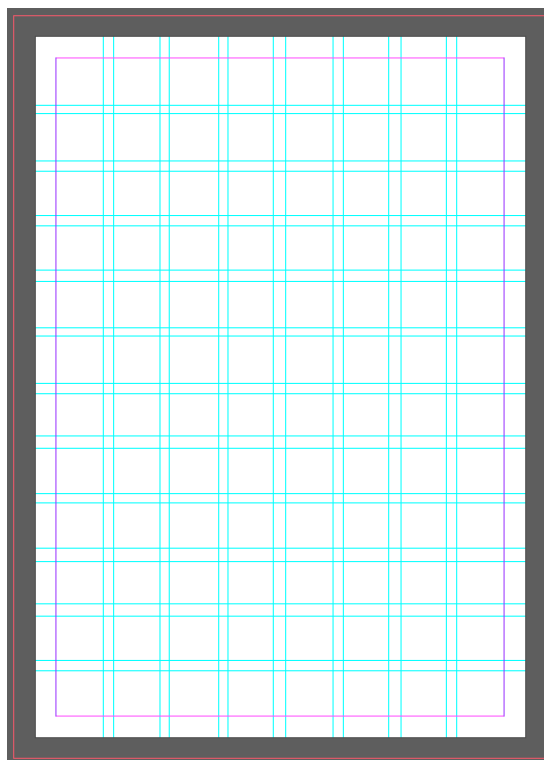


Рис. 3.6. Розроблена модульна сітка

Вибір кольорів постерів узгоджено із замовником, для дотримання стилю факультету. Колірний простір документу – *СМУК*. Для створення головного плакату створено золотий градієнт для тексту (рис. 3.7).

C=32 M=81 Y=42 K=32 C=45 M=29 Y=0 K=0 C=82 M=67 Y=14 K=2



Рис. 3.7. Колірне рішення

Використовуючи інструмент «Текст» проведено формування текстових блоків з використанням таких шрифтів: *Fira Sans ExtraLight*, *Anaktoria*, *Fira Sans Medium*. Додано логотипи Факультету міжнародних відносин та Гарварду. Результат наведено на рис. 3.8.

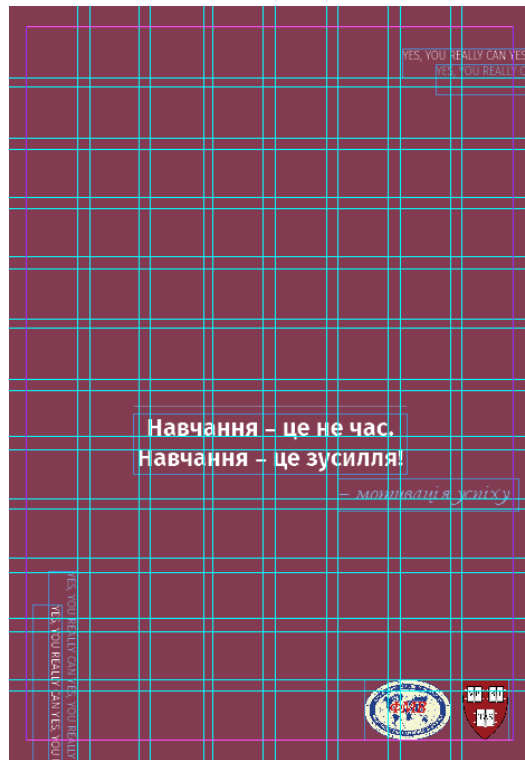


Рис. 3.8. Формування текстових елементів

Важливим елементом плакату є шрифтова композиція, що відображає головний лозунг – «Мотивація успіху» та «*Yes you can*». Для її розробки застосовано графічний редактор *Adobe Illustrator*. У ньому було проведено налаштування як цілих слів, так і окремих символів. Виставлено шрифт та кегль для кожного слова фрази, міжрядкові інтервали. Процес розробки шрифтової композиції наведено на рис. 3.9.

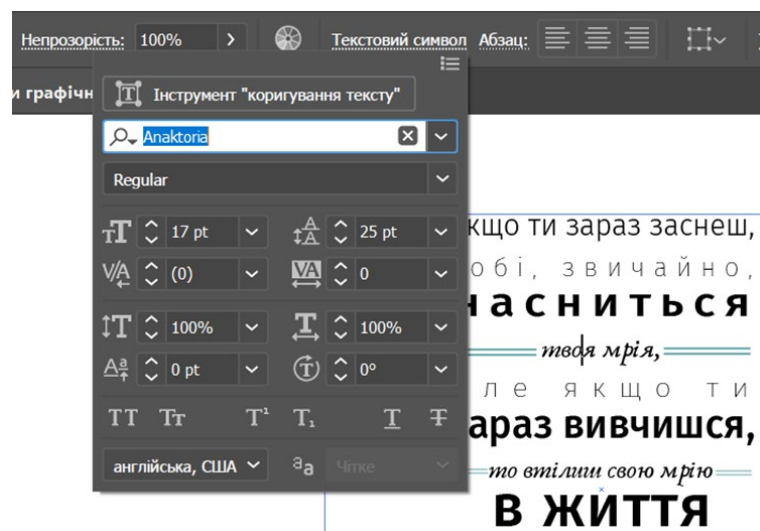


Рис. 3.9. Робота зі створення шрифтової композиції

Розроблено варіанти оформлення слогану плакатів. Процес розробки одного з них наведено на рис. 3.10. Виставлено розміри квадрату, в якому розміщується лозунг, підбрано шрифт та його розташування в межах даного квадрату. Створене графічне представлення слогану переведено у векторний смарт-об'єкт.

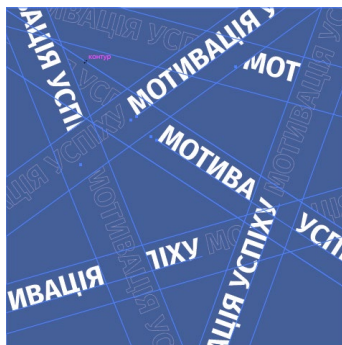


Рис. 3.10. Розробка слогану плакату

На створений шаблон плакату з сіткою та розміщеною на ній текстовою інформацією, було додано попередньо створену шрифтову композицію. Проведено її експортування з *Adobe Illustrator* (рис. 3.11). Кінцевий зовнішній вигляд розробленого видання наведено на рис. 3.12.

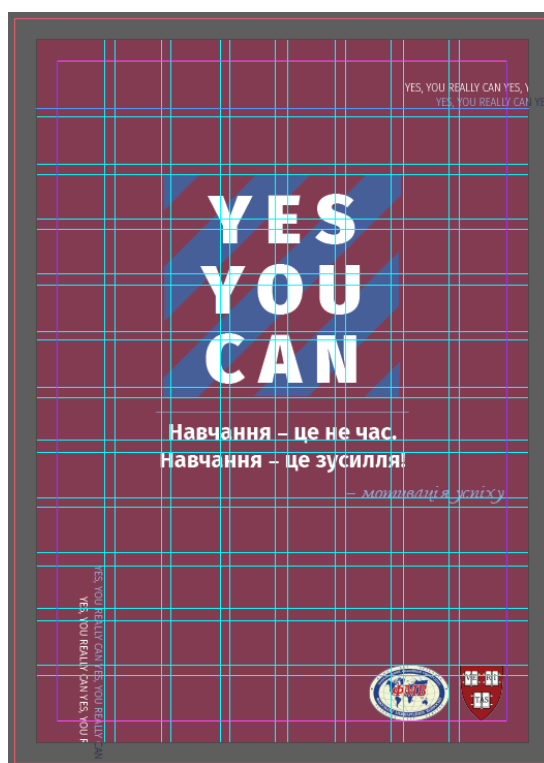


Рис. 3.11. Імпортована шрифтова композиція

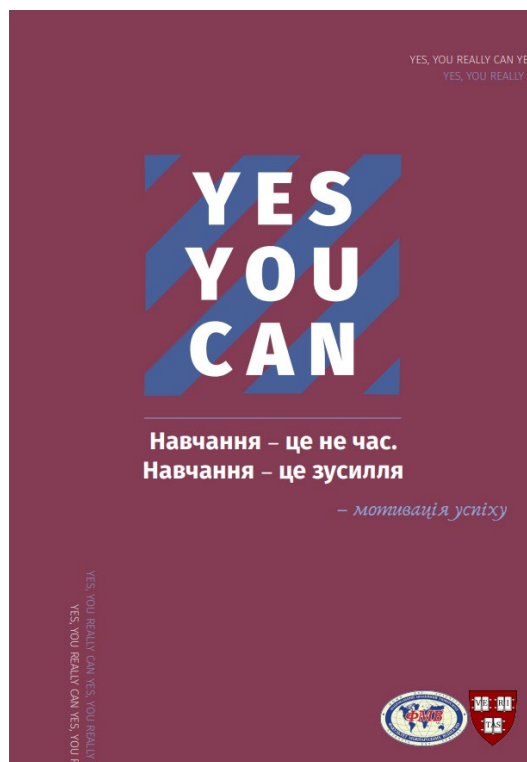


Рис. 3.12. Фінальний вигляд плакатів

Варіанти оформлення шрифтових плакатів наведено у додатку А.

Крім того, розроблено комплект комбінованих плакатів із зображеннями відомих людей, які навчалися в Національному авіаційному університеті.

Стильове рішення створено, базуючись на оформленні шрифтових плакатів. Колірне поєднання наведено на рис. 3.13.

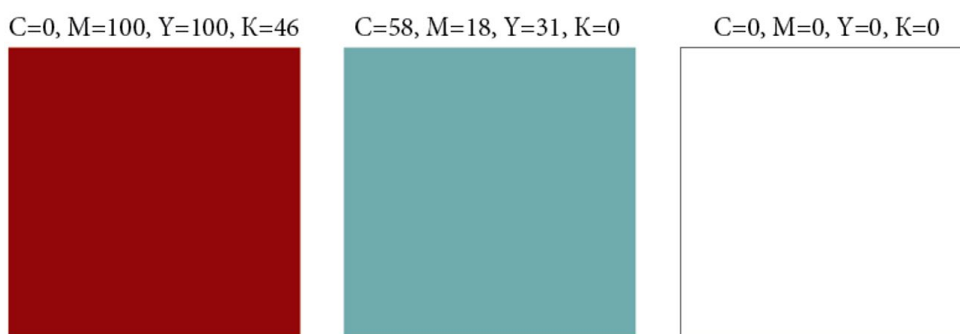


Рис. 3.13. Кольори для розробки графічних плакатів

Відмінною рисою є розробка гасла «*Yes you can*», яке врізається в зображення. Для цього переведено текст у криві, задано необхідну заливку та обведення та розміщено скопійоване зображення відомого випускника НАУ

у текстовий напис з позиціонуванням *Paste Into*. Для підготовки графічного зображення проведено його редагування у програмному середовищі *Adobe Photoshop*. Засобами програми проведено налаштування контрасту та яскравості зображення, переведено його у градацію сірого (рис. 3.14).

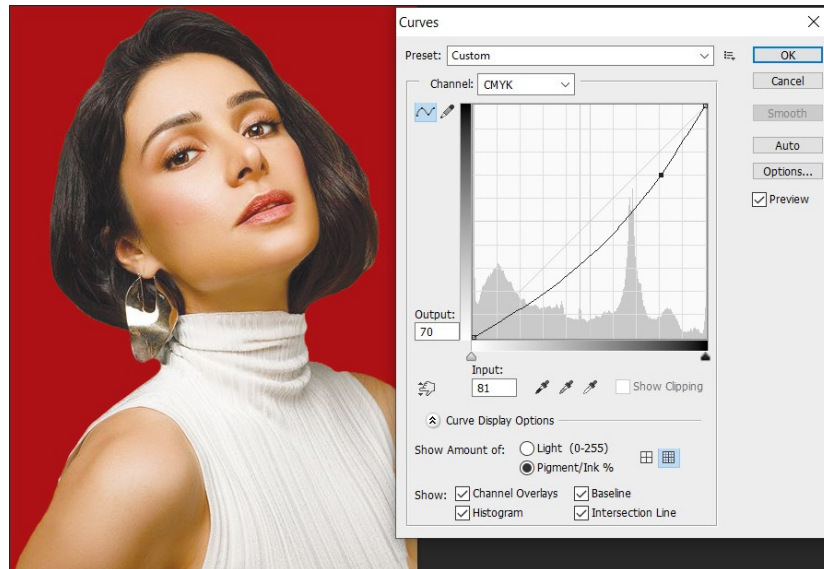


Рис. 3.14. Ретуш зображення

Інструментом «Перо», за допомогою якого інтуїтивно створюються криві та прямі лінії, виділено контур необхідного елемента зображення та створено прозорий фон (рис. 3.15).



Рис. 3.15. Обробка графічного зображення

Відредаговане зображення імпортовано у програму *Adobe Indesign*. Результат наведено на рис. 3.16.

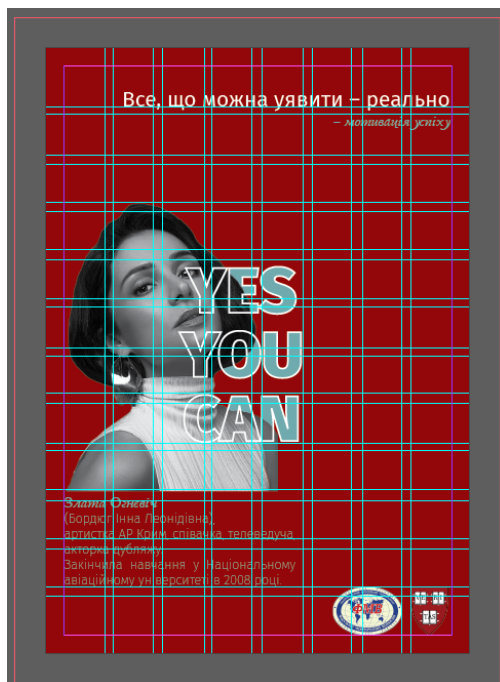


Рис. 3.16. Графічний плакат із створеним гаслом «*Yes you can*»

Варіанти оформлення графічних плакатів наведено у додатку Б.

3.3. Етапи виготовлення комплекту мотиваційних плакатів

Створення плакату складається з багатьох етапів – від розробки макету видання до його друку. Ці етапи є важливими для отримання кінцевої продукції.

Виготовлення друкованої продукції – це трудомісткий процес, що складається з послідовності таких етапів: розробка дизайну макету, додрукарська підготовка, друк видання, післядрукарська обробка.

Додрукарська підготовка, яку ще називають препрес – це процес створення електронних макетів поліграфічної продукції з використанням комп'ютерних видавничих систем [20].

Для того, щоб отримати передбачуваний результат друку видання, слід визначити усі параметри кінцевого виробу. Для цього необхідно надати інформацію про обрізний формат видання, кольоровість, профіль друкарського

обладнання, що буде застосовуватись для друку видання. Крім того, слід описати усі стадії післядрукарської обробки.

На якість готової друкованої продукції впливає профілювання поліграфічного обладнання. Профіль налаштовують для конкретної друкарської машини з подальшим використанням при розробці дизайну продукції, додрукарської підготовки, виготовлення кольоропроби. Процес первісної підготовки до друку та процес самого друку можуть бути проведені за стандартом поліграфічного підприємства. У цьому випадку налаштування профілю обладнання не потрібне.

Для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів необхідно використати друкарську машину, ламінатор та ножову різальну машину. Проте, перед передачею макету до друку, він має пройти процес підготовки до друку. Він включає в себе такі етапи: розробка дизайну, проведення підготовки та коректури тексту, верстка, перевірка верстки для відповідності технічним вимогам друкарні, виготовлення кольоропроби, електронного спуску полос та друкованих форм [20].

На етапі створення дизайну відбувається розробка макету видання. Проводиться планування зовнішнього оформлення продукції, формулювання концепції, вибір цільової аудиторії для створення уявлення про кінцевий стиль плакатів. Важливим на цьому етапі є створити ескіз макету, вибрати формат та орієнтацію аркуша, задати поля, розробити модульну сітку, підібрати елементи декору і провести їх підготовку.

При проведенні верстки видання визначаються довжина рядка та ширина стовпця, способи вирівнювання елементів, формуються переноси, задаються всі типи інтервалів – міжбуквенний, міжсловний та міжрядковий. На цьому етапі важливим є здійснити правильне розташування графічних складових дизайну так, щоб величина їх відстані від ліній різку становила не менше 5 мм.

Наступним етапом є проведення кольорокорекції, аби надати ілюстраціям та фотознімкам яскравості, насиченості та більш привабливого вигляду. Головною метою цієї процедури є наближення кольорів до таких, якими їх сприймають в реальному житті. В результаті проведення кольорокорекції змінюються

найважливіші параметри зображення – баланс білого, яскравість та контраст, тон та світлота, насиченість, різкість та чіткість. Вони можуть змінюватися локально до окремого елемента ілюстрації та до всієї ілюстрації.

Останнім етапом додрукарської підготовки видання є проведення роботи оператора, що працює вже з виправленим коректором матеріалом. На цьому етапі фахівець перевіряє точність та якість верстки відповідно до технічних вимог друкарні і проводить подальший запис видання в формат *PDF*.

Із закінченням проведення додрукарської підготовки, видання передається до друку. Шляхом проведення аналізу способів друку, було обрано широкоформатний друк для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів. Такий вибір пояснюється малим тиражом продукції та великим форматом видання. Цей спосіб друку є найбільш економічно вигідним. Продукція, виготовлена широкоформатним друком, є довготривалою, адже для друку використовуються якісні матеріали.

Після проведення друку видання, воно піддається післядрукарській обробці. Цей процес може здійснюватися безпосередньо в друкарні, або ж тиражоване видання направляють на поліграфічні підприємства, які проводять брошурувально-палітурну обробку видань. До післядрукарських процесів відносять основні (порізка, висічка, фальцювання, бігування, брошурування та скріплення) та оздоблювальні (тиснення, ламінування, лакування) [21].

Для доопрацювання комплекту мотиваційних плакатів було проведено порізку та ламінування. Порізка являє собою охайне розрізування продукції автоматизованим різальним апаратом. Ламінування – це процес покриття готової поліграфічної продукції захисною ламінувальною плівкою. Основна її функція – захист видання від дії зовнішніх чинників, деформації та забруднення. Таке покриття забезпечує міцність та довговічність плакатів.

Плівка надає презентабельного вигляду продукції. Вона буває матовою та глянцевою, товщиною від 32 до 125 мікрон. Глянцеве ламінування додає додаткову яскравість та відчуття офсетного лаку, тоді як матова надає поверхні продукції елегантної структури оксамиту чи шовку. Ламінація буває як одно-, так і двосторонньою [22].

Висновки до розділу

Виконуючи редакторський аналіз початкової інформації сформульовано вимоги до комплекту плакатів та розроблено його концепцію.

Розроблені плакати призначені для розміщення в навчальних приміщеннях Факультету міжнародних відношень. Вони виконують наступні функції: мотивація студентів факультету, підвищення спрямованості до навчання, спонукання до розвитку творчих та інтелектуальних здібностей. Постери мають оздоблювальний характер. Вони прикрашають простір привабливим та креативним дизайном.

Для досягнення ефективності плакатів використано яскраві кольори, а саме поєднання червоного та блакитного, фіолетового та синього. Це комбонування кольорів швидко захоплює увагу молоді.

Для акцентування головної ідеї плакату та привернення уваги студентів до цитати, використано поєднання витонченого шрифту *Anaktoria* та лаконічного шрифту *Fira Sans Light*, що гармонійно доповнюють один одного.

Як результат, розроблено оригінал-макет комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин, що складається з 24 плакатів формату В1 з ламінуванням, надрукованих широкоформатним друком. Тираж друкованої продукції становить 1 екземпляр комплекту.

ВИСНОВКИ

1. Визначено ключові дефініції поняття мотиваційного плакату.

Мотиваційний плакат (постер) – це різновид плакатної продукції за змістовним наповненням, що несе мотиваційний характер для заохочення реципієнта до певних дій чи формування бажаного емоційного стану.

2. Описано композиційні та художні особливості оформлення плакатної продукції.

При створенні збалансованої композиції плакату слід застосовувати базові принципи дизайну. До них належать: однозначність та синхронність сприйняття образу, лаконічність, читабельність текстової компоненти, систематизованість групування і розміщення графічних елементів.

Однозначність плакатної продукції полягає у чіткому та однозначному тлумаченні як цілісного зображуваного образу, так і окремих елементів композиції.

Лаконічність видання досягається за рахунок використання виразних графічних зображень, які легко та швидко сприймаються реципієнтом. Текстова складова повинна бути зрозумілою та читабельною, містити цікаву та коротку фразу для захоплення уваги.

Елементи шрифтової композиції аркушевого видання повинні бути систематизовані таким чином, щоб вони сприймалися у заздальгідь спланованій дизайнером послідовності.

Принцип синхронності полягає у відповідності естетичних систем реципієнта та дизайнера. Для цього плакат повинен висвітлювати актуальні питання, відповідати уподобанням та вимогам сучасності.

3. Обґрунтовано вибір програмного забезпечення для виготовлення комплекту мотиваційних плакатів.

Adobe InDesign застосовано при проведенні макетування плакатів для взаємного компоювання об'єктів майбутнього видання з урахуванням

масштабу, пропорційності, балансу та кольору. Верстка видання та підготовка його до друку проводилася у програмі *Adobe InDesign*.

Adobe Photoshop як програмне середовище для роботи з растровою графікою, використано при проведенні корегування зображень відомих особистостей НАУ.

Можливості програми *Adobe Illustrator* застосовано для розробки шрифтових композицій та переведення їх у криві.

4. Розроблено макет комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин.

Макет комплекту мотиваційних плакатів для Факультету міжнародних відносин включає 24 плакати формату В1. Тираж друкованої продукції становить 1 екземпляр комплекту.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. – На заміну ДСТУ 3017-95; чинний від 2016-07-01.
2. Плакат як різновид образотворчого видання. Загальна характеристика: [Веб-сайт]. – URL: <http://www.wikipage.com.ua/1x1124.html> (дата звернення: 19.05.2021).
3. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри / А. І. Андрейканіч // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2013. – Вип. 19(1). – С. 121-126. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2013_19\(1\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2013_19(1)_28).
4. История возникновения плакатов // Цифровая печать Ziggard: [Веб-сайт]. – URL: <https://ziggard.ru/istoriya-vozniknoveniya-plakatov> (дата звернення: 19.05.2021).
5. Плакат – це що таке? Значення і види плакатів // Портал про освіту: [Веб-сайт]. – URL: <https://uk.sodiummedia.com/4291409-poster-what-is-it-the-value-and-types-of-posters> (дата звернення: 19.05.2021).
6. Искусство плаката, его основные функции: [Веб-сайт]. – URL: https://studbooks.net/1513063/marketing/iskusstvo_plakata_osnovnye_funktsii (дата звернення: 19.05.2021).
7. Цель – альбом постеров-мотиваторов о стремлении человека: [Веб-сайт]. – URL: <https://www.sostav.ru/blogs/58089/23585/> (дата звернення: 19.05.2021).
8. Новый альбом мотивирующих постеров – «МОТИВАЦИЯ» // [Веб-сайт]. – URL: <http://powerpoint.msk.ru/press/release-2017-02.html> (дата звернення: 19.05.2021).
9. How Motivational Posters Help Students // The Inspired Classroom: [Веб-сайт]. – URL: <https://theinspiredclassroom.com/2019/01/how-motivational-posters-help-students/> (дата звернення: 19.05.2021).
10. Руубер Г. Г. О закономерностях художественного визуального восприятия / Г. Г. Руубер. – Таллин: Вангус, 1985. – 344 с.

11. Arnheim R. Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye / Rudolf Arnheim. – Berkeley: University of California Press, 2004. – 508 с.
12. Шевченко В. Я. Композиція плаката: навч. посібн./ В. Я. Шевченко. – Х.: Колорит, 2004. – 124 с.
13. Психологія кольору: інфографіка: [Веб-сайт]. – URL: <https://otakoyi.ua/uk/blog/psykholohiya-koloru-infohrafika> (дата звернення: 19.05.2021).
14. Комп'ютерні програми верстки: [Веб-сайт]. – URL: <https://www.stud24.ru/journalism/kompjutern-programi-verstki/490607-1900048-page1.html> (дата звернення: 20.05.2021).
15. Широкоформатний та офсетний друк // ExLibris: [Веб-сайт]. – URL: <http://www.exlibris.lviv.ua/poligrafia/vidi-druku> (дата звернення: 20.05.2021).
16. Устаткування компанії Univest Advertising Production // Комплексне виробництво рекламної продукції: [Веб-сайт]. – URL: <https://rpk.univest.ua/ua/oborudovanie/> (дата звернення: 21.05.2021).
17. Широкоформатный экосольвентный принтер MUTOH VALUEJET 1638X // Компания Старк: [Веб-сайт]. – URL: <https://stark.kiev.ua/mutoh-valuejet-1638x/> (дата звернення: 20.05.2021).
18. Рулонный ламинатор YDFM 720 // Цифровой магазин электроники и цифровой техники А-Техно: [Веб-сайт]. – URL: <https://a-techno.com.ua/prod-641/> (дата звернення: 20.05.2021).
19. Матеріали для широкоформатного друку // Виготовлення зовнішньої і внутрішньої реклами: [Веб-сайт]. – URL: http://pelikan-print.com.ua/ua/korisna_info/materiali-dlya-shirokoformatnogo-druku.html (дата звернення: 20.05.2021).
20. Додрукарська підготовка // Друкарня ВМВ: [Веб-сайт]. – URL: <http://vmv.odessa.ua/o-nas/dopachatnaya-podgotovka/> (дата звернення: 20.05.2021).
21. Післядрукарська обробка // Подсказки – то, что вы ищете!: [Веб-сайт]. – URL: <https://podskazok.net.ua/polihrafii/pisliadrukarska-obrobka.html> (дата звернення: 21.05.2021).

22. Післядрукарські процеси // Виробництво поліграфічної продукції: [Веб-сайт]. – URL: <http://muravi.com.ua/ua/pislyadrukarski-protsesi.html> (дата звернення: 21.05.2021).

23. Лотошинська Н. Д. Теорія кольору та кольороутворення: навч. посіб. / Лотошинська Н. Д., Івахів О. В. – Львів: В-во Львівської політехніки, 2014. – 204 с.

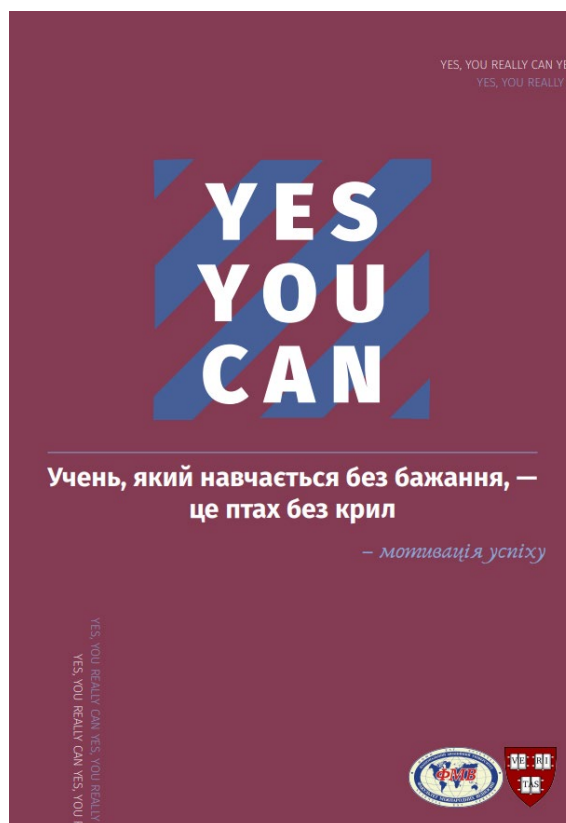
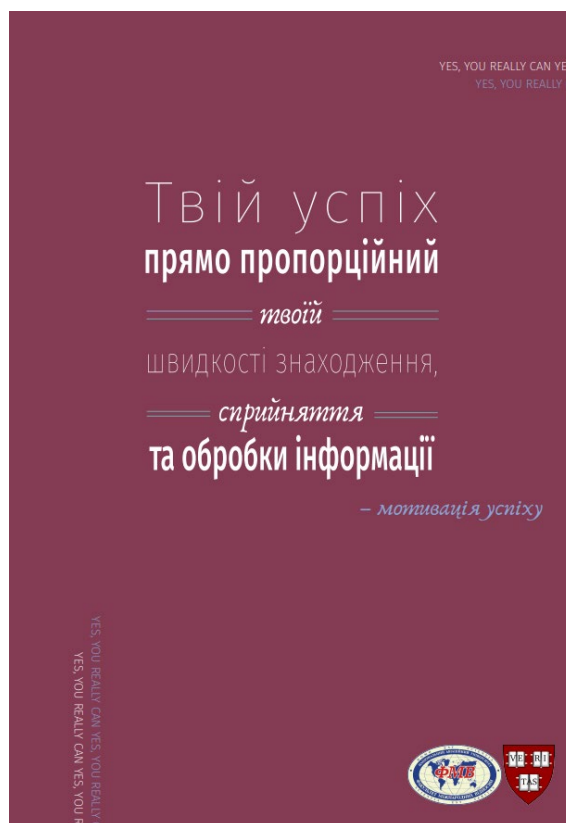
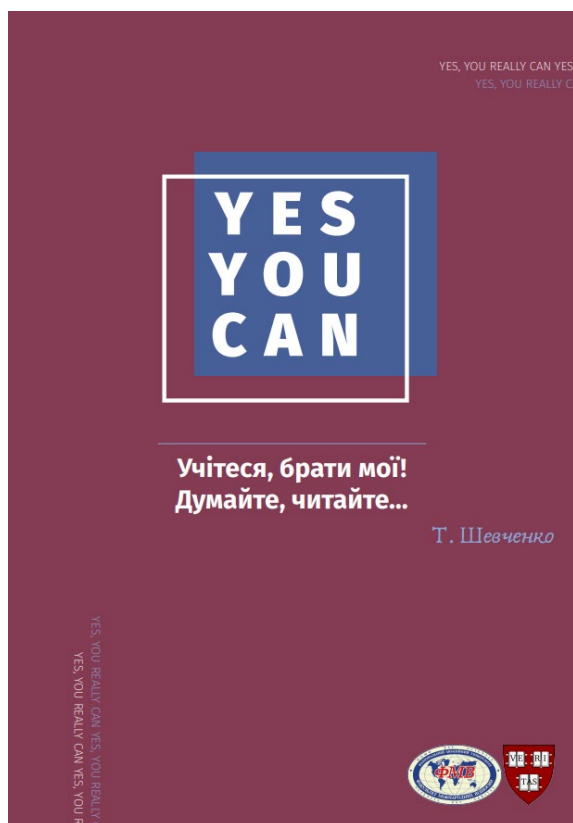
24. СОУ 18.1-02477019-02:2015. Видання аркушеві. Технічні умови (зі зміною № 1). – На заміну ОСТ 29.32-77, ТУУ 29.008-95; чинний від 2005-10-01.

25. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця. Практичний посібник. Київ: Наша культура і наука, 2006. 560 с.

26. Johansson K. A Guide to Graphic Print Production / K. Johansson, P. Lundberg, R. Ryberg. – New Jersey: John Wiley & Sons, 2011. – 400 с.

27. Joyce M. Designing for Print: The Art and Science / Marina Joyce. – Santa Ana: Inez D Incorporated, 2018. – 208 с.

Варіанти дизайну шрифтових плакатів



YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN

**YES
YOU
CAN**

МОТИВАЦІЯ УСПІХУ

**Усі професії – це змова фахівців
проти профанів.**

Д.Б. Шоу

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN

YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN

**YES
YOU
CAN**

**Університет - це скарбниця,
де зберігаються майбутні надбання нації**

– мотивація успіху

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN

YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN

**YES
YOU
CAN**

**Усе можливо! На неможливе
просто потрібно більше часу.**

Вінстон Черчилль

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN

YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN


**YES
YOU
CAN**

**Я хочу жити, щоб вчитися,
а не вчитися, щоб жити.**

Френсіс Бекон

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN

YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN




**мотивація
успіху**

**Єдиною межею
наших завтрашніх звершень
стануть наші сьогоднішні сумніви.**

Франклін Д. Рузвельт

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN



YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN



**Не соромно чогось не знати,
але соромно не хотіти вчитися.**

Сократ

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN



YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN



Будь-яка криза – це нові можливості.

Вінстон Черчилль

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN



YES, YOU REALLY CAN YES,
YES, YOU REALLY CAN



**У цю хвилину твої конкуренти
гортають розумні книги**


– мотивація успіху

YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN
YES, YOU REALLY CAN YES, YOU REALLY CAN





Образотворчі плакати

Все, що можна уявити – реально
– мотивація успіху




**YES
YOU
CAN**

Злата Огнєвіч
(Бордюг Інна Леонідівна),
артистка АР Крим, співачка, телеведуча,
акторка дубляжу.
Закінчила навчання у Національному
авіаційному університеті в 2008 році.






Люди, які вкладають щось
в своє майбутнє – реалісти
– мотивація успіху




**YES
YOU
CAN**

Павло Остріков,
український сценарист, режисера продюсер.
Член об'єднання «СУК», член Європейської
кіноакадемії.
У 2007 – 2012 роках здобув фах правника
у Національному авіаційному університеті.






Успіх приходить до кожного
з рішучістю і самовдосконалістю
– мотивація успіху



**YES
YOU
CAN**

Тимур Мірошніченко,
коментатор, ведучий телеканалу UA.
Навчався в Національному авіаційному
університеті на спеціальності «психологія».

Удосконалення себе – це зміни,
бути досконалим – змінюватися часто
– мотивація успіху



**YES
YOU
CAN**

Ісса Садіо Діалло,
почесний віце-консул Республіки Гвінея
в Україні, президент громадської організації
«Африканська Рада в Україні».
Закінчив Київський інститут інженерів
цивільної авіації у 1993 році.




Ви отримуєте від життя лише те,
що наважуєтеся попросити.
Не бійтеся підвищувати планку

– мотивація успіху



Тіна Кароль

(Ліберман Тетяна Григорівна),
народна артистка України, співачка,
телеведуча та акторка мюзиклів. Закінчила
Національний авіаційний університету
у 2005 році за спеціальністю «маркетинг».



Іноді щось може йти не так,
але ви не повинні зупинятися

– мотивація успіху



Yarmak

(Олександр Валентинович Ярмак),
український реп-виконавець, знімався
в серіалі «Як гартувався стайл».
Навчався на факультеті літальних апаратів
у Національному авіаційному університеті.



Муки навчання лиш тимчасові,
муки незнання – вічні

– мотивація успіху



Олумуїва Бенард Аліу,

президент Ради ІКАО, почесний доктор наук.
Закінчив Київський інститут інженерів цивільної
авіації у 1983 році за фахом «Інженер-механік
з експлуатації літаків та авіа-двигунів».



Лідери є у всьому.
Кожен може ним стати у своїй справі

– мотивація успіху



Шаповалова Олена Олексіївна,

державний службовець і громадський
діяч у сфері туризму, Голова Державного
агентства України з туризму та курортів.
Закінчила Київський інститут інженерів
цивільної авіації, спеціальність «Економіка
і організація повітряного транспорту».

