

ГАЛИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА
ВІДДІЛЕННЯ ДИЗАЙНУ

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

«Розробка дизайн-проекту серії соціальних плакатів про боротьбу з
наркотиками»

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма «Дизайн середовища»

Студент

ДМ-41
група

О.Я.Мируцький

Керівник:

Ю.П.Ткачук

Допуск до захисту:

Завідувач відділення
дизайну
Ющак Н.А.

Тернопіль – 2020

№ 522
19.06.2020

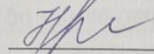
ГАЛИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА

Освітня програма «Дизайн середовища»

«Затверджено»

Голова ЦК дисциплін дизайну

28 жовтня 2019 р.



Н.С.Питель

ЗАВДАННЯ

НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ СТУДЕНТА

Мируцький Олександр Ярославович

1. Тема проекту: «Розробка дизайн-проекту серії соціальних плакатів про боротьбу з наркотиками»

2. Термін подання завершеного проекту 16 червня 2020 р.

3. Пояснювальна записка:

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ

1.1 Дизайн-аналіз аналогів

1.2 Функціональний та ергономічний аналіз об'єкта проектування

1.3 Концептуальна ідея об'єкта проектування

1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення

РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА

2.1 Ескізування проектних рішень об'єкта дизайну і вибір основного варіанту

2.2 Конструктивна ідея об'єкту проектування

2.3 Колористичне вирішення об'єкта проектування

2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкта дизайну

РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкта дизайну

РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

4. Графічна частина:

Дизайн-проект серії соціальних плакатів про боротьбу з наркотиками.

5. Практична частина (робота в матеріалі):

Друк соціальних плакатів про боротьбу з наркотиками

6. Дата видачі завдання 10 лютого 2020 р.

Керівник роботи

[Signature]
підпис керівника

Ю.П.Ткачук

Завдання одержав

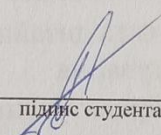
[Signature]
підпис студента

О.Я.Мируцький

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

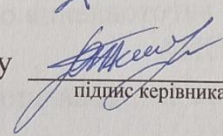
№ з/п	Назва етапів, розділів роботи над проектом	Термін виконання етапів проекту	Примітка
1.	Дизайнерський аналіз основних факторів, які впливають на формування об'єкта дизайну	02.03. – 30.03.2020 р.	
2.	Дизайн-проектна частина	31.03. – 27.04.2020 р.	
3.	Економічна частина. Калькуляція собівартості виробу	28.04. – 13.05.2020 р.	
4.	Охорона праці	01.05. – 12.05.2020 р.	
5.	Оформлення додатків	15.05. – 22.05.2020 р.	
6.	Оформлення графічної частини	25.05. – 01.06.2020 р.	
7.	Виконання роботи в матеріалі	02.06. – 15.06.2020 р.	
8.	Попередній захист дипломних проектів	19.06., 22.06., 23.06.2020 р.	
9.	Захист дипломних проектів	29.06., 30.06.2020 р.	

Студент


 підпис студента

О.Я.Мируцький

Керівник проекту


 підпис керівника

Ю.П.Ткачук

ВІДГУК НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

Студент **Мируцький Олександр Ярославович**
на тему: «Розробка дизайн-проекту серії соціальних плакатів про боротьбу з наркотиками»
виконаний на матеріалах (база практики) _____

Результати оцінювання розділів дипломного проекту консультантами

№ з/п	Назва розділу	Прізвище та ініціали консультанта	Оцінка	Дата	Підпис консультанта
1.	Дизайнерський аналіз основних факторів, які впливають на формування об'єкта дизайну	Ткачук Ю.П.	4 (добре)	30.03.2020 р.	
2.	Дизайн-проектна частина	Ткачук Ю.П.	5 (вру.)	27.04.2020 р.	
3.	Економічна частина	Колісник Т.Б.	4 (добре)	13.05.2020 р.	
4.	Охорона праці	Жулинська А.В.	4 (добре)	12.05.2020 р.	
5.	Оформлення додатків	Ткачук Ю.П.	4 (добре)	22.05.2020 р.	
6.	Оформлення графічної частини	Ткачук Ю.П.	5 (вру.)	01.06.2020 р.	
7.	Виконання роботи в матеріалі	Ткачук Ю.П.	4 (добре)	15.06.2020 р.	

Загальні положення

Теоретична, графічна та практична частини дипломного проектування виконані в повному обсязі.

Робота демонструє достатній рівень графічної майстерності, але має окремі недоліки.

За умови успішного запису замовлення оцінку «Добре».

Оцінка за дипломний проект _____

Керівник: _____

підпис

Ю.П.Ткачук

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1	8
ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ	8
1.1 Дизайн-аналіз аналогів. Характеристика вихідного матеріалу як джерела композиційного рішення.	8
1.2 Фактори, що впливають на формоутворення об'єкту проектування. Функціональний та ергономічний аналіз.....	10
1.3 Концептуальна ідея об'єкту проектування. Обґрунтування творчого задуму, основної ідеї та художньо-дизайнерського рішення	11
1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення.....	13
РОЗДІЛ 2	15
ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА	15
2.1 Ескізування проектних рішень об'єкту дизайну і вибір основного варіанту	15
2.2 Конструктивна ідея об'єкту проектування.....	18
2.3 Колористичне вирішення об'єкту проектування	19
2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкту дизайну.....	19
РОЗДІЛ 3	21
ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	21
3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкту дизайну	21
РОЗДІЛ 4	23
ОХОРОНА ПРАЦІ	23
4.1 Особливості електротравматизму. Електричний струм як чинник небезпеки. Правила безпеки при роботі з електроприладами.	23
ВИСНОВКИ	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27
ДОДАТКИ	29

ВСТУП

Плакати оточують нас усюди - ми щодня бачимо їх на вулицях або в друкованих виданнях. Зазвичай це реклама, рідше анонси будь-яких подій. Політичний плакат з'являється в полі нашого зору безпосередньо перед виборами, коли починається агітація, тому зустрічається досить рідко.

Яким повинен бути хороший плакат? Перш за все, він має бути інформативним. Люди повинні миттєво зчитувати повідомлення, тому завдання дизайнера полягає в тому, щоб представити ідею плаката в максимально зрозумілій формі. І зовсім неважливо, якими засобами це буде зроблено, головне, щоб люди відразу ж розуміли, що їм хочуть повідомити.

Як правило, дизайн плаката починається з вибору його розміру. В цьому плані ніяких обмежень не існує - плакат може бути невеликим, наприклад, формату А4, або, навпаки, гігантським, розміром із стіну будинку. Звичайно, існують певні стандарти розмірів, але це не питання дизайну, а питання можливостей друкарської техніки. Орієнтація плаката може бути як вертикальною, так і горизонтальною, але найчастіше використовується вертикальна орієнтація.

Метою курсової роботи є розробка дизайн-проекту серії соціальних плакатів на тему боротьби з наркотиками.

Для досягнення даної мети передбачається виконання таких завдань:

- ознайомлення з історичними відомостями про дану тему;
- вивчення історії плакатів та їх вплив на людей;
- проведення моніторингу аналогів;
- ознайомлення з тенденціями та композиційно-стильовими ознаками плакатів;
- дослідження функціонального призначення та ергономічних вимог;
- систематизація композиційних особливостей;
- обдумування конструктивно-технологічної пропозиції;
- визначення з образно стилістичним рішенням;

- розробка концептуально вдалого варіанту .

Актуальність даної курсової роботи визначається необхідністю впровадження у виробництво оригінальних, дизайнерських проектів, які заставляють поглянути на соціальні плакати з іншого боку. В свою чергу, це позитивно вплине на суспільство та дасть змогу подумати про проблеми інших людей, сприятиме створенню нових якісних і креативних ідей, які будуть наштовхувати людей на хороші вчинки.

Об'єктом дослідження є серія плакатів.

Предметом дослідження є сучасні ідеї до реалізації соціальних плакатів в суспільстві.

Для розробки обрано серію плакатів на тему боротьби з наркотиками для того, щоб люди, в яких є наркотична залежність, задумались, чи варто їм продовжувати знищувати своє майбутнє життя, а також, щоб люди, яких дана тема не стосується, подивились на життя з іншої сторони.

Дана робота матиме ознаки синтезу наукового і творчого аналізу та практичне значення для подальшого дослідження соціальних плакатів в світі.

РОЗДІЛ 1

ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ

1.1 Дизайн-аналіз аналогів. Характеристика вихідного матеріалу як джерела композиційного рішення.

Соціальні плакати - це плакати, які пропагують основні соціальні цінності, які відображають соціальні показники особистості, характеристики соціальних відносин у суспільстві, основні соціальні проблеми, загрози та катастрофи. Плакат накопичує досягнення станкової та книжкової графіки, фотографії та верстки, це органічна частина візуальної культури та ефективний засіб. Ми зустрічаємо його на міських та сільських вулицях, школах та підприємствах, зовнішніх стінах кінотеатрів, вітринах, рекламних щитах уздовж дороги та навіть на сірниках. За ефективністю впливу на глядача плакат поступається хіба що телебаченню й періодичним виданням. Саме соціальний плакат є дзеркалом того, які проблеми можуть бути в простих людей. Алкоголізм, наркоманія, токсикоманія, насильство в сім'ї та інші проблеми, про які непотрібно мовчати. Завдяки даній рекламі люди різного статусу можуть побачити та задуматись над своїм життям, задуматись, чи варто робити те, що може тебе погубити, власноруч вносити це в своє життя.

Під час пошуку аналогів акцентувалася увага на інформаційну змістовність, соціальну спрямованість та образно-стилістичні особливості, які б найкраще доповнювали концепцію композиції. Було прийнято рішення, що найбільш вдалим варіантом будуть соціальні плакати на тему боротьби з наркотиками. Один з таких показано на рисунку А.1.

Плакат на рисунку А.2 створено в мінімалістичному стилі. На ньому знаходиться надпис «drugs», що в перекладі означає наркотики, та буква «g» закінчується гачком для риболовлі, що дає зрозуміти, що наркотики ловлять

людей на залежність від них. Плакат простий, але за рахунок цього оригінальний та зрозумілий кожному.

На рисунку А.3 зображено стилізований череп на чорному фоні. Череп виконаний з різних наркотичних предметів, а саме: шприци, таблетки, капсули та упаковки з різним вмістом речовин тощо. Череп, стилізований різними забороненими речовинами, дає зрозуміти, що дана залежність веде до смерті.

Соціальний плакат виконано на чорному фоні, рисунок А.4. На ньому зображено револьвер, в якому замість барабану з пулями знаходиться ємність з таблетками. Дана композиція дає зрозуміти, що таблетки з часом вбивають людину так само, як пуля. Даний плакат є цікавим та оригінальним, адже ідея зрозуміла та цікава.

На рисунку А.5 зображено ноги декількох людей, до яких прикутий баласт, який ускладнює пересування, цим самим ускладнює життя. Баласт стилізований під таблетки та капсули з різним порошком, що означає, що наркотики тягнуть людей вниз та не дають жити .

Плакат на рисунку А.6 зображено на зеленому фоні, який грає роль озеленення зони. На малюнку знаходяться стилізовані капсули (наркотики) у вигляді овальних могил, які кидають свою ж овальну тінь, що символізує смерть від наркотиків. Дана ідея виглядає різкою, але одночасно цікавою та впливовою на людей.

Дивлячись на плакат, який зображено на рисунку А.7, бачимо стилізовану гранату на чорному фоні. Граната стилізована тим, що замість вибухової речовини в ній знаходяться таблетки. Цим автор хотів сказати, що різного роду зброя відрізняється від наркотиків тільки датою смерті, тому що зброя зазвичай вбиває миттєво, а наркотики руйнують організм людини з часом.

Соціальний плакат, що зображено на рисунку А.8, створено із застосуванням чорного відтінку, щоб надати композиції похмурості та серйозності. Стилізований шприц з різних слів у відповідності до теми

наркотиків, а саме назви заборонених речовин: канабіс, кокаїн, амфетамін, крек, галюциногенні гриби, ЛСД тощо. Стилзація цікава, але ідея виконана неповністю, адже шприц, який складається з різних назв наркотиків, зрозумілий, та не виконана ідея смерті від даних речовин.

1.2 Фактори, що впливають на формоутворення об'єкту проектування. Функціональний та ергономічний аналіз

Плакати часто використовуються замість картин для прикраси інтер'єру. На них можна зобразити знаменитостей, особисті фотографії, різні оригінальні фотографії тощо. У цьому випадку плакат використовується як прикраса і зазвичай не має глибокого значення. Варіанти виборів використовуються для рекламних цілей та просування різних виборчих процедур. Їх завдання - донести в маси будь-які думки та ідеї. Рекламні плакати зараз широко використовуються майже скрізь, у тому числі на різних конференціях, симпозіумах та виставках.

Мета цих плакатів - не тільки донести корисну інформацію до відвідувачів та розважити їх, а й прорекламувати товар чи послугу, домовившись про це з організаторами заходу.

Також під час створення серії плакатів потрібно дотримуватись ергономічних норм, в плакатах це розмір листка.

Формат А4. Розмір ≈ 21 см х 30 см

Такі плакати підійдуть для невеликих приміщень, вони також використовуються в багатофункціональних стендах. Формат А4 ідеальний для розміщення навчальної або агітаційної інформації на невеликій території [3].

Формат А3. Розмір ≈ 42 см х 30 см

Як правило, такий формат використовують для розміщення агітаційної інформації. Він підійде для будь-якого приміщення. Зазвичай плакати такого формату розміщують в коридорах, на сходових площадках, в лабораторіях, а

також у виробничих кімнатах. Як матеріал можна використовувати банерну тканину або пластик. В такому випадку рекламний плакат можна розмістити на фасаді будівлі.

Формат А2. Розмір $\approx 42\text{см} \times 60\text{ см}$

Навчальний матеріал подається на плакатах формату А2. Відповідно, розміщуються вони там, де проводиться навчання: в залах, класах, лабораторіях і т.п.

Формат А1. Розмір $\approx 84\text{см} \times 60\text{ см}$

Плакати такого формату, як правило, використовуються для агітації. На них друкують великі зображення і трохи тексту крупним шрифтом, тому що повинна бути можливість прочитати його здалеку. Якщо плакати знаходяться далеко від очей, то повнота сприйняття не втрачається. Вони розміщуються на вулиці або у великих приміщеннях, таких як класи, лекційні зали, аудиторії, холи.

Плакати формату А0. Розмір 841x1189 мм

В такому форматі можна друкувати рекламні плакати, а також його використовують для наукових і декоративних цілей. Із серії А формат А0 найбільший. Якщо потрібно зацікавити глядачів на великій відстані і піднести матеріал яскраво, то краще використовувати А0.

1.3 Концептуальна ідея об'єкту проектування. Обґрунтування творчого задуму, основної ідеї та художньо-дизайнерського рішення

Плакати є скрізь, ми їх бачимо на вулиці чи в ЗМІ щодня. В основному, це реклама, яка рідко анонсує якісь події. Перед початком передвиборчої кампанії в нашому полі зору з'являються політичні плакати, але це буває дуже рідко. Яким повинен бути гарний плакат? По-перше, плакати повинні надавати інформацію. Людям потрібно негайно прочитати новини, тому завдання дизайнера - представити ідею плаката в найбільш зрозумілій формі. Немає значення, яким чином це робиться, головне, щоб люди одразу розуміли, про що мова.

Зазвичай дизайн плаката починається з вибору його розміру. У цьому плані немає обмежень і плакат може бути дуже малим, наприклад, А4, або, навпаки, це може бути розмір стіни будинку. Звичайно, є певні стандарти розміру, але це не проблема дизайну, а можливість друку. Орієнтація плаката може бути вертикальною або горизонтальною, але найчастіше використовується вертикальний напрямок. Як відрізнити хороші плакати від поганих плакатів? Звичайно, це питання смаку, але правильно розроблений плакат має деякі особливості:

- легкість читання. Припустимо, у нас є плакат, який повідомляє прохід будь-якої події, наприклад концерту популярних артистів. Ключову інформацію на афіші слід читати здалеку та привертати увагу людей. Тому текст афіші повинен мати візуальний рівень. Якщо текст досить великий, має бути принаймні три рівні;

- назва. Це найважливіший і найбільший елемент дизайну тексту. Він повинен контрастувати з фоном і вводити шрифт, який добре видно навіть на відстані;

- деталі. Що? Де? Коли? Вся подібна інформація розташовується на другому рівні ієрархії. Людина, яку зацікавив плакат, обов'язково захоче ознайомитися з детальною інформацією, тому її потрібно представити в зрозумілій, але стислій формі. Для другого рівня використовується шрифт менший за заголовок, оскільки немає необхідності читати цю інформацію здалеку.

- невеликий шрифт. На третьому рівні є додаткова інформація. Невеликі шрифти часто зустрічаються на афішах та рекламних щитах;

- контраст. У дизайнера є лише один шанс привернути увагу аудиторії. Тому плакат треба "обклеїти". Цього можна досягти за допомогою контрастних елементів. Ви можете робити бліді ілюстрації в Інтернеті з плавними градієнтами та стильними тонкими шрифтами. Для звичайних плакатів цей метод не застосовується. Чим очевидніша різниця між текстом чи ілюстрацією та фоном, тим очевидніший плакат. Приступаючи до

проектування, слід спочатку визначити контрастність елементів і постійно перевіряти їх під час роботи. Якщо дизайнер виготовляє кольоровий плакат, потрібно регулярно перевіряти його зовнішній вигляд у сірих відтінках - у цьому режимі контраст основних елементів повинен бути чітко видно;

- розмір та розташування. Дизайнери часто заздалегідь знають, куди поставити плакат. Виходячи з цієї інформації, він повинен вибрати правильний розмір плаката. Важливо, щоб розташування плакатів не порушувалося різними візуальними бар'єрами, а займало домінуюче місце. Що стосується кольорової гами, то також потрібно виходити з реальності. Якщо плакат буде висіти на зеленій пофарбованій стіні, краще не використовувати відтінок, близький до зеленого.

1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення

Зовнішня реклама повинна доносити до цільової аудиторії закладене в ній повідомлення. Автомобілісти можуть загострити свою увагу на рекламному плакаті тільки на 3-5 секунд, тому повідомлення повинно бути максимально точним і таким, що запам'ятовується. Якщо орієнтуватися на пішоходів, то у них є більше часу - приблизно пів хвилини.

Щоб рекламний плакат був ефективним, потрібно пройти кілька етапів. Краще залучити для цього фахівців, особливо якщо ви володієте великим брендом. Однак історія знає багато вдалих прикладів, коли рекламні проекти розроблялися фрілансерами і були вельми успішними[5].

Розглянемо етапи, пов'язані з комунікаціями.

Етап 1. Стратегія.

Розробка повідомлення для реклами починається зі стратегії. Потрібно розуміти, як можна залучити цільову аудиторію на підсвідомому рівні (інсайт). На цьому будуватиметься рекламна комунікація. Зокрема, бренд Apple використовує такий інсайт - "Thinkdifferent!". Тобто, якщо хочеш бути не так, як усі, користуйся товарами від Apple. Бренд Nike застосовує інсайт

"Justdoit!", що закликає довести самому собі, що в цьому світі немає нічого нездійсненного, потрібно перемогти невпевненість у собі.

Етап 2. Креатив, арт-дірекшн і копірайтинг.

Коли ви придумаете стратегію, потрібно генерувати ідеї рекламної кампанії. Вони повинні відповідати інсайту і відповідати запитам цільової аудиторії бренду, в тому числі естетичним. На другому етапі розробляється візуальна частина, визначається колірна гама, придумуються образи і слоган.

РОЗДІЛ 2

ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА

2.1 Ескізування проектних рішень об'єкту дизайну і вибір основного варіанту

Проаналізувавши композиційні особливості, функціональні та споживчі ознаки аналогів, було створено багато художньо-графічних пропозицій, з яких було обрано найбільш вдалі.

Один з таких варіантів показано на рисунку Б.1. Спочатку було підібрано найбільш вдалий дизайн для реалізації теми боротьби з наркотиками. На даному плакаті зображена стилізована петля для самогубства. Вона виконана з різних наркотичних предметів та речовин, що символізують смерть від наркотиків. Знизу знаходиться гасло «Це (не) кінець. Не вживайте наркотики.». Сам надпис акцентує увагу людей, які почали вживати наркотики, на тому, що ніколи непізно зупинитись, тому між словами «Це» і «кінець» знаходиться слово «(не)». Також фраза «Не вживайте наркотики», яка закликає людей, які не пробували наркотики, не вживати заборонені речовини, адже нічим добрим це не закінчиться, також дане гасло показано три рази, та лише середнє являється головним, два бокових грають роль інсталяції, ілюзії, яка відображає стан наркотичного сп'яніння, виконано шрифтом «Calibri». Вся композиція зображена на фоні розбитого скла на чорному фоні та знизу вказаний знак «STOP», який доповнює композицію.

Композиція, яка зображений на рисунку Б.1, є лише прототипом кінцевого результату першого плакату на тему боротьби з наркотиками. Згодом було прийнято рішення замінити деякі елементи, щоб композиція виглядала гармонійнішою та виразнішою. На рисунку Б.2 зображено кінцевий результат першого плакату. Замість розбитого скла на фон було встановлено потертий аркуш темного пергаменту. Також було змінено колір

композиції з білого на коричневий, щоб стилізація виглядала більш реалістичною. Шрифт «Calibri» було замінено на шрифт «CenturyGothic».

При розробці першого плакату на рисунку Б.2 було знайдено концептуальну ідею для реалізації соціального плакату. Було прийнято рішення розробити стилізовані предмети та явища, які впливають на смерть людини через наркотики, також розроблено гасло. На рисунку Б.3 зображено розробку другого плакату на тему боротьби з наркотиками. На даному етапі була виконана візуалізація стилізованого леза. Лезо створено на основі чорної пластини, яку розділяє образ шприца, також під ним знаходиться пляма крові, щоб надати композиції ідею смерті під впливом наркотиків. Гасло вказується знизу на фоні потертого аркушу світлого пергаменту.

Проаналізувавши виконану стилізовану композицію на рисунку Б.3, було прийнято рішення внести декілька поправок щодо роботи. Стилiзоване лезо виглядає недоповненим, чорний колір та незакінчений дизайн не дає зрозуміти ідею даної роботи. На рисунку Б.4 колір леза було змінено з чорного на перехід від сірого відтінка до білого. Також дизайн було доповнено пластинами таблеток, щоб сконцентрувати на ідеї шкоди від наркотиків. Фон було змінено з білого потертого пергаменту на чорний.

На варіанті, який зображено на рисунку Б.5, виконано стилізований пістолет. Пістолет виконано чорним кольором та зображено у вигляді наркотиків та різних допоміжних предметів для приймання заборонених речовин. Гасло вказується знизу на фоні потертого аркушу світлого пергаменту.

Прототип на рисунку Б.5 виглядає недоповненим, тому що повністю покритий чорним відтінком. Було прийнято рішення на рисунку Б.6 надати стилізованому пістолету натуральнішого кольору. Затвору було надано темно-сірий відтінок, а магазину та спусковому гачку - білий. Також було змінено дизайн спускового гачка.

На рисунку Б.7 зображено стилізовану лінію серцебиття людини, яка складається з таблеток, що символізують смерть від наркотиків. Виконана

композиція в чорному кольорі на фоні потертого аркушу світлого пергаменту.

Після перегляду різних стилізацій щодо четвертого плакату на тему боротьби з наркотиками було вирішено внести декілька змін в композицію на рисунку Б.8, а саме зробити її трішки об'ємнішою та надати їй зеленого відтінку з сяючим контуром, щоб композиція краще вирізнялась на темному фоні та виглядала соліднішою.

Рисунку Б.9 - світлий пергамент, на ньому розташовано стилізований череп з різних наркотичних речовин. Череп зображено в темно-сірих відтінках, зуби – в білих. Гасло виконано в сірих відтінках, та слово «не» зображено білим кольором.

Проаналізувавши рисунок Б.9, було прийнято рішення внести декілька змін. На рисунку Б.10 фон змінено на чорний пергамент. Стилізація залишається такою ж, та гасло тепер зображено білим кольором.

На рисунку Б.10 візуалізоване самогубство, а саме стрибок з моста на білому пергаменті. Міст стилізований різними наркотичними речовинами, на ньому зображено образ людини, під мостом розташовані стилізовані хвилі. Міст та статура людини зображено темно-сірим кольором, хвилі – синім. Гасло зображено темно-сірим кольором, слово «не» - синім.

Після повторного огляду композиції, яка зображена на рисунку Б.10, було прийнято рішення внести поправки. Тепер на фоні зображено темний пергамент, на якому розташована стилізована композиція «стрибок з мосту». Дана стилізація виконана в світло-сірих відтінках, нижче розташоване гасло, яка зображене в світло-сірих відтінках, проте слово «не» синього кольору, тому що вирізняється з гасла так само, як хвилі вирізняються з композиції вище.

2.2 Конструктивна ідея об'єкту проектування

Однією з головних конструктивних частин дизайн-проекту серії соціальних плакатів є візуалізація ідеї. Під час створення плакатів варто зрозуміти яку думку необхідно донести людям. Для цього спершу потрібно провести аналіз аналогів, після чого варто підібрати концепцію ідеї. Після того, як ідея обрана, можна приступати до втілення її в життя. Для цього необхідно розробити або знайти задній фон та візуалізувати свій дизайн в життя.

Плакати - це не лише прекрасні фото знаменитостей, вони ще й несуть інформативну складову. В цілому плакат - це яскраве зображення з коротким текстом для рекламних чи освітніх цілей. Сучасні плакати пов'язані в основному з рекламою, але не завжди. Не менш популярні інформаційні та дизайнерські плакати. Зображення такого роду має ряд особливих рис, які вирізняють їх серед іншого.

Перш за все метою плакатів є привертати увагу оточуючих і інформувати їх про щось. У зв'язку з цим постери і написи на них зазвичай робляться великими і яскравими. Крім того, в них використовується мінімум тексту, щоб не втомлювати спостерігачів довгим читанням і давати їм можливість швидко зрозуміти сенс.

Як правило, напис на плакаті - це який-небудь слоган (часто з елементом гумору або гри слів) і назва продукту або послуги, для оповіщення про які зроблено це зображення.

На рисунку Г.1 показано креслення одного з плакатів на тему «Боротьба з наркотиками».

2.3 Колористичне вирішення об'єкту проектування

В композиції також немало роль грає колористичне вирішення. Під час перегляду плакатів, реклами, візиток ми в першу чергу звертаємо увагу на те, чи приємно дивитись на картинку та чи не несе вона в собі велике навантаження на очі. Колірна гама повинна привернути увагу людини, а потім дати їй смислове навантаження, яке заключається в ідеї композиції. В світі дуже багато думок щодо правильних та приємних кольорів, адже люди мислять по-різному. Одній людині подобається саме просте поєднання сірих та чорних відтінків, що несе в собі суворість та інтелігентність, водночас іншій людині подобається поєднання кисло-зеленого відтінку та фіолетового, що несе в собі експресивність та екстравагантність, що не є несмаком. В соціальних плакатах на тему «Боротьба з наркотиками» насамперед хочеться донести ті важкі емоції, які переживає та людина, будучи в такому положенні, тому тут немає місця яскравим кольорам. Плакати зображені в холодних відтінках – чорний та сірий. Та навіть в такому виконанні дане колористичне вирішення притягує, тому що темний аркуш пергаменту вдало гармонує з сірими об'єктами та білим текстом. Також для гасла було застосовано шрифт «CenturyGothic» тому, що він простий та гармонійно виглядає з композицією.

2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкту дизайну

Одним з головних моментів під час замовлення друку плакатів – вибір матеріалу. Для виготовлення плакатів можна застосовувати:

- пластик;
- особливі сітки;
- фотопапір;
- банерне полотно;
- тканину.

Найпопулярнішим матеріалом для виготовлення плакатів є папір через те, що він має більше переваг. На відміну від інших матеріалів, як тканини або полотна, на аркушах паперу можна зобразити дуже малі деталі.

З часом з'являється все більше видів даного матеріалу, саме через це він не втрачає свою позицію лідера в даній сфері. Друк плакатів на папері – це найвигідніший спосіб декорування різного роду приміщень, проведення рекламних кампаній та донесення цікавої та корисної інформації до людей.

Найголовнішим мінусом паперу є невеликий вибір розмірів. Якщо клієнту потрібно великий плакат, то його доведеться виконувати з декількох частин, а це в свою чергу може негативно позначитись на зовнішньому вигляді композиції навіть при самому акуратному оформленні.

На основі цієї інформації було сформовано таблицю специфікації матеріалів рисунок В.1.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкту дизайну

З метою визначення доречності виробництва певного виду продукції потрібно знати витрати на його виготовлення. Процес обчислення собівартості певної продукції називають калькулюванням. Підсумком цього процесу є калькуляція – економічний документ, з якого можна дізнатись, скільки витрачено коштів на створення продукції, а саме плакатів.

Складання калькуляції необхідно здійснювати на стадії планування ідеї з метою формування економічно обґрунтованих витрат на плакати для визначення їх привабливості та прибутковості для виробника. Також до визначення собівартості продукції можна звернутись для аналізу ефективності та впливу серії плакатів.

Метою реалізації економічної частини дипломного проекту є доведення економічної значимості в реалізації будь-якої продукції. Для цього повинен бути проведений розрахунок позавиробничих витрат, витрат на сировину та матеріали та прибуток на формування продукту (див. таблицю 3.1).

Таблиця 3.1 – Калькуляція собівартості виробу

№ з/п	Статті витрат	Основа для нарахування	Сума, грн.
1.	Сировина і матеріали:		
	папір А2	6 шт.* 5 грн/шт.	30
	вартість друку	6 шт.* 100 грн/шт.	600
			<hr/> 630

2.	Основна заробітна плата	2000 грн	2 000
3.	Відрахування від основної заробітної плати на соціальні заходи	22%* 2000 грн	440
4.	Загально-виробничі витрати	28%* 2000 грн	560
5.	Виробнича собівартість	630 грн + 2000 грн + 440 грн + 560 грн	3 630
6.	Позавиробничі витрати	2%* 3630 грн	72,60
7.	Повна собівартість	3630 грн + 72,60	3 702,60
8.	Прибуток	15%* 3702,60 грн	555,39
9.	Оптова ціна	3702,60 грн + 555,39 грн	4 257,99
10.	ПДВ	20% 4 257,99 грн	851,60
11.	Загальна вартість виробу	4 257,99 грн + 851,60 грн	5 109,59

Висновок: собівартість продукції, а саме соціальних плакатів, становить 630 грн, загальна сума даного проекту становить 5 110 грн. Аналіз отриманих даних дає змогу встановити оптимальний варіант технічного рішення.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1 Особливості електротравматизму. Електричний струм як чинник небезпеки. Правила безпеки при роботі з електроприладами.

Електротравма – це травма, викликана дією електричного струму або електричної дуги. Електротравми поділяються на два види: електротравми, котрі виникають при проходженні струму через тіло, і електротравми, поява яких не пов'язана з проходженням струму через тіло людини (опіки, засліплення електричною дугою, падіння).

Електротравми поділяються на два види:

- місцеві – означають місцеве ушкодження;
- загальні – означають ураження всього організму внаслідок порушення нормальної діяльності життєво важливих органів;

Електротравматизм – це явище, що характеризується сукупністю електротравм. Електротравматизм порівняно з іншими видами травматизму має деякі відмінності, особливості. Тому на виробництві повинна бути створена належна електробезпека. Електротравматизм характеризується сукупністю електротравм людини, ступенем їх важкості та розподілом за категоріями важкості, сферами виробництва, показниками абсолютними та відносними тощо. Відсоток електротравм в основному травматизмі на виробництві складає близько 1%, а в летальному – 15-20%. Важливою особливістю електротравматизму є те, що електротравми з смертельними наслідками в основному стаються на електроустановках з напругою до 1 кВ, це біля 70-80% усіх електротравм, а на електроустановках з напругою більше 1 кВ відсоток летальності менший - 20-30%. Такий розподіл травм з електрикою, які залежать від величини напруги, зумовлений тим, що електроустановки з напругою до 1 кВ є більш доступними працівникам, які неознайомлені достатньо з правилами техніки безпеки при роботі з такими

установками. Прилади з напругою понад 1кВ доступні обмеженому колу працівників. Як правило, вони мають потрібний рівень підготовки та знань про правила техніки безпеки при роботі з такими приладами.

В залежності від наслідку ураження електричні удари поділяються на чотири ступені:

- судорожне скорочення м'язів без втрати свідомості;
- судорожне скорочення м'язів з втратою свідомості, але зі збереженням роботи серця і дихання;
- судорожне скорочення м'язів, втрата свідомості і дихання;
- втрата дихання і роботи серця;

Якщо через організм протягом трьох хвилин проходить струм величиною 100 мА, то настає клінічна смерть.

Електротравматизм має свої специфічні особливості, які вирізняють його з поміж інших видів травматизму:

- людина не може без спеціальних приладів дистанційно виявити наявність напруги, тому дія струму часто є раптовою, тільки після контакту з напругою проявляється захисна реакція людського організму;
- електротравма може виникнути без безпосереднього контакту з струму провідниками, частинами устаткування (ураження через електричну дугу, коротку напругу);
- електричний струм проходить через тіло людини та діє не тільки в місцях контактів і на шляху проходження через організм, а й на центральну нервову систему, що спричиняє ураження внутрішніх органів (порушення діяльності серця);

Правила безпеки при користуванні електроприладами:

1. Не можна залишати електроприлад, який був у користуванні, без нагляду та після закінчення роботи потрібно перевірити, чи все вимкнено.
2. Не користуватись саморобними електричними приладами.
3. Електроприлад повинен бути надійно змонтований згідно з правилами техніки безпеки та монтажу приладу.

4. Категорично забороняється робота з електроприладом з мокрими руками.
5. Перед вмиканням електроприладу обов'язково необхідно перевірити електрошнур на наявність механічних пошкоджень.
6. При найменшій підозрі на несправність електроприладу необхідно негайно викликати майстра-електрика, який обслуговує даний електроприлад.
7. Виконувати будь-які ремонтні роботи самотійно категорично забороняється.
8. Заборонено гасити палаючі електроприлади водою.

ВИСНОВКИ

Дана дипломна робота дала змогу вдосконалити власні здібності щодо створення дизайнерських проектів. При розробці серії соціальних плакатів було проаналізовано аналоги, колористичні рішення щодо побудови композиції та створено шість плакатів.

Мета цих плакатів - не тільки привернути увагу людей до самого дизайну, а заставити задуматись над проблемою залежності від наркотиків. В наш час, на жаль, ця проблема є актуальною не перший рік. Число наркотично залежних тільки зростає. Дані соціальні плакати створенні для того, щоб привернути увагу як людей, які пов'язані з даною темою, так і тих, хто ніколи не розумів, наскільки важко бути залежним від, на перший погляд, маленької таблетки.

При розробці було дуже важко придумати ідею, яка б зачепила кожного, щоб людина, яка йде на вулиці по справах, змогла б зупинитись, поглянути на плакат і хоча б на мить задуматись про дану проблему. Тому було вирішено розробити композицію, в якій опрацьовані найпоширеніші види самогубства від наркотиків та об'єкти, пов'язані з ними, а саме:

- петля;
- пістолет;
- лезо;
- лінія серцебиття;
- череп;
- стрибок з мосту;

Поставлене завдання - донести ідею смерті через наркотики - виконано. Композиція виконана якісно та доступно для всіх людей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гарасимів О. В. Плакати та їхня роль в житті людей. М.: Житомир, 2010. 12 с.
2. Олексюк А. В. Як створити рекламний плакат самостійно? М.: Фастів, 2016. 10 с.
3. Ревуцький В. Р. Створення рекламного плаката. М.: Умань, 2010. 4 с.
4. Лисюк Р. В. Розробка дизайну. М.: Луцьк, 2013. 8 с.
5. Гнатчук В. Д. Паперова промисловість та друкована продукція. М.: Коростень, 2007. 6 с.
6. Романюк О. П. Соціальні плакати та їх вплив на людей. М.: Житомир, 2014. 12 с.
7. Лосик А. Є. Дизайн в житті людей. М.: Львів, 2011. 18 с.
8. Рудницький М. І. Значення і види плакатів. М.: Бердичів, 2014. 12 с.
9. Томків В. Ю. Рекламні плакати. М.: Мукачєво, 2011. 5 с.
10. Веник Р. Д. Історія рекламного плаката. М.: Луцьк, 2006. 15 с.
11. Формати та розміри для плакатів. URL: <https://pro.cyfrolab.com> (дата звернення: 13.06.2020)
12. Класифікація паперу для друку. URL: <http://tr.knteu.kiev.ua/files/2011/11/13> (дата звернення: 14.06.2020)
13. Кращі рекламні плакати: 5 складових. URL: <https://jetgear.ru/uk/poleznoe/plakat-na-temu-hto-plakat---eto-hto-takoe-znachenie-i-vidy-plakatov-kak-sozdat.html> (дата звернення: 14.06.2020)
14. Що ми знаємо про папір? URL: <http://tipograff.com.ua/shho-mi-znayemo-pro-papir> (дата звернення: 15.06.2020)
15. Виробництво паперу. URL: <https://pidru4niki.com> (дата звернення: 15.06.2020)

ГАЛИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА
ВІДДІЛЕННЯ ДИЗАЙНУ

ДОДАТКИ
до дипломного проекту
«Розробка дизайн-проекту серії соціальних плакатів про боротьбу з
наркотиками»

Студент

підпис студента

О.Я.Мируцький

Керівник проекту

підпис керівника

Ю.П.Ткачук

Додаток А

Дизайн-особливості аналогів об'єкта дизайну

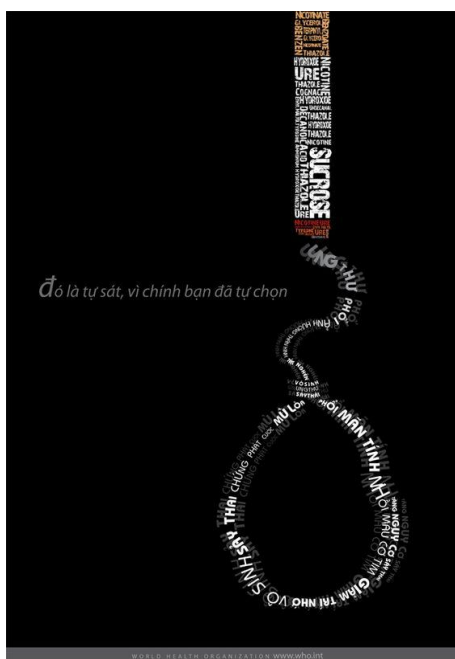


Рисунок А.1 – аналог соціального плакату

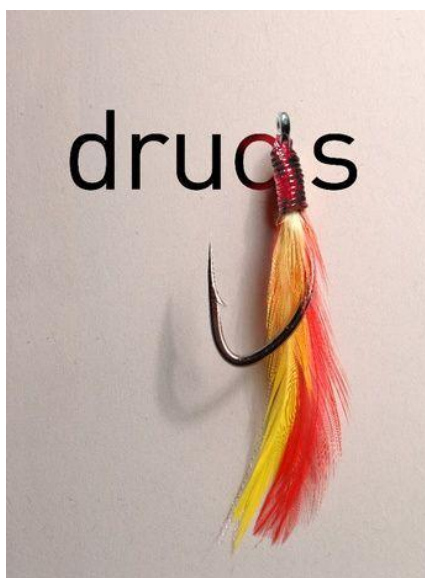


Рисунок А.2 – аналог соціального плакату

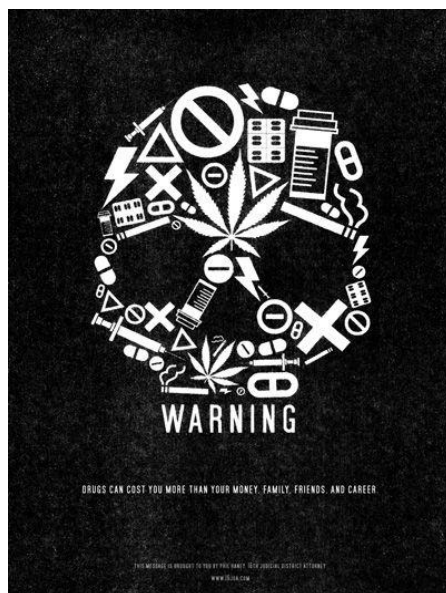


Рисунок А.3 – аналог соціального плакату

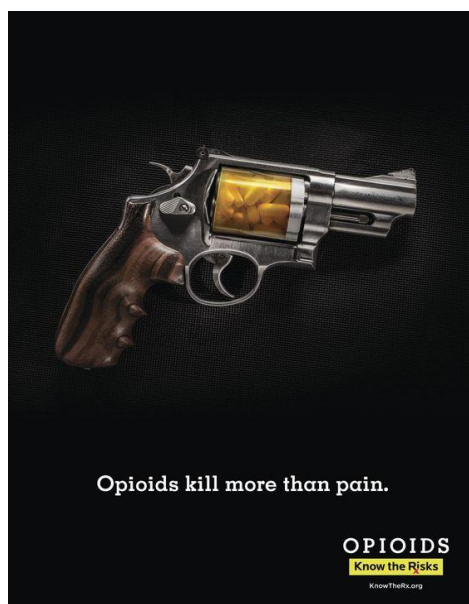


Рисунок А.4 – аналог соціального плакату



Рисунок А.5 – аналог соціального плакату



Рисунок А.6 – аналог соціального плакату

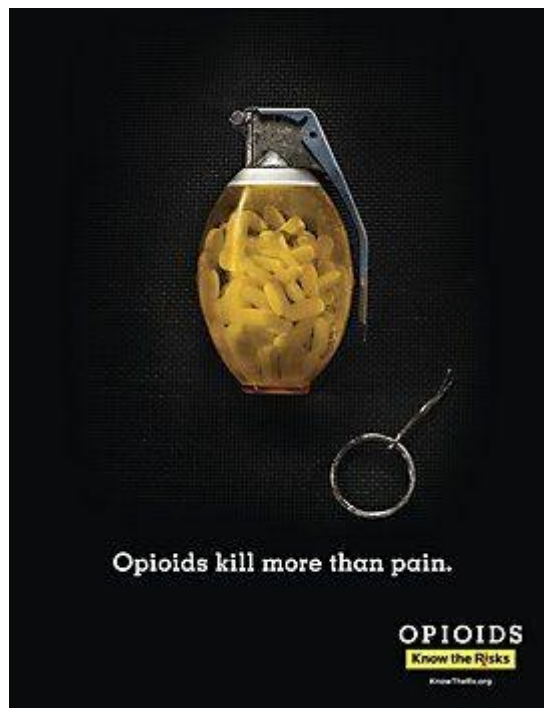


Рисунок А.6 – аналог соціального плакату



Рисунок А.6 – аналог соціального плакату

Додаток Б

Художньо-графічні пропозиції об'єкта дизайну

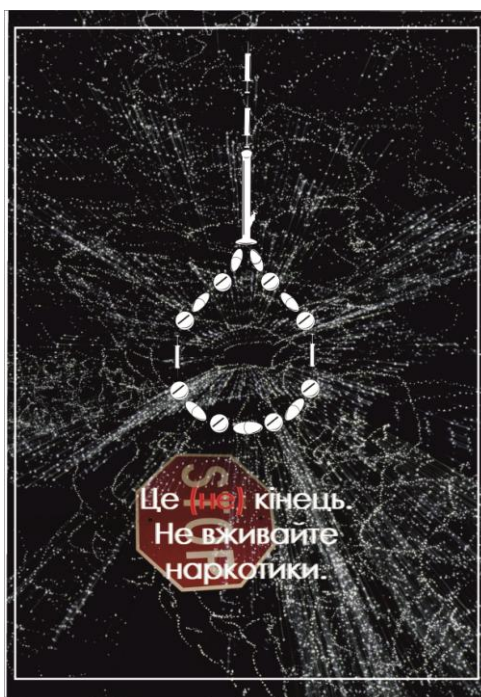


Рисунок Б.1 – Ескіз плакату з петлею



Рисунок Б.2 – Основний варіант плакату із петлею

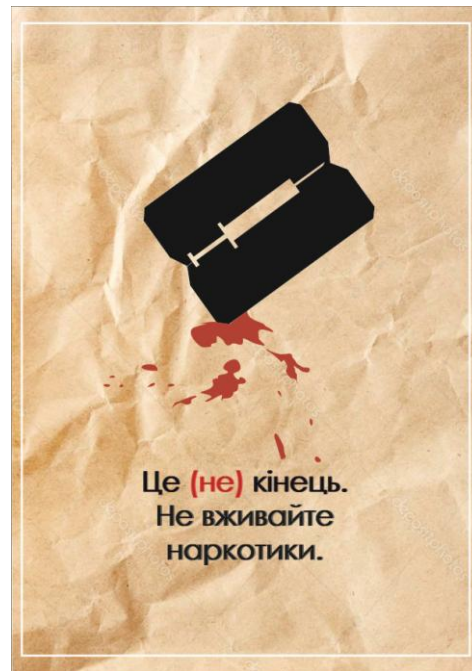


Рисунок Б.3 – Ескіз плакату з лезом



Рисунок Б.4 – Основний варіант плакату із лезом

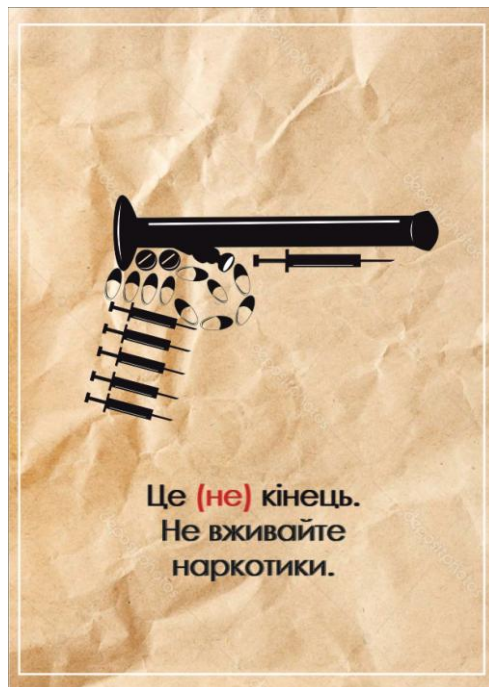


Рисунок Б.5 – – Ескіз плакату з пістолетом



Рисунок Б.6 – Основний варіант плакату із пістолетом

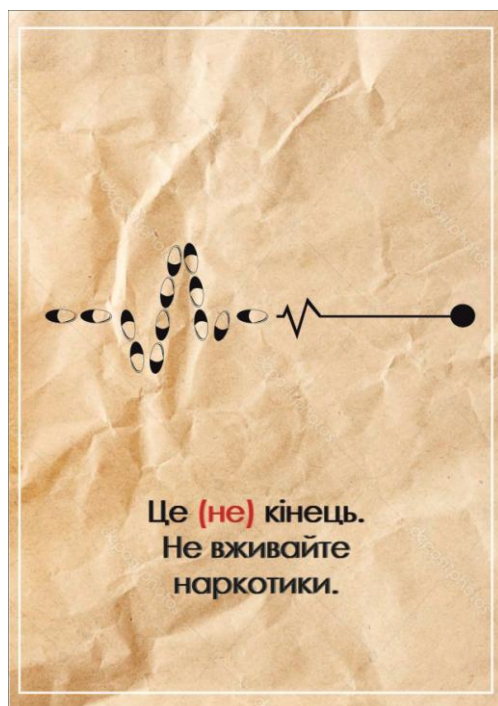


Рисунок Б.7 – – Ескіз плакату з лінією серцебиття



Рисунок Б.8 – Основний варіант плакату із лінією серцебиття



Рисунок Б.9 – Ескіз плакату з черепом



Рисунок Б.10 – Основний варіант плакату із черепом



Рисунок Б.11 – Ескіз плакату з мостом



Рисунок Б.12 – Основний варіант плакату із мостом

Додаток В

Специфікація

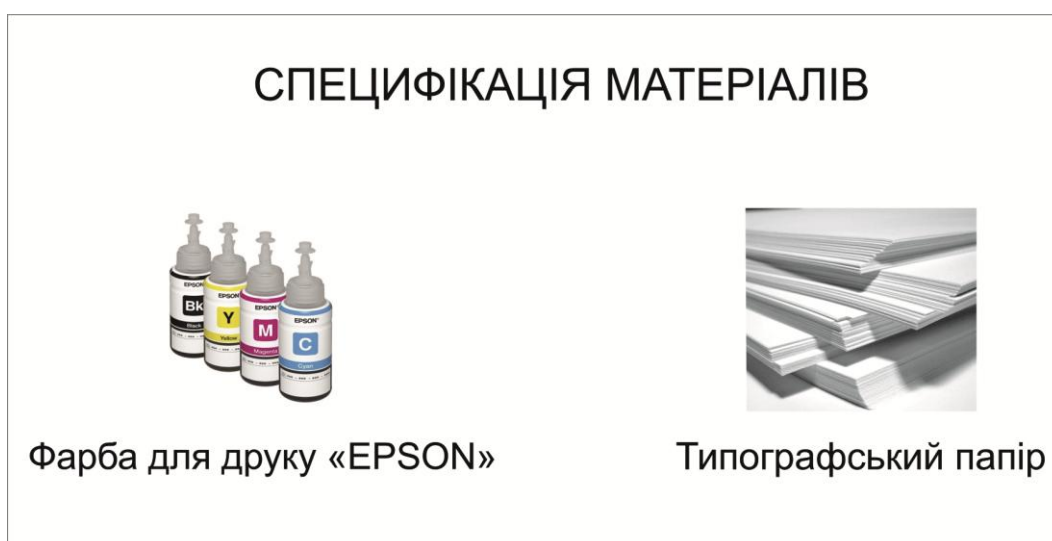


Рисунок В.1 – Специфікація матеріалів

СПЕЦИФІКАЦІЯ КОЛЬОРІВ				
				
R: 26 G: 145 B: 89	R: 25 G: 108 B: 150	R: 190 G: 63 B: 49	R: 117 G: 113 B: 104	R: 22 G: 22 B: 22

Рисунок В.1 – Специфікація кольорів

Додаток Г

Креслення об'єкта дизайну

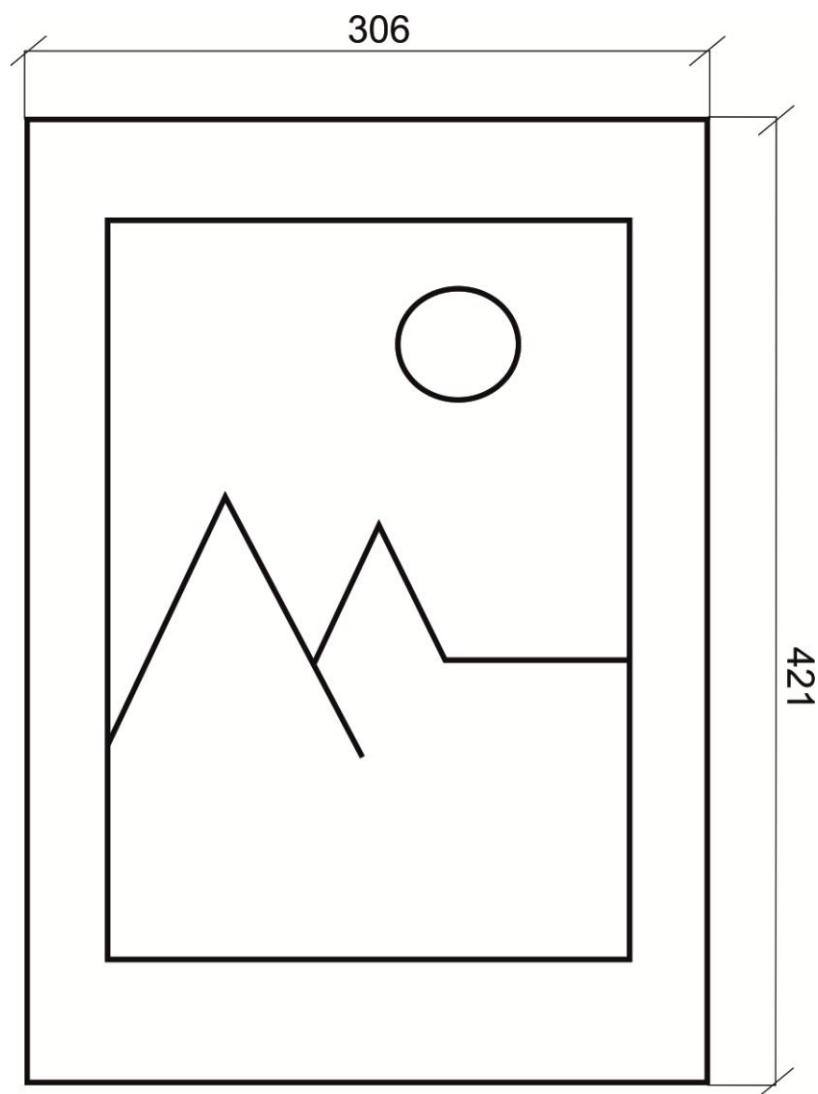


Рисунок Г.1 – креслення плакату

Додаток Д

Фотографії роботи в матеріалі та експозиційного планшета

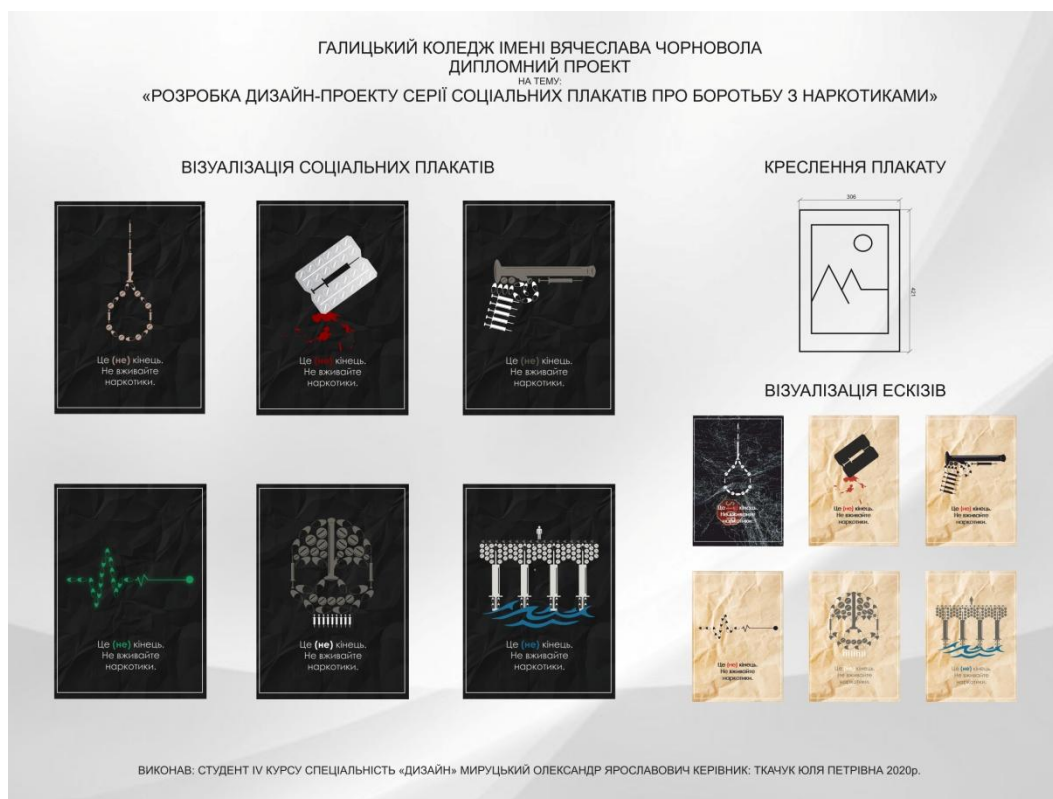


Рисунок Д.1 – Експозиційний планшет



Рисунок Д.2 – Експозиційний планшет

Завідуючий відділенням

Юрчук Н. А.

Студент 4 курсу

спеціальності 022 "Дизайн"

Мурзун О. Я.

Завда

щодо самостійного виконання кваліфікаційної роботи

І., Мурзун Олександр Іванович

Студент Державного факультету мистецтв, ч. курсу, група ДМ-41

Завдання: моя тематична робота на тему "Боротьба з корупцією - проект серії соціальних плакатів про боротьбу з корупцією".

Виконана самостійно і в ній не міститься елементів плагиату. Всі

згадані з джерелами та електронних джерел, а також із зазначених

раніше робіт мають відповідні посилання. Я ознайомлений з діями

плагиату, рідко з яких виявлення плагиату є підставою для відмови

в допуску кваліфікаційної роботи до захисту та призначення до академічної відповідальності.

17.06.2020р.

Витовані ДІДІ | [Детальніше...](#) | [Завантажити](#) | [Залучити 10941325 - 0](#)

corpuscheck.com/similarityreport/07ec4b6564f3c655e7a273a66541b2

Назад | Сімейка | Мірушак О. Р. ДМ-41 (1)

Копіювати | Меню навігації

РОЗДІЛ I

ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ

1.1 Дизайн-аналіз аналогів. Характеристика вихідного матеріалу, як джерела композиційного рішення.

Соціальні плакати - це плакати, які пропагують основні соціальні цінності, які відображають соціальні показники особистості, характеристики соціальних відносин у суспільстві, основні соціальні проблеми, загрози та катастрофи. [1]. Плакат накопичує досягнення станкової та книжкової графіки, фотографії та верстки, це органічна частина візуальної культури та ефективний засіб. Ми зустрічаєм його на міських та сільських вулицях, школах та підприємствах, зовнішніх стінах

пошук

9,51% Подібність: 5%

Всі джерела | Інтернет | Вибіркове

Всього знайдено: 56

Відсоток	Назва	Вибіркове
3,11%	Вишовський І. ДМ-41	
3,03%	Дипломна (Мурло М.) 2020 на плакат:	
2,68%	Бакланова Софія ДМ-41 (для перевірки на п...)	
2,68%	Іванівський В. Р. ДМ-41	
2,38%	uk.hoboeit.com/logo-similarity-23436-... 0.000000	
1,17%	studopedia.ru/9_56432_kontaktnaya-similarity-... 0.000000	
0,79%	mesapredmet.ru/1422055.html 0.000000	

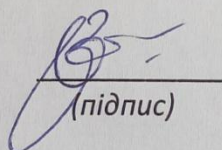
school-4-ka.ua/Files/Plakaty.pdf

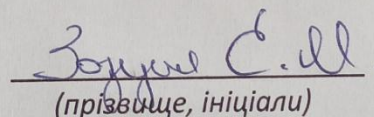
1064 Стор. 1 з 10 | 1123 | 19.06.2020

ДОВІДКА
про результати комп'ютерної перевірки на унікальність кваліфікаційної,
навчальної (курсової) роботи

Автор роботи	Мируцький О. Я.
Назва роботи	Розробка дизайн-проекту серії соціальних плакатів про боротьбу з наркотиками
Шифр групи	ДМ-41
Спеціальність	022 Дизайн
Освітня програма	Дизайн середовища
Курс	IV
Відділення /Факультет	Дизайну
Циклова комісія /Кафедра	Дисциплін дизайну
Керівник роботи	Ткачук Ю.П.
Роботу перевірено в програмі	Unicheck
Додано до бази даних	19.06.2020 р.
Ідентифікаційний номер роботи	1004165878
Результати перевірки	
Показник унікальності тексту через перевірку роботи у внутрішній базі Коледжу	90,1%
Показник унікальності тексту в мережі Інтернет	73,3%

Відповідальна особа


 (підпис)


 (прізвище, ініціали)