

Підсекція «Текстильний дизайн, дизайн виробів з текстилю, фотовідеодизайн»

УДК 5527

СТВОРЕННЯ ФОТОКАЛЕНДАРІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ У ПІДГОТОВЦІ ФОТОДИЗАЙНЕРІВ

Студ. О.В. Грицишин, гр. БДФ2-13
Науковий керівник доц. В.Є. Овчарек
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Показати розробку дизайну фотокалендаря. Розказати чим служить календар людині і для чого він потрібен. Виявити можливості використання трьох функцій поєднання в собі фотокалендаря і чим він є корисним. Як розробити дизайн календаря, щоб він був привабливим людині. Розкрити типи, формати, які існують розміри, показати основні стандартні види та придумати щось нове, що виходить за рамки стандартів і класичних форм. З чого почати розробку календаря та як правильно підібрати дизайн. Розкриті в собі більш креативну уяву.

Об'єкт дослідження. Розглядається професійний підхід роботи дизайнера до фотокалендаря. Швидкість створення задуманої ідеї. Створення різних фотографій, локацій для фото, підбір для кожної фотографії конкретного місяця. Формування відносин під час спільної роботи з партнерами: моделями, асистентами, працівниками поліграфії. Використання фототехніки.

Методи та засоби дослідження. Використання натурального світла. Фотографування вдень та вночі. Поїздки на пленери та створення позитивної атмосфери. Спілкування з професіоналами. Використання різних ширококутних і надширококутних об'єктивів, штативів, фільтрів та фотоапаратів. Розвиток уяви та фантазії. Грамотний підбір кольорової палітри, графіки і вдалої компоновки. Правильність розміщення композиції та об'єкту на фотографії. Знаходження балансу інтересів і можливостей між автором та партнерами з метою досягнення цілі – створення календаря для певної цільової аудиторії.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів.

- Вперше з'ясована послідовність розробки дизайну фотокалендаря: від узгодження формату календаря, щільності і типу поверхні паперу, до виготовлення готової рекламної поліграфічної продукції. Здійснений підбір фотографій під кожен місяць таким чином, щоб кожен лист логічно і гармонічно співвідносився з іншими, щоб дотримувалась колірна гама.

- Удосконалено процес зйомки пейзажу, як удень, так і при нічній зйомці, забезпечувалось слідкування за горизонтом та світлом, обережно і вдумливо komponувались лінії, і пропорції кадру. Використання поляризаційного фільтру на об'єктиві дало змогу отримати оригінальні та унікальні ефекти.

- Набутий досвід поєднання та цільового використання знань особливостей поліграфії та графіки.

Результати дослідження. На сьогоднішній день існує величезна кількість варіантів промислової технічної реалізації календаря. Компанія, виходячи з поставленого завдання, може підібрати рекламний календар для будь-якого місця в офісі або квартирі. Календар здавна служить людині в якості орієнтира в часі дня, тижня, місяця і року, з розвитком технологій людина стала широко використовувати залежність від календаря ще й в естетично рекламних цілях, естетика досягається

якісним цікавим дизайном, коли календар приємно взяти в руки і хочеться залишити його на видному місці в якості своєрідного доповнення або елемент дизайну інтер'єру а рекламні цілі досягаються за допомогою, ненав'язливого рекламування своїх товарів і послуг завуальованих в дизайні календаря.

В процесі роботи над фотокалендарем я дізналась, що якісний сучасний календар поєднує в собі три функції, він корисний як календар яким і є, він естетичний і привабливий з точки дизайну, він є відмінним рекламним майданчиком, що допомагає протягом року нагадувати і продавати товар або послугу. Якщо розумно дотримані всі три функції при розробці дизайну календаря, такий календар стає відмінним сувеніром, подарунком, або товаром для продажу, з гарантією того що його власник обов'язково залишить календар на видному місці, що в цілому позитивно відібується на рекламовані товари і послуги розміщених в календарі.

Існує безліч типів календарів, всі вони пройшли довгий шлях вдосконалення за своїми формами і габаритами, відсіваючи незручні формати і створюючи нові формати календарів, що користуються попитом. Проведений аналіз типів календарів, які мають широке застосування на практиці, а саме: Кишеньковий календар, настільний календар пірамідка, настільний календар пірамідка з перекидними аркушами, настінний календар квартальний, настінний календар перекидний, настінний календар плакат. Це тільки основні стандартні види календарів, серед них існує велика кількість різноманітних форматів і форм, до того ж завжди можна придумати щось нове, що виходить за рамки стандартів і класичних форм, але це автоматично призводить до подорожчання виробництва таких календарів, іноді настільки що пропадає всякий сенс у виробництві подібних календарів і тільки мало хто може дозволити собі таку розкіш. -Зрозуміла, що для того, щоб приступити до розробки дизайну календаря, розрахувати його вартість і терміни необхідно детально ознайомитися з майбутньою роботою, чітко розуміти поставлені завдання і обсяги робіт. Придумувала задум фотографії для кожного місяця, щоб все було гармонійно і привабливо (рис. 1, 2).

Висновки. Підсумовуючи, можна зазначити, що розробка дизайну календарів сьогодні переросла в окрему галузь поліграфії і як два окремих відгалуження: рекламна поліграфія та сувенірна поліграфія. І у кожної з них, у першу чергу, свої завдання. Завданням же дизайнера є вдала графічна реалізація, що відповідає поставленим цілям. За останні роки рекламна поліграфія зробила величезний крок вперед, торкнулося це звичайно ж і календарів.

Потрібно розвивати своє творче, креативне мислення, наша креативність базується на нашому інформаційному полі: чим більше ми знаємо, чим ширше наш кругозір, тим простіше нам розвинути креативне мислення. Відвідування виставок, конференцій, пленерів подорожей по різних країнах – все це спонукає до більш креативних думок. Постійно потрібно шукати нових вражень, намагатися частіше займатися новими видами діяльності і робити те, чого ніколи не робили.

Ключові слова. Формат, пленер, поліграфія, поляризаційний фільтр, захисний фільтр, широкутний об'єктив.



Рисунок 1



Рисунок 2