

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка серії соціальних плакатів патріотичного спрямування
Рівень вищої освіти перший(бакалаврський)
Спеціальність 022 Дизайн
Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг3-21

Титаренко О. В.

Науковий керівник д. пед.н., проф.

Єжова О. В.

Рецензент д. техн. н., проф. Пашкевич К.Л.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Київ 2025

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 022 Дизайн
Освітня програма Графічний дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри графічного дизайну

д.мист., доц. Руслана БЕЗУГЛА
“___” _____ 2025 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Титаренко Олександрі Валентинівні

1. Тема кваліфікаційної роботи Розробка серії соціальних плакатів патріотичного спрямування

Науковий керівник роботи Єжова Ольга Володимирівна, д.пед.н., проф.

затверджені наказом КНУТД від «05» березня 2025 р. № 50-уч

2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукові публікації та джерела за темою та дослідження розробки серії соціальних плакатів

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно опрацювати): Вступ, Розділ 1. Теоретичні аспекти дизайну соціального плакату, Розділ 2. Методологічні підходи до створення соціальних плакатів, Розділ 3. Практична розробка серії соціальних плакатів патріотичного спрямування, Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

4. Дата видачі завдання лютий 2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	лютий 2025	
2	Розділ 1. Теоретичні аспекти дизайну соціального плакату	березень 2025	
3	Розділ 2. Методологічні підходи до створення соціальних плакатів	квітень 2025	
4	Розділ 3. Практична розробка серії соціальних плакатів патріотичного спрямування	травень 2025	
5	Загальні висновки	травень 2025	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	травень 2025	
7	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку (за 14 днів до захисту)	червень 2025	
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	червень 2025	
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагиату та текстових співпадінь (за 10 днів до захисту)	червень 2025	Коефіцієнт подібності ____% Коефіцієнт цитування ____%
10	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	червень 2025	

З завданням ознайомлений:

Студент _____ Олександра ТИТАРЕНКО

Науковий керівник _____ Ольга ЄЖОВА

АНОТАЦІЯ

Титаренко О. В. Розробка серії соціальних плакатів патріотичного спрямування. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

У кваліфікаційній роботі досліджено процес розробки соціальних плакатів, спрямованих на утвердження української єдності та ідентичності. Аналізуються принципи виразності сучасного українського соціального плаката, зокрема лаконічність, символізм та емоційна насиченість, які забезпечують ефективну візуальну комунікацію в умовах соціальних і культурних трансформацій. Розглядається історичний розвиток національно-визвольної ідеї в українських плакатах від часів УПА до сьогодення, підкреслюючи їх роль у формуванні національної свідомості. Враховано нормативні документи, такі як Державна цільова соціальна програма з утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2028 року, що визначають стратегічні напрями розвитку національної ідентичності. Практична частина роботи включає створення серії плакатів із використанням сучасних графічних технологій, спрямованих на зміцнення національної єдності та підвищення патріотичної свідомості.

Ключові слова: *соціальний плакат, українська єдність, національна ідентичність, візуальна комунікація, графічний дизайн.*

SUMMARY

Tytarenko O.V. Development of a Series of Social Posters with a Patriotic Focus. – The manuscript.

Bachelor's degree project in specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

The qualification work examines the process of developing social posters aimed at affirming Ukrainian unity and identity. The principles of expressiveness of the modern Ukrainian social poster are analyzed, in particular, laconicism, symbolism and emotional richness, which ensure effective visual communication in the conditions of social and cultural transformations. The historical development of the national liberation idea in Ukrainian posters from the time of the UPA to the present day is considered, emphasizing their role in the formation of national consciousness. Regulatory documents, such as the State Targeted Social Program for the Affirmation of Ukrainian National and Civic Identity for the Period Until 2028, which determine the strategic directions for the development of national identity, are taken into account. The practical part of the work includes the creation of a series of posters using modern graphic technologies aimed at strengthening national unity and raising patriotic consciousness.

Key words: *social poster, Ukrainian unity, national identity, visual communication, graphic design.*

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТУ ..	9
1.1 Характеристика процесу дизайн-проектування соціального плакату.....	9
1.2 Еволюція дизайну соціального плакату в Україні	11
Висновки до першого розділу	17
РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ	20
2.1 Методологія аналізу соціального плакату: вітчизняний та зарубіжний досвід..	20
2.2 Аналіз дизайну сучасних українських соціальних плакатів на тему національної єдності та ідентичності	23
2.3 Технологічний аналіз об'єкту дизайн-проектування. Дослідження новітніх матеріалів, технологій виготовлення соціальних плакатів	34
2.4 Формулювання концепції та основних ідей, що визначають зміст та стилістику соціальних плакатів	37
Висновки до другого розділу	40
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РОЗРОБКА СЕРІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ ПАТРІОТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ	43
3.1 Вибір матеріалів для реалізації дизайн-проекту.....	43
3.2 Вибір технічних засобів і стилістичних рішень для створення плакатів	52
3.3 Етапи розробки серії соціальних плакатів: від ескізу до фінального продукту .	57
Висновки до третього розділу	59
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	74

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному українському суспільстві питання національної єдності та ідентичності набувають особливої ваги. Соціальні плакати, як ефективний засіб візуальної комунікації, відіграють важливу роль у формуванні суспільної свідомості та пропаганді національних цінностей. Вони здатні швидко та яскраво донести до широкої аудиторії важливі меседжі, сприяючи консолідації нації та підвищенню патріотизму.

Державна політика України спрямована на утвердження національної та громадянської ідентичності. Зокрема, Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності» визначає українську національну ідентичність як стійке усвідомлення особою належності до української нації як самобутньої спільноти. У цьому контексті розробка соціальних плакатів на тему української єдності та ідентичності є актуальним завданням, що відповідає сучасним викликам та потребам суспільства.

Метою дослідження є розробка серії соціальних плакатів на тему української національної єдності та ідентичності на основі аналізу сучасних трендів в графічному дизайні, з покращеними естетичними властивостями.

Завдання дослідження.

- Проаналізувати історичний розвиток соціального плаката в Україні та його роль у формуванні національної свідомості.
- Дослідити сучасні тенденції в дизайні соціальних плакатів та їх вплив на сприйняття аудиторією.
- Визначити основні принципи та методи розробки соціальних плакатів на тему української єдності та ідентичності.
- Розробити серію соціальних плакатів, спрямованих на утвердження української національної єдності та ідентичності.

Об'єктом дослідження є соціальний плакат, як об'єкт графічного дизайну.

Предметом дослідження є процес розробки та особливості дизайну соціальних плакатів на тему української єдності та ідентичності.

Методи дослідження. У процесі дослідження використовувалися такі методи:

1. Аналіз літературних джерел та нормативних документів з теми дослідження.
2. Порівняльний аналіз сучасних соціальних плакатів.
3. Методи графічного дизайну та візуалізації інформації.
4. Емпіричні методи оцінки ефективності розроблених плакатів.

Елементи наукової новизни одержаних результатів:

отримали подальший розвиток принципи проектування соціальних плакатів патріотичного спрямування.

Практичне значення роботи полягає у розробці серії з 6 соціальних плакатів, які можуть бути використані у просвітницьких та інформаційних кампаніях, спрямованих на утвердження української національної єдності та ідентичності. Результати дослідження можуть бути корисними для дизайнерів, громадських діячів, маркетологів, освітян та інших фахівців, які займаються питаннями національної ідентичності та патріотичного виховання.

Апробація результатів дослідження. Результати апробовано на конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» (Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна, 04 квітня 2025 р.) (додаток А) та опубліковано в її матеріалах [50]. Участь у засіданні наукового гуртка «Графічний дизайн у візуальній культурі XX – XXI століть». Розроблену автором графічну роботу представлено на XIX Всеукраїнському конкурсі образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва «Етюдний вернісаж», лауреат I премії (додаток Б).

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (56 найменувань), додатків. Основний текст роботи становить 64 сторінки, в т.ч. 5 таблиць, 22 рисунки. Робота містить 4 додатки, викладених на 10 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТУ

1.1. Характеристика процесу дизайн-проектування соціального плакату

Дизайн-проектування соціального плакату є складним та багатограним процесом, який поєднує в собі аналіз соціальних проблем, розробку концепції, вибір художніх засобів та технічну реалізацію. Згідно з дослідженням, соціальний плакат активно формує масову свідомість, включається в соціальну знакову систему та має потужний вплив на громадську думку [1, с. 84]. Згідно з Українською бібліотечною енциклопедією, плакат є одним із найдавніших і ефективних поліфункціональних інструментів впливу на суспільну свідомість та універсальним засобом візуальної комунікації [2, с. 1]. Соціальний плакат виступає потужним інструментом взаємодії, здатним впливати на свідомість та поведінку людей, привертаючи увагу до актуальних суспільних питань.

Дизайн соціального плакату є важливим засобом комунікації, який поєднує в собі естетичні та соціальні аспекти для передачі важливих суспільних повідомлень. Процес створення такого плакату включає кілька ключових етапів, кожен з яких має свої особливості та вимоги.

Першим етапом у процесі створення соціального плакату є глибокий аналіз обраної соціальної проблеми. Це включає вивчення статистичних даних, дослідження громадської думки, аналіз існуючих інформаційних кампаній та визначення цільової аудиторії. Важливо розуміти, які меседжі вже були використані, які з них були ефективними, а які ні. Такий аналіз допомагає уникнути повторень і знайти унікальний підхід до теми. Такий підхід дозволяє дизайнеру зрозуміти сутність проблеми та визначити найбільш ефективні способи її візуалізації.

На основі проведеного аналізу формується концепція плакату. Це творчий етап, під час якого визначаються основні меседжі, які плакат має донести до

аудиторії. Важливо, щоб ідея була чіткою, лаконічною та відповідала обраній проблематиці. Як зазначено в дослідженні, створення соціального плакату розпочинається з формулювання ідеї, що вимагає глибокого аналізу суспільної проблеми та вибору відповідної концепції [4, с. 15].

Після визначення концепції розпочинається робота над композиційним рішенням плакату. Це включає вибір кольорової гами, типографіки, зображень та інших візуальних елементів. Композиція повинна бути збалансованою та сприяти ефективному донесенню основного меседжу до глядача. Важливо враховувати психологічні аспекти сприйняття кольорів та форм, щоб забезпечити максимальний вплив на аудиторію.

Використання шрифтових елементів. Шрифт є одним із ключових елементів дизайну плакату. Від його вибору залежить читабельність та сприйняття інформації. Сучасні тенденції в дизайні шрифтового плакату акцентують увагу на експериментах з формою та розміром шрифту для досягнення більшого емоційного впливу [5, с. 45]. Важливо забезпечити контраст між текстом та фоном, а також уникати надмірного використання різних шрифтів, щоб не перевантажувати композицію.

З розвитком цифрових технологій дизайн соціальних плакатів зазнав значних змін. Використання інтерактивних елементів, QR-кодів та доповненої реальності дозволяє залучити аудиторію та підвищити ефективність комунікації. Сучасні методи унаочнення матеріалу мають відповідати таким вимогам: не перевантажувати візуальною та текстовою інформацією, мати інтерактивні елементи, вміщувати великий обсяг матеріалу та зберігати структурованість [6, с. 2].

Процес створення соціального плакату можна розділити на кілька основних етапів:

- дослідження та аналіз: вивчення соціальної проблеми, визначення цільової аудиторії, аналіз існуючих рішень;
- розробка концепції: формулювання основної ідеї та меседжу плакату;

- ескізування: створення попередніх ескізів, пошук оптимального композиційного рішення;
- деталізація дизайну: вибір кольорової гами, шрифтів, зображень, розробка фінального макету;
- тестування та корекція: оцінка ефективності плакату, внесення необхідних змін.
- виробництво та розповсюдження: друк плакатів та їх розміщення у вибраних локаціях [7, с.260].

Дизайн-проекування соціального плакату є комплексним процесом, який вимагає від дизайнера не лише художніх навичок, але й глибокого розуміння соціальних проблем та психології сприйняття інформації. Кожен етап цього процесу спрямований на створення ефективного візуального повідомлення, яке здатне вплинути на свідомість та поведінку людей. Успішний соціальний плакат повинен бути візуально привабливим, чітко передавати основний меседж та спонукати аудиторію до дії або роздумів [8, с.13].

1.2. Еволюція дизайну соціального плакату в Україні

Еволюція дизайну соціального плакату в Україні відображає складний процес трансформації суспільства, його культурних, політичних та соціальних змін. Соціальний плакат, як форма візуальної комунікації, завжди відігравав важливу роль у формуванні громадської свідомості та передачі суспільно значущих повідомлень.

Перші зразки українського соціального плакату сягають кінця XIX — початку XX століття, коли цей вид мистецтва почав формуватися як окремий жанр графіки. Плакат, як засіб масової комунікації, виник у Європі внаслідок розвитку друкарських технологій та потреби в оперативному поширенні інформації серед широких верств населення. В Україні цей процес відбувався паралельно зі зростанням національної свідомості та політичної активності [9, с.7].

Перші українські плакати з'явилися на межі XIX–XX століть і були тісно пов'язані з політичними та соціальними рухами того часу. Вони виконували функції агітації та пропаганди, спрямовані на мобілізацію населення та підтримку національних ідей. Зокрема, під час революційних подій 1905–1907 років плакати використовувалися для закликів до страйків та демонстрацій, відображаючи прагнення до соціальних змін та національного визволення.

З проголошенням Української Народної Республіки (УНР) у 1917 році плакат набув особливого значення як засіб комунікації між урядом та населенням. У цей період створювалися плакати, що закликали до підтримки незалежності, формування національної армії, боротьби з більшовицькою агресією та розбудови державності (рис. 1.1). Художники використовували національні символи, такі як тризуб, жовто-блакитні кольори, образи козацтва та історичних постатей, підкреслюючи ідею національної єдності та самобутності [9, с.21].



Рис. 1.1 Плакат УНР 1917 року

Ранні українські плакати відзначалися поєднанням традиційних народних мотивів із модерністськими тенденціями європейського мистецтва. Художники

зверталися до стилістики модерну, використовуючи плавні лінії, орнаментальні елементи та яскраві кольори. Важливу роль відігравали шрифтові композиції, які часто виконувалися вручну, надаючи плакатам індивідуальності та виразності [9, с.35].

Український плакат цього періоду не існував у вакуумі; він зазнавав впливу як західноєвропейських, так і російських зразків. Зокрема, французький плакат кінця XIX століття, з його яскравими кольорами та динамічними композиціями, вплинув на формування естетики українського плакату. Водночас, українські митці прагнули створити власний національний стиль, який би відображав специфіку місцевої культури та традицій [9, с.113].

На початку XX століття плакат став важливим засобом масової інформації та впливу на громадську думку. Він використовувався не лише для політичної агітації, але й для соціальних кампаній, таких як боротьба з неписьменністю, пропаганда здорового способу життя та підтримка культурних ініціатив. Плакати розміщувалися на вулицях, у громадських закладах, на вокзалах та інших місцях масового зібрання людей, забезпечуючи широке охоплення аудиторії [9, с.187].

Радянський період в історії українського соціального плакату охоплює часи від 1920-х до 1980-х років і характеризується значними змінами в художніх підходах, тематиці та функціях плакатного мистецтва. У цей період плакат став важливим інструментом політичної пропаганди, соціальної мобілізації та культурної ідентифікації.

Після встановлення радянської влади в Україні в 1920-х роках плакат став основним засобом поширення нової соціалістичної ідеології (рис. 1.2). Художники активно використовували плакат для пропаганди досягнень радянської влади, закликів до праці та боротьби з контрреволюцією. В цей період спостерігається поєднання конструктивістських та соціалістичних реалізмів у стилістиці плакатів, що відображало прагнення до утвердження нових соціальних і культурних цінностей [10, с.67].



Рис. 1.2 Плакат «Борись за право участі у Всесоюзній сільськогосподарській виставці!»(худож. А. Кожухов. [К.]: Мистецтво, 1955.офсет кольор.; 82,6 x 58,8).

Після Другої світової війни український плакат продовжував виконувати функції пропаганди, але з акцентом на досягнення соціалістичного будівництва, розвиток народного господарства та культури. Плакати часто містили заклики до праці, підвищення продуктивності, боротьби з куркульством та іншими соціальними недугами. В цей період спостерігається зростання ролі національних мотивів у плакатах, що відображало прагнення до збереження та розвитку української культурної ідентичності в рамках радянської системи [11].

У радянський період український плакат відзначався яскравими кольорами, чіткими лініями та використанням символіки, що підкреслювала соціалістичні ідеали. Шрифти часто виконувалися в стилі конструктивізму або соціалістичного реалізму, що сприяло створенню монументального та патріотичного образу.

Використання національних символів, таких як тризуб, калина, хліб, підкреслювало зв'язок з українською культурною спадщиною [10, с.67]

Плакат у радянський період виконував функції не лише інформаційного засобу, але й інструменту виховання громадянської свідомості, формування соціалістичного патріотизму та підтримки політичної лінії партії (рис. 1.3). Він був присутній у громадських місцях, на підприємствах, у навчальних закладах, що забезпечувало його широке охоплення аудиторії [10, с.69]



Рис. 1.3 Плакат (Дзюбан І., 1956, Київ (НБУ ім. Вернадського))

Радянський період в історії українського соціального плакату характеризується активним використанням плакатного мистецтва для пропаганди соціалістичних ідеалів, підтримки національної ідентичності та соціальної мобілізації. Плакати цього періоду відображають складні процеси культурної адаптації та взаємодії між радянською ідеологією та українською культурною традицією.

Після здобуття незалежності України в 1991 році соціальний плакат став важливим інструментом комунікації, відображаючи соціальні, політичні та екологічні виклики нового часу. В умовах демократизації суспільства та розвитку громадянського суспільства плакатне мистецтво в Україні зазнало значних змін, відображаючи нові реалії та потреби суспільства [11, с. 33].

У перші роки незалежності соціальний плакат в Україні активно відображав процеси національного відродження, боротьби за суверенітет та формування нової національної ідентичності. Плакати стали важливим засобом комунікації, що сприяло формуванню громадянської свідомості та підтримці демократичних процесів. Водночас, зростання соціальних проблем, таких як безробіття, бідність та корупція, вимагало нових підходів у соціальній рекламі [12, с. 947].

У 2000-х роках соціальний плакат в Україні став більш професійним та інтегрованим у міжнародний контекст. З'явилися нові форми та методи соціальної реклами, включаючи використання цифрових технологій та інтерактивних медіа. Українські дизайнери активно брали участь у міжнародних конкурсах та виставках, що сприяло підвищенню рівня плакатного мистецтва та його визнанню на світовій арені [13, с. 32].

У 2010-х роках соціальний плакат в Україні активно реагував на соціальні та політичні виклики, зокрема на події Євромайдану, анексію Криму та конфлікт на сході України. Плакати стали потужним засобом вираження протесту, підтримки національної єдності та мобілізації громадян. Вони відображали патріотичні настрої, заклики до миру та солідарності, а також критику політичних режимів та соціальних проблем [14, с. 97].

Сьогодні соціальний плакат в Україні активно використовує можливості соціальних медіа та цифрових технологій для поширення своїх меседжів. Інтерактивні плакати, вірусні кампанії та онлайн-акції стали важливими інструментами соціальної реклами, дозволяючи залучати широку аудиторію та швидко реагувати на актуальні події [15, с. 258].

Період незалежності України став часом значних змін у розвитку соціального плакату. Від відродження національної ідентичності до інтеграції в міжнародний контекст, від реагування на соціальні та політичні виклики до використання новітніх технологій — соціальний плакат в Україні продовжує виконувати важливу роль у формуванні громадської думки та підтримці демократичних процесів.

У XXI столітті, завдяки швидкому розвитку цифрових технологій і глобалізації інформаційного простору, соціальний плакат трансформувався у мультимедійний медіа-продукт. Сучасні плакати характеризуються адаптивністю до нових засобів комунікації: вони інтегрують елементи анімації, інтерфейсів мобільних пристроїв та соціальних мереж. Цей етап відзначається ще й тим, що дизайнери використовують мінімалістичні композиції, яскраві контрастні кольори та символіку, яка відповідає актуальним соціальним викликам, таким як військові конфлікти, екологічна криза, соціальна нерівність та інші.

Еволюція дизайну соціального плакату в Україні відображає зміни в суспільстві та його цінностях. Від політичної пропаганди до соціально значущих тем, український плакат пройшов шлях трансформації, зберігаючи при цьому свою роль як важливого засобу комунікації та впливу на громадську думку.

Висновки до першого розділу

Проведене дослідження теоретичних аспектів дизайну соціального плакату дозволило окреслити фундаментальні принципи, на яких базується процес створення цього виду візуальної комунікації.

1. З'ясовано, що соціальний плакат є потужним засобом комунікації, який впливає на свідомість та поведінку людей. Він здатний швидко та ефективно передавати важливі повідомлення, сприяючи підвищенню обізнаності громадськості щодо актуальних соціальних проблем. Соціальні плакати мають значний вплив на

формування громадської думки та поведінки. Вони сприяють підвищенню обізнаності про соціальні проблеми, стимулюють до дії. Як зазначено в дослідженні, соціальні плакати виконують роль каталізатора соціальних змін, впливаючи на свідомість та поведінку людей.

2. Дослідження історії українського соціального плакату показало його динамічний розвиток від ранніх форм візуальної агітації до сучасних концептуальних підходів, що поєднують традиції образотворчого мистецтва з інноваційними технологіями. У радянський період плакат використовувався як засіб пропаганди, відображаючи ідеологічні настанови того часу. З набуттям незалежності український соціальний плакат зазнав значних змін, відображаючи трансформації у нових соціальних та політичних реаліях. Сучасні плакати часто звертаються до тем національної ідентичності, громадянської свідомості та соціальної відповідальності.

3. Виявлено, що сучасний соціальний плакат характеризується використанням новітніх технологій та інтеграцією з цифровими медіа. Дизайнери активно застосовують інтерактивні елементи та інші сучасні засоби виразності для підвищення ефективності комунікації. Як зазначено в дослідженні, сучасні тенденції в дизайні шрифтового плакату включають експерименти з типографікою та використанням нестандартних шрифтів для привернення уваги аудиторії. Також сучасний дизайн соціального плакату повинен бути гнучким, інтерактивним і здатним до швидкого оновлення інформації.

4. Аналіз теоретичних підходів до дизайну соціального плакату показав, що формування концепції є критично важливим етапом у створенні ефективного візуального продукту. Висновки дослідження свідчать про те, що використання символів, метафор та культурних кодів є основою для передачі ідеї єдності та ідентичності. Дизайнер повинен враховувати специфіку цільової аудиторії, контекст повідомлення та засоби виразності, які найбільш ефективно передадуть задум. Плакат, який включає в себе елементи національної символіки (наприклад, прапор, герб, традиційні орнаменти), здатний викликати сильний емоційний відгук, сприяти

формуванню патріотичного настрою. Отже, основним є те, що соціальний плакат як засіб комунікації несе в собі як естетичну, так і соціальну функцію, яка визначається його здатністю впливати на громадську свідомість.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ

2.1. Методологія аналізу соціального плакату: вітчизняний та зарубіжний досвід

У сучасному світі соціальний плакат є потужним засобом комунікації, який впливає на суспільну свідомість та поведінку. Аналіз соціальних плакатів дозволяє виявити їхні змістовні та формальні особливості, а також зрозуміти механізми їхнього впливу на аудиторію. У цьому розділі розглянемо методологічні підходи до аналізу соціальних плакатів, спираючись на вітчизняний та зарубіжний досвід [16, с. 37].

В українській науковій традиції аналіз соціальних плакатів базується на комплексному підході, який поєднує мистецтвознавчий, соціологічний та комунікативний аналіз. Зокрема, дослідники звертають увагу на такі аспекти (див. таб.2.1):

Таблиця 2.1

Традиційний науковий аналіз соціальних плакатів(систематизовано автором на основі [1,4,5,14])

Композиційний аналіз	Дослідження структури плакату, розташування елементів, використання кольору та шрифту. Такий підхід дозволяє виявити художні засоби, які використовуються для привернення уваги та передачі повідомлення
Семіотичний аналіз	Вивчення символів та знаків, використаних у плакаті, їхніх значень та інтерпретацій. Це допомагає зрозуміти, які культурні коди та асоціації залучаються для впливу на аудиторію
Соціологічний аналіз	Оцінка впливу плакату на різні соціальні групи, вивчення його сприйняття та ефективності у досягненні поставлених цілей. Цей підхід передбачає проведення опитувань та фокус-груп для збору емпіричних даних

У зарубіжній практиці аналіз соціальних плакатів також здійснюється з використанням різних методологічних підходів (див. таб. 2.2):

Таблиця 2.2

Зарубіжний практичний аналіз соціальних плакатів(систематизовано автором на основі[1,4,11,12,23])

Риторичний аналіз	Дослідження переконувальних стратегій, використаних у плакаті, таких як емоційні апеляції, логічні аргументи та етичні заклики. Цей підхід дозволяє зрозуміти, як плакат намагається вплинути на переконання та поведінку аудиторії
Психологічний аналіз	Вивчення психологічних механізмів впливу плакату, таких як сприйняття кольору, форми, образів та їхній вплив на емоційний стан глядача. Це допомагає визначити, які елементи дизайну сприяють запам'ятовуванню та впливу на підсвідомість
Культурологічний аналіз	Розгляд плакату в контексті культурних та історичних особливостей суспільства, для якого він створений. Цей підхід дозволяє виявити, як плакат відображає та формує культурні цінності та норми

Порівняння вітчизняного та зарубіжного досвіду в аналізі соціальних плакатів виявляє як спільні риси, так і відмінності, зумовлені культурними, історичними та соціальними контекстами.

В українській практиці аналізу соціальних плакатів часто застосовуються комплексні методи, що поєднують мистецтвознавчий, соціологічний та психологічний аналізи. Зокрема, дослідники звертають увагу на символіку, кольорову гаму, типографіку та композиційні особливості плакатів, а також на їхній вплив на суспільну свідомість [16, с. 42].

Зарубіжні дослідники також застосовують різноманітні методи аналізу, проте часто зосереджуються на контент-аналізі, риторичному аналізі та дослідженні ефективності комунікаційних стратегій. У книзі «Досвід контент-аналізу: Моделі та практики» розглядаються методологічні та методичні проблеми аналізу змісту масової комунікації, представлені як вітчизняний, так і західний досвід [17, с. 72].

Українські соціальні плакати часто відображають національні традиції, історичні події та соціальні проблеми, характерні для країни. Вони можуть містити елементи народного мистецтва, використовувати національні символи та кольори [18].

Зарубіжні плакати, залежно від країни походження, відображають відповідні культурні та соціальні реалії. Наприклад, американські соціальні плакати часто акцентують увагу на індивідуалізмі та особистій відповідальності, тоді як європейські можуть зосереджуватися на колективних цінностях та соціальній солідарності [8, с. 13].

Вітчизняні плакати часто характеризуються використанням яскравих кольорів, чітких ліній та зрозумілих символів. Вони спрямовані на швидке привернення уваги та передачу чіткого повідомлення. У дослідженні, присвяченому адаптивній ролі плакату в контексті розвитку візуальних комунікацій, зазначається, що візуальна комунікація здійснює різний вплив на оцінку, думки і поведінку людей, що досягається систематичним поширенням різноманітних друкованих і цифрових матеріалів [7, с. 262].

Зарубіжні плакати можуть демонструвати ширший спектр стилістичних підходів, від мінімалізму до складних графічних рішень. Вони часто використовують метафори, іронію та інші риторичні прийоми для глибшого залучення аудиторії. Порівняння плакатів за стилістичними тенденціями виявило необхідність синкретизму візуальних засобів з креативними рекламними технологіями, такими як метафора та іронія [7, с. 264].

Українські соціальні плакати часто зосереджуються на таких темах, як національна ідентичність, збереження культурної спадщини, соціальна справедливість та громадянська відповідальність [16, с. 37].

Зарубіжні плакати можуть охоплювати широкий спектр тем, включаючи екологію, здоровий спосіб життя, права людини та глобальні проблеми. Вони часто

відображають актуальні для конкретного суспільства питання та використовують універсальні символи для досягнення міжнародного розуміння.

Вітчизняні дизайнери соціальних плакатів активно використовують сучасні технології та цифрові інструменти для створення ефективних візуальних повідомлень. У методичних рекомендаціях до виконання самостійної роботи з проектної графіки зазначається важливість використання сучасних програмних засобів для розробки плакатів [20, с. 8].

Зарубіжні фахівці також широко застосовують цифрові технології, але можуть приділяти більше уваги інтерактивним елементам та мультимедійним форматам, створюючи плакати, які взаємодіють з аудиторією через QR-коди, доповнену реальність та інші сучасні технології.

Порівняння вітчизняного та зарубіжного досвіду в аналізі та створенні соціальних плакатів демонструє як спільні підходи, так і унікальні особливості, зумовлені культурними, історичними та соціальними контекстами.

2.2. Аналіз дизайну сучасних українських соціальних плакатів на тему національної єдності та ідентичності

Аналіз дизайну сучасних українських соціальних плакатів на тему національної єдності та ідентичності є важливим аспектом дослідження візуальної комунікації, оскільки такі плакати відіграють ключову роль у формуванні суспільної свідомості та підтримці патріотичних настроїв.

У сучасному суспільстві дизайн соціальних плакатів набуває особливої актуальності, адже вони стають ефективним засобом візуальної комунікації, спрямованим на формування громадянської свідомості, мобілізацію населення та консолідацію національної єдності. Українські соціальні плакати, присвячені тематиці національної єдності та ідентичності, відображають багатовимірність культурних, історичних та політичних процесів, що визначають сучасний стан

держави. Метою цього розділу є всебічний аналіз сучасного дизайну таких плакатів з точки зору використання кольорової палітри, композиційних рішень, типографіки, символіки та інших візуальних елементів, які сприяють передачі послань національної єдності та формуванню національної ідентичності.

Соціальний плакат є потужним засобом візуальної комунікації, який здатний впливати на масову свідомість та формувати національну ідентичність. Він використовується для передачі важливих соціальних, політичних та культурних повідомлень, сприяючи консолідації суспільства навколо спільних цінностей та ідеалів. Зокрема, в умовах військового конфлікту та інформаційної війни, соціальні плакати стають інструментом підняття морального духу та збереження національної єдності [22, с. 75].

В Україні, особливо в періоди соціальних та політичних змін, плакатне мистецтво відіграє ключову роль у підкресленні національних цінностей, традицій та символів.

Плакатне мистецтво в Україні має багаті традиції, які відображають історичні та культурні процеси. У другій половині XX століття плакат проникає в різні куточки життя: в міське середовище, на територію фабрик і заводів, в колгоспи, клуби, школи й лікарні, торкаючись всіх сторін життя українця. Незважаючи на певну нав'язливість, плакатне мистецтво відігравало позитивну роль у справі утвердження вічних людських цінностей, любові до батьківщини [12, с. 447].

Підходи до аналізу дизайну соціальних плакатів ґрунтуються на комплексному методологічному підході, який поєднує елементи семіотики, композиційного аналізу, культурологічного та соціологічного дослідження. Семіотичний аналіз дозволяє розглянути плакат як систему знаків, що складається з образів, символів, тексту та кольорів. Застосовуючи принципи семіотики, можна визначити, які елементи сприяють формуванню національної ідентичності та викликають у глядача відповідні емоційні та когнітивні реакції.

Культурологічний підхід зосереджується на аналізі культурних кодів, що використовуються у плакатах, а також на їхньому значенні для відображення історичного досвіду та традицій українського народу. Соціологічний аспект дозволяє оцінити, як візуальні послання впливають на формування громадянської свідомості та сприяють консолідації суспільства у періоди політичних викликів. Таким чином, дане дослідження інтегрує міждисциплінарні підходи, що забезпечують глибоке розуміння феномену сучасного дизайну соціальних плакатів.

Сучасні українські соціальні плакати активно використовують національну символіку, кольори та образи, що сприяє зміцненню національної свідомості та єдності. Використання метафор та символів на соціальних плакатах є потужним інструментом комунікації, допомагаючи створити емоційний зв'язок з аудиторією та стимулюючи рефлексію та дії [21, с.148].

Сучасні українські соціальні плакати на тему національної єдності та ідентичності характеризуються використанням яскравих кольорів, символіки та образів, які відображають національні традиції та культурні особливості. Дизайнери активно застосовують національні символи, такі як тризуб, вишиванка, калина, а також кольори державного прапора – синій та жовтий. Ці елементи сприяють створенню впізнаваного та емоційно насиченого образу, який резонує з аудиторією та підсилює почуття патріотизму [22, с. 150].

Однією з ключових характеристик сучасних українських соціальних плакатів є їхня композиційна структура, яка спрямована на максимальне привернення уваги та швидке зчитування основного послання. Композиція плакату часто базується на простоті та лаконічності, що дозволяє передати головну ідею за лічені секунди. Основним принципом є розташування головного елементу (символу, образу чи слогану) в центрі композиції, що служить фокусом уваги глядача.

У плакатах, присвячених тематиці національної єдності, часто використовується принцип симетрії або асиметричного балансу, що створює відчуття стабільності та гармонії. Наприклад, використання центрального символу –

державного герба чи національного орнаменту – у поєднанні з динамічними лініями та формами допомагає підкреслити єдність минулого, сьогодення та майбутнього. Ретельно опрацьована композиція сприяє тому, що навіть за умов інформаційного перевантаження глядач може швидко зорієнтуватися в основному меседжі плакату.

Композиційно плакати часто побудовані на принципах контрасту та динаміки, що привертає увагу глядача та забезпечує ефективну передачу повідомлення. Зокрема, представлений на рис. 2.1 плакат використовує контрастні кольори, динамічний фон та поєднання національної символіки з воєнною тематикою, що символізує боротьбу. Зображення стилізованої жінки, що символізує образ України, показує її готовність захищати своє, вона, і матір, і воїн водночас. Напис «Україна» червоно кольору, що розташований на чорному тлі, є контрастним. Центральну фігуру оточує вогняне коло, наче ореол, що додає динамічності і драматизму, як і вогонь позаду. Використання великих шрифтів, чітких ліній та геометричних форм підсилює візуальний вплив та сприяє легкому сприйняттю інформації [23, с. 76]. Шрифт, що використаний для напису «Україна», має готичні риси, він є декоративним із гострими кутами і середньовічним стилем, що асоціюється з історичними темами.



Рис. 2.1 Плакат «Україна»(Єрмоленко А., 2022)

Колір є одним із найважливіших візуальних засобів у дизайні соціальних плакатів. Сучасні українські плакати на тему національної єдності зазвичай використовують палітру, що складається з традиційних національних кольорів – синього та жовтого – а також інших кольорів, які підсилюють емоційний ефект. Синій колір асоціюється з надією, стабільністю та довірою, тоді як жовтий символізує сонце, оптимізм та енергію. Наприклад, плакат на рис. 2.2 виконаний у національних кольорах, синій виступає фоном, коли як жовтий контрастує і надає яскравості і емоційності плакату. На постері також зображені люди які наче підтримують та лагодять макет «України», що може мати значення єднання і підтримки.



Рис. 2.2 Плакат «Суверенна»(Лишанець Ю., 2022)

Окрім традиційної палітри, дизайнери активно експериментують з контрастними поєднаннями, що дозволяють створити яскраві візуальні ефекти та підкреслити актуальність послань. Наприклад, використання червоних акцентів у поєднанні із синьо-жовтими відтінками може символізувати енергію боротьби та готовність до захисту національних цінностей. Гра з насиченістю і відтінками кольорів також дозволяє досягнути більшої глибини та багатовимірності образу.

Типографічне оформлення є ще одним важливим елементом дизайну сучасних соціальних плакатів. Вибір шрифтів, їх розмір, вага та розташування можуть значно впливати на сприйняття інформації. У плакатах, присвячених національній єдності, часто використовуються шрифти, що мають чіткі, сучасні контури та достатню вагу, щоб забезпечити максимальну читабельність на відстані. Наприклад, плакат на рис. 2 має поєднання двох стилізованих шрифтів, вони мають автентичний і унікальний стиль. Таке поєднання нагадує традиційний стиль та додає експресивності й емоційності плакату.



Рис. 2.3 Плакат «Україна переможе»(Харук Є., 2022)

Це особливо актуально для плакатів, які розміщуються у міських умовах, де глядачі мають обмежений час на сприйняття візуального послання.

Також важливе місце займає вербальна складова – короткі слогани та ключові фрази, які резонують з національними символами та історичною спадщиною. Лаконічність тексту дозволяє уникнути перевантаження інформацією, а використання риторичних прийомів сприяє підсиленню емоційного впливу. Сучасні плакати часто поєднують графічні елементи із текстовими, створюючи інтегроване повідомлення, що легко запам'ятовується.

Сучасні українські соціальні плакати на тему національної єдності та ідентичності акцентують увагу на таких ключових аспектах:

– Патріотизм та героїзм: Плакати часто зображують образи героїв, які борються за незалежність та суверенітет України, підкреслюючи важливість патріотизму та національної гідності. Наприклад, представлений на рис. 2.4 плакат зображує фігуру грецького бога морів – Посейдона, у сучасному стилі. Його поза є динамічною, він тримає тризуб, ніби готовий завдати удару. Також, на ньому зображений сучасний одяг, на футболці є зображення потопленого корабля – крейсера «Москва». Фон плакату чорний, що контрастує із основною фігурою і написом. Плакат має монохромну палітру, що підкреслює драматичний ефект. Напис виконано рукописним шрифтом, що імітує каліграфічний стиль, такий стиль підкреслює емоційність та унікальність.



Рис. 2.4 Плакат «Нептун шле вітання!» присвячений потопленню крейсера «Москва» 14.04.2022р. (Єрмоленко А., 2022)

– Національна символіка: Використання традиційних українських символів, таких як тризуб, вишиванки, калинові гілки, є важливим елементом дизайну, що підкреслює національну ідентичність. Наприклад, плакат на рис. 2.5 зображує поєднання кількох різних символів. Елементи у вигляді птаха і калинових гілок

створюють композицію що нагадує український тризуб. Плакат виконаний у національних кольорах.



Рис. 2.5 Плакат «Суверенна і незалежна»(Лишанець Ю., 2023)

– Єдність та солідарність: Плакати часто зображують сцени єднання різних верств населення, що символізує національну єдність та спільну мету. Наприклад, плакат на рис. 2.6 зображує єдність різних регіонів, кожна рука символізує різну частину України, всі вони об'єднуються єдиною стрічкою жовто-синього кольору. Одна з рук тримає тризуб, простягаючи його нагору в знак єдності. Також на стрічці присутні написи різних областей, що послідовно створюють єдину композицію.



Рис. 2.6 Плакат «This is our land» (Лишанець Ю., 2022)

Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального плаката показує, як композиційні рішення та використання архетипів коригують суспільну свідомість, впливаючи на соціальну динаміку в Україні.

Символіка, що використовується в плакатах, включає як традиційні національні символи, так і сучасні образи, які відображають актуальні події та настрої в суспільстві (рис. 2.7).



Рис. 2.7 Плакат виконаний в кольорах із символікою України

Зображення військових, волонтерів, культурних діячів, а також використання цитат відомих особистостей сприяють створенню сильного емоційного зв'язку з аудиторією [24, с. 12]. Наприклад, плакат на рис. 2.8 зображує як рука військового захищає людину від ракети. Така аналогія показує як військові напряду захищають мирне населення, створюючи емоційний зв'язок та залучаючи більшу кількість людей підтримувати один одного та військових. Також, на плакаті присутня національна символіка у вигляді прапора, що тримає дівчина та зображення гербу на рукаві військового.



Рис. 2.8 Плакат «3 Днем Збройних Сил України!»(Лішанець Ю., 2022)

Сучасні дизайнери активно використовують новітні технології та методики у процесі створення соціальних плакатів. Це включає застосування комп'ютерних графічних редакторів, 3D-моделювання, анімації та інтерактивних елементів. Використання цифрових технологій дозволяє створювати більш складні та виразні візуальні образи, а також адаптувати плакати для різних медіа-платформ, включаючи соціальні мережі та веб-сайти [25, с. 35]. Наприклад, плакат на рис. 2.9 є інтерактивним, користувач може взаємодіяти і змінювати його вигляд. Такий контент підвищує зацікавленість і допомагає привернути увагу. Глядач може змінювати не тільки дизайн, але й глибше дізнаватися про зміст.



Рис. 2.9 Анімований плакат (WolfT., 2024).

Крім того, сучасні методики навчання дизайну плакату акцентують увагу на розвитку креативного мислення, вивченні психології сприйняття та освоєнні новітніх технологій. Це сприяє підготовці фахівців, здатних створювати ефективні та актуальні візуальні комунікації, які відповідають потребам сучасного суспільства [26, с. 50].

Соціальні плакати мають значний вплив на суспільство, виконуючи такі функції:

- Інформування та освіта: Плакати інформують громадськість про важливі соціальні, політичні та культурні події, сприяючи підвищенню обізнаності та освіченості населення.

- Формування громадської думки: Через візуальні образи та символи плакати впливають на ставлення громадян до різних аспектів життя, формуючи громадську думку та соціальні цінності.

- Мобілізація та мотивація: Плакати можуть мотивувати громадян до активної участі в суспільних процесах, таких як волонтерство, участь у виборах або підтримка національних ініціатив.

Дослідження показують, що соціальний плакат є ефективним засобом емоційного впливу на формування екологічної свідомості людини, що свідчить про його універсальність та здатність впливати на різні аспекти суспільного життя [26, с. 158].

Аналіз дизайну сучасних українських соціальних плакатів на тему національної єдності та ідентичності демонструє високий рівень професіоналізму та креативності вітчизняних дизайнерів. Використання національної символіки, яскравих кольорів та сучасних технологій сприяє створенню ефективних візуальних комунікацій, які резонують з аудиторією та підтримують національну єдність. Таким чином, соціальні плакати є важливим інструментом у формуванні національної ідентичності, підкресленні національних цінностей та впливі на суспільну свідомість в Україні.

2.3. Технологічний аналіз об'єкту дизайн-проектування. Дослідження новітніх матеріалів, технологій виготовлення соціальних плакатів

Соціальні плакати є невід'ємною частиною візуальної комунікації. Їхнє створення вимагає застосування передових матеріалів та технологій, які забезпечують якість, довговічність і ефективність впливу на цільову аудиторію. Розвиток сучасних технологій у сфері дизайну та друкарства відкрив широкі можливості для інноваційного підходу до виготовлення плакатів, що відповідають сучасним вимогам.

Новітні матеріали для виготовлення соціальних плакатів:

Сучасний папір для друку плакатів виготовляється із використанням технологій, що забезпечують його довговічність. Наприклад, крейдований папір із матовим або глянцевою покриттям підходить для плакатів, які розміщуються в приміщеннях. Щільність паперу зазвичай варіюється від 170 до 350 г/м², що дозволяє забезпечити стійкість до зносу та високу якість передачі кольору [27, с. 153].

Синтетичні матеріали. Вінілові плівки, поліпропілен та поліестер використовуються для виготовлення плакатів, що експонуються на відкритому повітрі. Такі матеріали стійкі до впливу дощу, сонця та механічних пошкоджень. Наприклад, банери на основі вінілу активно використовуються у зовнішній рекламі, оскільки вони витримують екстремальні погодні умови [28, с. 32].

Екологічно чисті матеріали. Екологічні інновації у виробництві плакатів зосереджені на використанні біорозкладного паперу та фарб на водній основі. Такі матеріали відповідають сучасним тенденціям сталого розвитку та дозволяють знизити негативний вплив на навколишнє середовище [29, с. 37].

Спеціалізовані покриття. Для підвищення довговічності плакатів застосовуються різні покриття, такі як ламінування, що захищає поверхню від

подряпин, та УФ-лакування, яке підвищує яскравість кольорів і забезпечує стійкість до сонячного світла [27, с. 156].

Розвиток друкарських технологій значно розширив можливості виготовлення соціальних плакатів. Серед найбільш актуальних методів можна виділити (див. таб.2.3):

Таблиця 2.3

Сучасні технології друку

Цифровий	Цифрові друкарські машини дозволяють створювати плакати з високою деталізацією зображення, що особливо важливо для малих тиражів. Також технологія забезпечує можливість персоналізації кожного окремого плакату, наприклад, додавання унікальних QR-кодів або змінного тексту [30, с. 68].
Офсетний	Ця технологія залишається одним із найпоширеніших методів друку великих тиражів. Завдяки своїй економічній ефективності при масовому виробництві, офсетний друк використовується для друку як рекламних, так і соціальних плакатів [31, с. 63].
Шовкотрафаретний	Шовкотрафаретний метод є універсальним, оскільки дозволяє друкувати на різних матеріалах, включаючи тканину, дерево та скло. Його унікальною перевагою є можливість створення фактурних елементів, які додають плакату об'ємності та візуальної привабливості [31, с. 71].
Лазерне гравірування	Унікальна технологія, що використовується для виготовлення плакатів із металу або інших жорстких матеріалів. Це особливо актуально для створення довговічних пам'ятних плакатів, які можуть експонуватися десятиліттями [31, с. 85].

Сучасні технології відкривають нові горизонти для дизайнерів соціальних плакатів. Зокрема, використання інтерактивних елементів та цифрових технологій дозволяє створювати плакати, які не лише інформують, але й залучають аудиторію до взаємодії.

Інтерактивні елементи: впровадження QR-кодів, які ведуть до відео або інтерактивних сторінок, додає плакатам додаткової функціональності. Наприклад,

соціальний плакат із QR-кодом може спонукати глядача до участі в благодійній акції або перегляду інформаційного ролика [32, с. 92].

Тактильні елементи: використання текстурованих матеріалів, таких як рельєфні елементи, створює унікальний досвід взаємодії з плакатом. Це підвищує його емоційний вплив та запам'ятовуваність [18, с. 77].

Світлові ефекти: використання флуоресцентних фарб або світлодіодів робить плакат помітним у темний час доби. Цей підхід часто використовується для соціальних кампаній, що потребують додаткової уваги, таких як безпека дорожнього руху [32, с. 93].

Доповнена реальність (AR): плакати із застосуванням AR-технологій дозволяють глядачам отримати додатковий контент через смартфон. Це можуть бути анімовані сюжети, голосові повідомлення або інтерактивні ігри [33, с. 102]. Наприклад, плакат на рис. 2.10 зображує технологію захоплення руху, яка створює 3D-моделі, і дає змогу постеру стати «живим», адаптуючись під запит кожної людини. Це підвищує зацікавленість і створює взаємодію з контентом.



Рис. 2.10 Анімований плакат з 3D моделями (Berlec N., Alisch V., Hönow T., 2024).

Технологічний аналіз та дослідження новітніх матеріалів і технологій демонструють широкий спектр можливостей для вдосконалення соціальних плакатів. Використання сучасних технологій друку, інноваційних матеріалів і

інтерактивних рішень дозволяє створювати ефективні засоби комунікації, які відповідають сучасним викликам.

2.4. Формулювання концепції та основних ідей, що визначають зміст та стилістику соціальних плакатів

Розробка соціальних плакатів є важливим аспектом візуальної комунікації, що сприяє формуванню громадської думки та впливу на соціальні процеси. Успішне створення таких плакатів вимагає чіткого формулювання концепції та основних ідей, які визначають їх зміст та стилістику.

Визначення концепції соціального плаката. Концепція соціального плаката – це системний підхід до передачі важливої соціальної ідеї через візуальні елементи, що є інтегрованими в соціальну, політичну або культурну реальність певної групи або суспільства загалом. У контексті соціального плаката концепція повинна бути чітко сформульована, зрозуміла та актуальна для цільової аудиторії. Це дозволяє створити плакат, який буде не лише ефективно донесений до людей, а й матиме глибокий емоційний вплив, що може привести до змін у суспільній поведінці [22, с. 123].

Концепція соціального плаката включає кілька основних етапів:

1. Вибір соціальної проблеми або питання, яке потребує розв'язання.
2. Формулювання чіткої, зрозумілої та виразної ідеї, яку плакат передає.
3. Використання візуальних образів, кольорових схем, типографії та композиції, що відповідатимуть обраній ідеї та легко сприйматимуться глядачем.

Основні ідеї соціальних плакатів мають глибоке соціальне і культурне значення. Це може бути привернення уваги до екологічних проблем, здорового способу життя, боротьби з насильством або підтримки прав людини. У кожному випадку ідея повинна бути виразною та доступною для сприйняття широкою аудиторією [22, с. 147].

Ідеї, які можуть визначати зміст соціального плаката, включають(див. табл.2.4):

Таблиця 2.4

Основні ідеї соціальних плакатів

Проблеми екології	Забруднення навколишнього середовища, зміна клімату, збереження біорізноманіття [14, с.62].
Соціальна справедливість	Боротьба з бідністю, нерівністю, дискримінацією [14, с. 64]
Здоровий спосіб життя	Антиалкогольна і антитютюнова пропаганда, запобігання ВІЛ/СНІДу [14, с. 75]
Політична і громадянська свідомість	Підтримка демократичних процесів, боротьба за права людини, заклики до соціальних реформ [14, с. 78]

Вибір теми і соціальної проблеми є критично важливим для успіху плаката, оскільки він визначає, як ефективно можна буде донести основну ідею до аудиторії. Вибір певних символів і метафор для передачі цієї ідеї створює нові можливості для візуальної комунікації.

Стилістика соціального плаката безпосередньо пов'язана з його концепцією і визначає, як саме ідеї будуть виражені через візуальні засоби. Стилістичний вибір включає:

- кольорову гаму, яка може бути холодною або теплою, яскравою чи стриманою залежно від тональності ідеї;
- типографіку: шрифт повинен бути чітким, читабельним і відповідати настрою плаката;
- формат і композицію, що дозволяють швидко сприймати інформацію, навіть якщо глядач не має багато часу на розгляд [26, с. 78].

Використання графічних елементів: ікон, малюнків, схем, які роблять плакат більш виразним та легко сприйнятним.

Використання метафор та символів. Метафори та символи є основними засобами вираження складних ідей у соціальному плакаті. Вони дозволяють не лише донести інформацію, а й викликати емоції, підсилюючи вплив. Такі символи можуть бути універсальними (наприклад, зображення земної кулі для тем екології або серце для здоров'я), а також специфічними для певної культури або соціального контексту [21, с. 143].

Метафори у соціальних плакатах дозволяють зобразити абстрактні ідеї, використовуючи прості образи, що легко запам'ятовуються та легко асоціюються з певними соціальними проблемами [21, с. 148].

Сучасний соціальний плакат не лише відповідає традиціям і стандартам дизайну, але й активно адаптується до технологічних новацій і змін в суспільстві. Інтернет, соціальні медіа та цифрові технології дають можливість створювати плакати, які одночасно можуть бути поширені в онлайн-просторі, а також впливати на реальну соціальну практику [22, с. 109].

Сучасний соціальний плакат може бути інтерактивним, використовуючи QR-коди або інші елементи, які дозволяють глядачеві отримати додаткову інформацію або взяти участь у певній ініціативі [22, с. 112].

Практичні рекомендації щодо створення соціальних плакатів(див. таб. 2.5):

Таблиця 2.5

Практичні рекомендації щодо створення соціальних плакатів

Дослідження цільової аудиторії	Розуміння потреб і цінностей цільової групи є основою для створення плакату. Важливо з'ясувати, які соціальні проблеми є актуальними для цієї групи [14, с.52].
Чіткість та лаконічність	Текст на плакаті має бути коротким, але зрозумілим. Важливо, щоб інформація була доступною для сприйняття на першому погляді [14, с. 53].

Використання контрастів	Контрасти можуть бути як в кольорових рішеннях, так і в композиційних елементах, щоб підкреслити важливі аспекти [14, с. 61].
Емоційний вплив	Плакат повинен викликати емоції, що сприятиме кращому запам'ятовуванню і, як наслідок, до позитивного впливу на громадську поведінку [14, с. 65].
Тестування ефективності	Перед широким розповсюдженням плакату варто провести його тестування на фокус-групах, щоб оцінити, наскільки ефективно він передає своє повідомлення [14, 68].

Таким чином, створення соціальних плакатів є складним і багатогранним процесом, що вимагає ретельного планування та вмілого застосування різноманітних інструментів візуальної комунікації. Визначення чіткої концепції та основних ідей є першочерговим завданням, яке дозволяє зосередитися на головному і донести важливе соціальне послання. Успіх плаката багато в чому залежить від його здатності не тільки передати інформацію, але й викликати емоційний відгук у глядача, що може вплинути на соціальну поведінку.

Висновки до другого розділу

1. В результаті аналізу сучасних тенденцій, пов'язаних з використанням цифрових технологій, інтерактивних засобів та адаптивного дизайну виявлено що соціальний плакат є потужним інструментом візуальної комунікації, здатним впливати на громадську думку та формувати соціальні цінності. В Україні соціальний плакат розвивався в контексті історичних та культурних змін, відображаючи соціальні та політичні реалії різних епох. Зарубіжний досвід показує, що соціальні плакати використовуються для привернення уваги до важливих соціальних проблем, таких як екологія, права людини, здоровий спосіб життя тощо.

Аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду дозволяє виявити ефективні методи та підходи до створення соціальних плакатів, які можуть бути адаптовані до українського контексту. Крім того, подальші дослідження можуть сприяти розробці інноваційних підходів до оцінки ефективності соціальних плакатів, використовуючи методи аналітики даних і нейромаркетингу. Це дозволить отримати більш точну інформацію про вплив візуальних повідомлень на аудиторію та оптимізувати процес проектування з урахуванням конкретних соціальних потреб.

2. Шляхом аналізу досліджень, щодо дизайну сучасних українських соціальних плакатів, на патріотичну тематику, встановлено, що сучасні українські соціальні плакати, присвячені національній єдності та ідентичності, відображають прагнення до збереження та розвитку національної культури та самобутності. Дизайн таких плакатів часто використовує національні мотиви, символи та кольори, що підкреслюють унікальність української нації. Аналіз цих плакатів показує, що ефективний дизайн поєднує традиційні елементи з сучасними графічними техніками, що дозволяє створити візуально привабливі та змістовні твори. Подальші дослідження можуть бути зосереджені на вивченні впливу різних типів символів та візуальних кодів на формування громадської свідомості, а також на розробці нових моделей інтеграції традиційних художніх технік із сучасними технологічними рішеннями. Отримані висновки відкривають широкі перспективи для подальших досліджень методологічних аспектів створення соціальних плакатів. Розробка та впровадження інноваційних методів у процесі створення соціальних плакатів відкриває нові можливості для комунікації та сприяє формуванню позитивних соціальних змін. Сучасні технології та матеріали відкривають нові можливості для виготовлення соціальних плакатів. Цифрові технології дозволяють створювати плакати з високою якістю зображення та швидко адаптувати їх до різних форматів та платформ. Використання новітніх матеріалів, таких як екологічно чисті та стійкі до погодних умов, підвищує довговічність плакатів та зменшує їхній вплив на навколишнє середовище.

3. Внаслідок систематизації методологічних аспектів, інноваційних методів, знань про вітчизняний та зарубіжний досвід розроблено рекомендації до створення соціальних плакатів, а саме: дослідження цільової аудиторії; чіткість та лаконічність; використання контрастів; емоційний вплив; тестування ефективності. Основні ідеї, що визначають зміст та стилістику соціальних плакатів, включають актуальність теми, чіткість та лаконічність повідомлення, використання метафор та символів, а також адаптацію до культурних та соціальних особливостей цільової аудиторії. Застосування системного підходу, інтеграція цифрових засобів, семіотичний аналіз, а також комбінація естетичних і функціональних вимог у практичній діяльності дозволить розробляти більш ефективні соціальні плакати. Отримані результати дозволяють сформулювати науково обґрунтований підхід до розробки соціальних плакатів, які можуть ефективно впливати на формування громадської думки, підтримувати національну єдність та сприяти розвитку культурної самобутності.

4. З'ясовано, що методологічні підходи до створення соціальних плакатів представляють собою комплексний процес, який інтегрує традиційні художні прийоми, сучасні цифрові технології та інтердисциплінарні методи аналізу. Це, у свою чергу, сприятиме підвищенню якості візуальної комунікації та реалізації соціальних проектів, спрямованих на вирішення актуальних проблем суспільства.

Отже, розглянуті методологічні підходи є не лише теоретично значущими, але й практично застосовними для подальшого розвитку професії дизайнера та вдосконалення засобів соціальної реклами. Розробка та впровадження інноваційних методів у процесі створення соціальних плакатів відкриває нові можливості для комунікації та сприяє формуванню позитивних соціальних змін.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РОЗРОБКА СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ ПАТРІОТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

3.1. Вибір матеріалів для реалізації дизайн-проекту

Соціальний плакат є потужним засобом комунікації, який поєднує візуальні та текстові елементи для передачі важливих суспільних повідомлень. Його ефективність залежить від ретельного вибору матеріалів та методів реалізації, що забезпечують досягнення поставлених цілей.

Реалізація дизайн-проекту соціальних плакатів патріотичного спрямування вимагає ретельного планування не лише концептуальної частини, а й технічного забезпечення, зокрема вибору матеріалів для виготовлення кінцевого виробу. Від якості обраних матеріалів залежить не лише естетичний вигляд плакату, а й його довговічність, стійкість до зовнішніх впливів, а також можливість масового виробництва. У цьому розділі розглядаються основні критерії вибору матеріалів, технології друку та додаткові технічні засоби, які дозволяють забезпечити високу якість реалізації дизайн-проекту.

Соціальний плакат спрямований на привернення уваги до актуальних суспільних проблем, формування громадської думки та стимулювання до дії. Він виконує інформаційну, агітаційну та виховну функції, впливаючи на свідомість та поведінку людей. Основними характеристиками соціального плакату є лаконічність, виразність та емоційна насиченість [34, с. 78].

У контексті теми «Українська єдність та ідентичність» плакат має відображати національні цінності, символи та ідеї, що сприяють консолідації суспільства та підкреслюють унікальність української культури. Важливо передати почуття гордості за національну спадщину, прагнення до збереження традицій та підтримки єдності країни.

Національна ідентичність визначається як усвідомлення спільності історії, культури, мови та традицій, що об'єднують націю. Вона формується через спільні цінності, символи та ритуали, які передаються з покоління в покоління. Плакат, як візуальний засіб комунікації, відіграє важливу роль у формуванні та підтримці національної ідентичності, оскільки здатен швидко та ефективно донести потрібні меседжі до широкої аудиторії [35, с. 20].

Соціальні плакати, особливо ті, що розміщуються у громадських місцях, повинні мати високий рівень стійкості до атмосферних впливів. Це особливо актуально для плакатів, які експонуються на вулицях, де вони піддаються впливу сонячного випромінювання, дощу, вітру та інших зовнішніх факторів. Тому одним із основних критеріїв є довговічність матеріалу. Серед матеріалів, що забезпечують таку стійкість, виділяються високоякісні папери з покриттям, пінокартон, а також полімерні основи, які застосовуються при цифровому УФ-друку.

При розробці соціального плакату патріотичного спрямування необхідно враховувати як концептуальні, так і технічні аспекти. Вибір матеріалів та технік впливає на сприйняття плакату та його здатність передати задумане повідомлення.

Папір та друк. Вибір паперу залежить від місця розміщення та тривалості експозиції плакату. Для зовнішніх умов рекомендується використовувати щільний папір з вологостійким покриттям або синтетичні матеріали, стійкі до впливу погодних умов. Для внутрішніх приміщень підходить крейдований папір середньої щільності. Друк може бути офсетним або цифровим, залежно від тиражу та бюджету проєкту [36, с. 15].

Фарби та кольори. Кольорова гама плакату повинна відповідати його тематиці та викликати потрібні емоції. Для підкреслення національної ідентичності доцільно використовувати кольори державного прапора України — синій та жовтий, а також інші традиційні кольори, присутні в народному мистецтві. Важливо забезпечити контрастність та читабельність тексту на фоні зображень [35, с. 58].

Для соціальних плакатів, де кольорова гама відіграє ключову роль у передачі емоційного заряду та символіки, важливо обирати матеріали, здатні забезпечити насиченість і точність відтворення кольорів. Високоякісні паперові носії, глянцеві або матові, дозволяють досягти максимальної яскравості та контрастності, що є критично важливим для привернення уваги цільової аудиторії.

Шрифти. Вибір шрифту впливає на сприйняття повідомлення та загальний стиль плакату. Рекомендується використовувати чіткі та легко читабельні шрифти без зарубок для основного тексту та декоративні шрифти для заголовків або акцентів. Важливо дотримуватися балансу між декоративністю та функціональністю, щоб не ускладнювати сприйняття інформації [37, с. 22].

Зображення та графічні елементи. Використання фотографій, ілюстрацій та символів повинно бути обґрунтованим та підтримувати основну ідею плакату. Зображення мають бути високої якості та відповідати тематиці «Українська єдність та ідентичність». Це можуть бути зображення національних символів, історичних подій, видатних особистостей або елементи народного мистецтва [34, с. 77].

Техніки виконання. Залежно від творчого задуму, плакат може бути виконаний у різних техніках: цифрова ілюстрація, фотографія, колаж, ручний рисунок тощо. Комбінація різних технік може надати плакату унікальності та підсилити його вплив на аудиторію. Важливо враховувати технічні можливості друку та бюджет проєкту при виборі техніки виконання [36, с. 18].

Формат та розмір. Розмір та формат плакату визначаються місцем його розміщення та умовами експозиції. Для зовнішньої реклами зазвичай використовуються великі формати (A1, A0), тоді як для внутрішніх приміщень підходять менші розміри (A2, A3). Важливо забезпечити оптимальний баланс між масштабністю зображення та доступністю інформації для читача [39, с. 12].

Для підсилення емоційного впливу плакату важливо врахувати психологічний вплив кольорів і композиційного рішення. Наприклад, жовтий колір асоціюється з енергією та надією, синій — зі стабільністю та довірою. Композиція має

спрямовувати увагу на ключові елементи плакату, виділяючи основне повідомлення [38, с. 224].

Успіх соціального плакату також залежить від вибору місця його експозиції. Для теми «Українська єдність та ідентичність» важливо обирати місця, які забезпечать доступ до цільової аудиторії: громадські простори, навчальні заклади, культурні заходи або масові зібрання. Особливу увагу слід приділяти точкам з високою прохідністю [36, с. 28].

Соціальні плакати спрямовані на відображення теми української єдності, сили та незламності через візуальні образи та символіку.

Плаката «Мова – душа нації» (рис. 3.1, рис. В.1). На плакаті зображено людську постать (силует), у центрі якої – спіраль (завиток), що символічно розташована в ділянці серця/душі.

Кольорова гама (червоний, чорний, білий) часто використовується в українському мистецтві та графічному дизайні, адже ці кольори мають культурно-історичне значення (червоний – життя, енергія, пристрасть; чорний – ґрунт, традиція; білий – чистота, відкритість).

Напис «Мова – душа нації» відразу фокусує увагу на центральній ідеї плаката: важливості рідної мови як джерела та носія національної ідентичності.

Силует людини уособлює кожного індивіда як частину народу. Звернений погляд та жест руки можуть свідчити про усвідомлення цінності власної культури, традицій та мови.

Спіраль (завиток) у центрі фігури – один із найдавніших універсальних символів. У контексті української культури подібні завитки можна знайти в орнаментах, писанках, трипільських розписах. Спіраль часто символізує розвиток, неперервність, рух уперед, а також глибинний зв'язок з витоками. У плакаті вона може означати «душу» – невидиму, проте життєво важливу основу, що формується мовою та культурою.

Ідея «Мова – душа нації». Цей слоган підкреслює центральну роль мови у формуванні національної самосвідомості. Українська мова в історичному контексті неодноразово зазнавала утисків, однак саме вона лишалася головним об'єднавчим чинником для українців, зберігаючи культуру та ідентичність.

Використання слова «душа» натякає на духовну, нематеріальну сутність, яка відрізняє одну націю від іншої, об'єднує людей, що поділяють спільну історію та культуру.



Рис. 3.1 Плакат «Мова – душа нації» для громадської організації «Арт Єднання» (Титаренко О., 2025)

Плакат «Сила у наших традиціях» (рис. 3.2, рис. В.2). Основний візуальний елемент — стилізований орнамент у червоно-чорних тонах. Ця кольорова гама часто асоціюється з історичною боротьбою українського народу та національно-визвольним рухом. Орнамент відсилає до традиційних українських вишиванок, які несуть сакральне значення та є важливою частиною культури. Напис «Сила у наших традиціях» підкреслює важливість національної ідентичності через збереження культурної спадщини [37, с. 93].



Рис. 3.2 Плакат «Сила у наших традиціях» для громадської організації «Арт Єднання» (Титаренко О., 2025)

Плакат «Соборність. Єдність у серцях» (рис. 3.3, рис. В.3). Центральне зображення — дві стилізовані фігури, одна біла, інша червона, що символізують єдність українців. Червоний та білий кольори можуть відсилати до історичних прапорів та традиційної символіки. Коло між фігурами містить спіральний елемент, що може символізувати зв'язок між людьми, взаєморозуміння та тяглість традицій [37, с.111]. Напис «Єдність у серцях» акцентує увагу на внутрішній, духовній соборності народу.

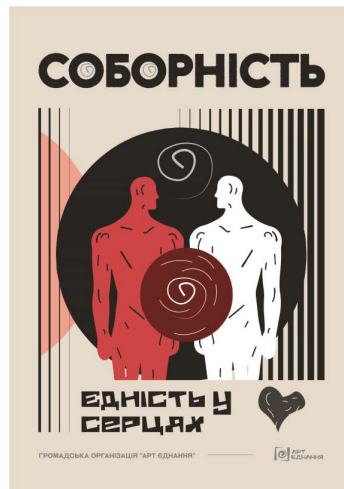


Рис. 3.3 Плакат «Соборність. Єдність у серцях» для громадської організації «Арт Єднання» (Титаренко О., 2025)

Плакат «Вільні & Незламні»(рис. 3.4, рис. В.4). Зображення фігури атлетичного чоловіка в чорно-червоних кольорах передає ідею сили, стійкості та незламності українського народу. Контрастний фон та спрямований уперед погляд додають динамічності та виражають рішучість. Напис підкреслює меседж про свободу та непохитність духу [38, с. 5].



Рис. 3.4 Плакат «Вільні & Незламні» для громадської організації «Арт Єднання» (Титаренко О., 2025)

Плакат «Перемога будується щодня»(рис. 3.5, рис. В.5). Плакат сприймається як маніфест, що мотивує до дії, нагадує про важливість кожного дня на шляху до більшої мети. Ідея у тому, що перемога не є результатом одної миті, а процесом, який потребує терпіння і рішучості. Центральний образ — фігура людини з піднятим молотом, ніби в процесі удару чи будівництва. Така поза символізує активну дію, постійне зусилля, необхідне для досягнення мети.

Серце у червоному колі позаду силуету вказує на важливість любові, віри в успіх та духовної мотивації. Воно підкреслює, що перемога має моральне підґрунтя й народжується не лише завдяки силі, а й завдяки внутрішньому пориву та єднанню.

Короткий лозунг «Перемога будується щодня» наголошує на поступовому, щоденному внеску кожного в спільну справу — чи то в масштабах держави, чи в особистому житті.



Рис. 3.5 Плакат «Перемога будується щодня» для громадської організації «Арт Єднання» (Титаренко О., 2025)

Плакат «Сміливість змінює світ» (рис. 3.6, рис. В.6). Плакат акцентує на тому, що сміливість — це не лише фізична сила, а й готовність діяти у складних ситуаціях та змінювати світ навколо на краще. Силует людини, що тягнеться до кола зі спіраллю, втілює ідею прагнення до нового, невідомого та готовність діяти. Це також алюзія на сонце, як символ нового дня, надії, змін. Спіраль може символізувати рух уперед, розвиток, а також нескінченність можливостей, які відкриваються перед тими, хто має відвагу зробити крок уперед. Червоний колір та контраст із темним фоном підкреслюють енергію, рішучість і пристрасть, необхідні для змін. Лаконічний напис «Сміливість змінює світ» вказує на те, що саме внутрішня відвага є рушійною силою великих змін, зокрема й суспільних.

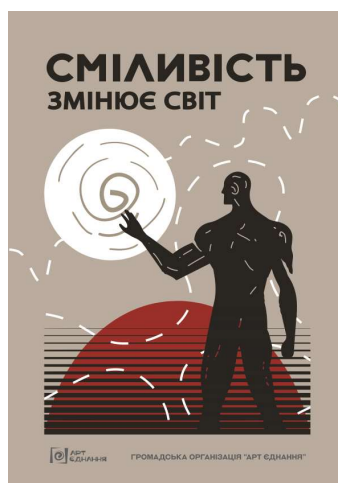


Рис. 3.6 Плакат «Сміливість змінює світ» для громадської організації «Арт Єднання» (Титаренко О., 2025)

Логотип «Арт Єднання»(рис. 3.7, рис. В.7). У логотипі простежується стилізована квадратна форма з динамічною спіраллю всередині. Таке поєднання може свідчити про синтез стабільності (квадрат – символ міцного фундаменту, впорядкованості) та розвитку (спіраль – символ руху та зростання).

Напис «Арт Єднання» виконаний сучасним шрифтом, що передає ідею креативності й водночас єдності. Слово «АРТ» вказує на художній та творчий напрям, а «єднання» – на об'єднання людей навколо спільних культурних ідей, проєктів, мистецьких ініціатив.

Логотип підкреслює ідею співпраці, синергії та взаємодопомоги у межах громадської організації.



Рис. 3.7 Логотип для громадської організації «Арт Єднання» (Титаренко О., 2025)

Таким чином, плакати підкреслюють загальнолюдські цінності — працю, відвагу, єдність, — які в українському культурному просторі набувають особливого звучання, віддзеркалюючи незламний дух і прагнення до свободи. Вони спонукають до дії, нагадуючи, що кожен день і кожен вчинок наближають спільну перемогу, а сміливість кожної людини здатна впливати на весь світ. (див. Додаток В)

Вибір матеріалів та концептуальних рішень для реалізації соціального плакату патріотичного спрямування є складним і багатограним процесом. Він потребує врахування як технічних, так і емоційно-психологічних аспектів. Застосування національних символів, кольорів і традицій дозволяє підкреслити унікальність української культури та сприяти формуванню почуття гордості за свою націю. Завдяки використанню якісних матеріалів, чітких шрифтів, продуманих композицій та влучних зображень плакати зможуть виконати свою функцію та донести важливі меседжі до широкої аудиторії [39, с. 214].

Аналіз плакатів свідчить, що вони використовують:

- мінімалістичну графіку для чіткої передачі основного меседжу;
- символіку кольорів (червоний, чорний, білий) для передачі емоційного значення;
- абстрактні форми, що дозволяють кожному глядачу інтерпретувати їх у контексті власного сприйняття [40, с. 93].

Таким чином, плакати спрямовані на формування почуття єдності, національної гордості та сили, хоча при цьому не використовують традиційні національні символи у буквальному значенні.

3.2. Вибір технічних засобів і стилістичних рішень для створення плакатів

Створення соціальних плакатів, спрямованих на утвердження ідей української єдності та ідентичності, є творчим і технологічно складним процесом. Від вибору

технічних засобів, матеріалів та стилістичних рішень залежить не тільки візуальна якість, а й ефективність комунікації з аудиторією.

Програмне забезпечення для дизайну. Сучасні графічні програми є основним інструментом дизайнерів. Найпопулярнішими є Adobe Photoshop та Adobe Illustrator, які забезпечують професійні можливості для створення плакатів. Illustrator, зокрема, дозволяє працювати з векторною графікою, що є ідеальним для масштабованих зображень без втрати якості [41, с. 45].

Для мінімалістичних ілюстрацій використовуються Affinity Designer або Corel DRAW, які також підтримують векторну графіку та пропонують простіші інтерфейси. Програма Canva, хоча й більш базова, популярна серед початківців завдяки готовим шаблонам [42, с. 58].

Вибір друкарських технологій залежить від мети, тиражу та умов експлуатації плакатів. Для масового розповсюдження ідеально підходить офсетний друк, який забезпечує високу якість передачі кольорів і економічність при великих тиражах. Для обмежених тиражів чи унікальних проєктів застосовується цифровий друк, що забезпечує оперативність і гнучкість у корекції дизайну [31, с. 68].

Матеріал визначає довговічність і функціональність плакату. Для зовнішнього розміщення найчастіше використовуються вінілові банери або водостійкий папір із ламінуванням. У приміщеннях популярний крейдований папір із щільністю від 170 до 350 г/м². Екологічно свідомі проєкти використовують перероблений папір або біорозкладні матеріали, що відповідають принципам сталого розвитку [43, с. 72].

Колір як інструмент комунікації. Колірна гама є ключовим елементом стилістики плакатів. Синій і жовтий кольори, які є символами державного прапора, домінують у дизайні, асоціюючись із національною єдністю та свободою. Червоний і чорний підкреслюють історичну боротьбу та героїзм українців. Контраст між яскравими та темними кольорами допомагає створювати динамічні та емоційно насичені композиції [37, с. 81].

Колір є одним із найпотужніших інструментів у дизайні соціальних плакатів, адже саме він визначає перше враження глядача, викликає емоції та задає тон всьому повідомленню [44, с. 81]. У контексті патріотичного спрямування колірна палітра виконує особливу функцію: підкреслює національні символи, історичні аспекти та загальну ідею єдності народу.

Синій і жовтий — основні кольори українського прапора, які символізують небо та пшеничні поля, а також свободу, мир та процвітання. У плакатах ці кольори використовуються як основа, яка миттєво асоціюється з національною ідентичністю. Наприклад, синій колір здатний викликати відчуття стабільності та довіри, тоді як жовтий символізує енергію, оптимізм і життєву силу. Їхнє поєднання створює гармонійний образ, який посилює патріотичний посил [41, с. 45].

Червоний і чорний мають глибокі історичні корені в українській культурі, особливо в контексті боротьби за свободу. Червоний символізує кров, пролиту за незалежність, і життєву енергію, тоді як чорний — землю, силу і традицію. Використання цих кольорів у плакатах додає емоційної глибини, роблячи зображення драматичними й такими, що запам'ятовуються [42, с. 57].

Білий колір у плакатах асоціюється з чистотою, миром і новим початком. У контексті української ідентичності він може бути використаний для підкреслення світлих сторін культури та прагнення до гармонії. Білий часто застосовується як фон для інших кольорів, щоб створити контраст і акцентувати увагу на ключових елементах [43, с. 63].

Колір у соціальних плакатах виконує не лише декоративну функцію, а й є ключовим інструментом передачі емоцій та ідей. У контексті теми «Українська єдність та ідентичність» важливо використовувати кольори, які резонують із національною свідомістю, викликають позитивні асоціації та підтримують основний меседж плакату. Наприклад, плакат на рис. Г.1. використовується емоційний образ дівчини у поєднанні з національними кольорами. Синій і жовтий колір також можна побачити і на прикладі плаката на рис. Г.2. [44, с. 127] (див. Додаток Г).

Типографіка визначає сприйняття тексту. Для соціальних плакатів, що підкреслюють українську ідентичність, використовуються прості й чіткі шрифти, такі як Roboto, OpenSans або Arial, які забезпечують легкість читання навіть із великої відстані. Акцентні елементи (слогани, ключові слова) можуть бути виділені за допомогою декоративних шрифтів або жирного накреслення [45, с. 90].

Символіка як емоційний маркер. Використання національної символіки є важливим для передачі ідей єдності (рис. 3.8). Наприклад, зображення тризуба, калини чи вишиванки викликають почуття гордості за національні традиції. Символи часто поєднуються з мотивуючими гаслами, такими як «Єдність у різноманітності» або «Україна – це ми» [46, с. 95].



Рис. 3.8 «Вірю в ЗСУ» (Без автора, 2022)

Розташування елементів плакату має забезпечувати баланс між візуальною привабливістю та чіткістю інформації. Наприклад, правило третин часто використовується для виділення ключових частин композиції. Динамічні композиції з діагональними лініями додають енергії, тоді як симетричні структури створюють відчуття стабільності [47, с. 102].

Мінімалізм, плоскі кольори та інфографіка залишаються популярними трендами в дизайні. Вони допомагають глядачам швидше зрозуміти суть

повідомлення. Додатково використовується інтеграція з доповненою реальністю (AR), що дозволяє глядачам взаємодіяти із плакатом через смартфони [48, с. 111].

QR-коди дозволяють спрямовувати аудиторію на додаткові інформаційні ресурси. Наприклад, плакат на рис. 3.9 із посиланням на веб-сайт проєкту або відеоролик про історію України підсилює вплив [33, с. 120].



Рис. 3.9 Україна в інтерпретації молодих творців: конкурс до Дня Незалежності (URL: <https://uwcfoundation.com/ua/>)

Сталий підхід до створення плакатів включає використання перероблених матеріалів та екологічних фарб. Це не тільки відповідає екологічним трендам, а й формує позитивний імідж організації, що створює плакат [49, с. 130].

Вибір технічних засобів і стилістичних рішень є основою для створення ефективних соціальних плакатів. Застосування сучасних технологій, екологічних матеріалів та ретельно підібраних стилістичних елементів дозволяє створювати унікальні та впливові роботи, які сприяють утвердженню національної ідентичності та єдності.

3.3. Етапи розробки серії соціальних плакатів: від ескізу до фінального продукту

Створення соціальних плакатів є поетапним процесом, який вимагає комплексного підходу, інтеграції творчих і технічних рішень, а також врахування специфіки теми. Для патріотичної теми важливо втілити ідеї, що підкреслюють національні цінності, історичну пам'ять та культурну унікальність.

Етапи створення соціальних плакатів:

Етап 1: Визначення мети та завдань. Цей етап є фундаментальним, оскільки саме визначення цілей допомагає формувати концепцію майбутньої серії плакатів. Мета соціального плакату може включати:

1. Формування національної ідентичності;
2. Залучення уваги до важливих соціальних тем, таких як єдність різних регіонів країни;
3. Мотивацію до дій, наприклад, участь у суспільно важливих заходах.

Для конкретизації мети необхідно визначити завдання: створення емоційного посилу, зміцнення гордості за націю та поширення інформації через візуальні меседжі [41, с. 15].

Етап 2: Дослідження та аналіз. Перед створенням плакатів проводиться аналітична робота, яка включає:

- дослідження цільової аудиторії. Наприклад, молодь, яка є активним користувачем соціальних мереж, потребує яскравих, сучасних дизайнів, тоді як старші покоління більше цінують класичні стилістичні підходи [42, с. 28];
- вивчення історії та культури. Зокрема, використання елементів українського народного мистецтва, таких як петриківський розпис або вишиванка, сприяє відображенню національної самобутності [43, с. 37].

Етап 3: Генерація ідей та концептуалізація. Цей етап є творчим і вимагає залучення дизайнерів та копірайтерів. Генерація ідей відбувається у форматі

мозкових штурмів. Для плакатів на тему єдності та ідентичності важливо враховувати:

1. Використання національної символіки (тризуб, калина);
2. Тематичні слогани, наприклад: «Мова єднає», «Сила в єдності»;
3. Відображення сучасних викликів, таких як підтримка української мови чи культурної спадщини [44, с. 45].

Етап 4: Створення ескізів. Ескізи є основою для майбутнього дизайну. Вони створюються вручну або у графічних редакторах, таких як Adobe Photoshop, Illustrator або Figma. На цьому етапі:

- розробляються декілька композицій, що експериментують із кольоровою гамою, шрифтами та розміщенням елементів;
 - враховуються технічні обмеження (розміри, якість друку) [45, с. 52].
- Приклад: ескізи для плакату «Мова єднає» могли б включати образи людей, які читають українські книжки, та фрази на патріотичну тематику.

Етап 5: Розробка макетів. Після затвердження ескізів розпочинається створення макетів. Це деталізована версія плакату, яка передбачає:

1. Точний вибір кольорів (наприклад, синій і жовтий для підкреслення державного прапора);
2. Використання чіткої типографіки (наприклад, жирний шрифт для ключових слоганів);
3. Розробку текстових блоків та адаптацію їх під дизайн [46, с. 63].

Етап 6: Тестування та отримання зворотного зв'язку. Тестування допомагає оцінити вплив плакатів на аудиторію. Це можна зробити через фокус-групи або опитування. Зокрема:

- аналіз реакції на слогани та зображення;
- виявлення недоліків у композиції або стилі [47, с. 70].

Етап 7: Внесення правок та фіналізація. На основі отриманих відгуків вносяться корективи. Фінальний продукт готується у відповідному форматі (наприклад, PDF або TIFF для друку) та адаптується для цифрових платформ.

Етап 8: Виробництво та розповсюдження. Виробництво включає друк плакатів або їх розміщення в цифрових медіа. Для друку використовуються такі технології, як офсетний або цифровий друк, залежно від обсягів тиражу [48, с. 77].

Етап 9: Оцінка ефективності. Ефективність плакатів оцінюється за допомогою аналізу кількісних та якісних показників:

1. Залучення аудиторії (кількість переглядів або поширень у соціальних мережах);
2. Соціальні зміни, що були викликані кампанією (наприклад, зростання інтересу до історії України) [49, с. 85].

Етапи створення соціальних плакатів є послідовним і багатогранним процесом. Ретельне виконання кожного з них забезпечує високий рівень естетики та комунікативності. У результаті створюються плакати, які підтримують ідею української єдності та ідентичності.

Висновки до третього розділу

1. Розроблено практичну частину дослідження, яка присвячена створенню серії соціальних плакатів на патріотичну тематику, вона дозволила не лише реалізувати концептуальні ідеї, а й перевірити ефективність обраних художніх та технологічних підходів. Під час виконання проекту було розроблено серію плакатів, що візуально демонструють патріотичні символи, національну спадщину та ідеї єдності, а також підкреслюють актуальність формування громадянської свідомості у сучасному суспільстві. Практична робота включала аналіз композиційних рішень, вибір матеріалів, використання цифрових технологій та інтеграцію традиційних художніх прийомів з сучасними методами.

2. Встановлено, що під час розробки плакатів було проведено ретельний аналіз композиційних прийомів, які сприяють ефективному сприйняттю візуального послання. Основним принципом було створення збалансованої композиції, де центральний образ, що символізує національну єдність, розташовується у фокусі уваги. Додаткові елементи, такі як текстові слогани, були розміщені таким чином, щоб підсилювати головне повідомлення та забезпечувати легкість сприйняття інформації. Естетичне рішення включало використання контрастних кольорів, що дозволяють виділити основні елементи плакату. Ці рішення підтверджують, що добре продумана композиція є ключовим чинником у формуванні емоційного зв'язку між твором і його аудиторією.

3. Практична розробка плакатів засвідчує, що сучасний підхід до створення соціальних плакатів базується на інтеграції інноваційних технологій з традиційними художніми методами. Використання цифрових технологій не лише оптимізує процес розробки, але й відкриває нові можливості для взаємодії з аудиторією. Отже, застосування сучасних технологій у проектуванні дозволило досягти високої адаптивності візуального продукту до змін у інформаційному середовищі. Використання комп'ютерних програм, таких як AdobeIllustrator та Photoshop, забезпечує точність і швидкість роботи, тоді як застосування ручних технік додає унікальності та автентичності дизайну.

4. Шляхом аналізу сучасних тенденцій у графічному дизайні виявлено важливість використання якісних матеріалів, які забезпечують довговічність та естетичну привабливість плакатів. Зокрема, застосування високоякісного паперу з відповідною щільністю та текстурою сприяє кращому сприйняттю зображень і тексту. Використання екологічно чистих матеріалів підкреслює відповідальність дизайнера перед суспільством та довкіллям. У процесі розробки плакатів було визначено, що поєднання традиційних та сучасних технічних засобів дозволяє досягти оптимального результату. Стилiстичні рішення, що базуються на

національних мотивах, таких як орнаменти та кольорова гама, сприяють підкресленню української ідентичності.

5. Результати дослідження підтверджують, що успішна розробка серії соціальних плакатів патріотичного спрямування вимагає комплексного підходу, який поєднує обґрунтований вибір матеріалів, продумане використання технічних засобів та стилістичних рішень, а також чітке дотримання поетапного процесу створення дизайну. Такий підхід сприяє створенню ефективних візуальних комунікацій, які резонують із цільовою аудиторією та підкреслюють національні цінності.

Таким чином, практична частина дослідження засвідчує, що комплексний підхід до розробки соціальних плакатів, який поєднує традиційні художні прийоми із сучасними технологічними рішеннями, дозволяє створити продукт високої якості, здатний ефективно впливати на формування громадської думки та сприяти підтримці національної єдності. Отримані результати надають науково обґрунтовану базу для впровадження інноваційних методів у сфері дизайну соціальних плакатів та підвищення їх ефективності у реальному соціальному просторі. Отримані результати мають практичне значення для дизайнерів та можуть бути використані для подальшого вдосконалення підходів до візуальної комунікації в умовах сучасних соціокультурних викликів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було проведено всебічне дослідження, спрямоване на створення ефективних соціальних плакатів, які підкреслюють українську єдність та ідентичність. Результати дослідження дозволяють зробити наступні узагальнені висновки.

1. Український соціальний плакат пройшов складний еволюційний шлях, кожен етап якого відображав суспільно-політичні реалії свого часу. У радянський період він виступав засобом ідеологічної пропаганди, спрямованої на формування колективної свідомості. Із проголошенням незалежності плакат трансформувався, ставши символом національної ідентичності та патріотизму, який сприяв консолідації суспільства навколо ідеї державності. У сучасний період, особливо в умовах військової агресії, соціальний плакат виконує функцію мобілізації суспільства, підтримки морального духу та боротьби за національну єдність. Цей засіб візуальної комунікації відіграє ключову роль у підвищенні патріотизму та формуванні суспільної згуртованості. Таким чином, соціальний плакат в Україні перетворився із суто пропагандистського інструменту на потужний чинник формування національної свідомості та підтримки суспільної єдності, що особливо важливо у складні періоди історії.

2. Виявлено, що сучасний дизайн соціальних плакатів в Україні відзначається інтеграцією символічних і метафоричних елементів, які допомагають передавати складні ідеї та емоції, викликаючи емоційний відгук у глядача. Інтерактивні елементи, такі як доповнена реальність і QR-коди, роблять плакати більш динамічними, забезпечуючи залучення аудиторії, особливо молоді. Значний вплив також мають цифрові платформи, які диктують нові підходи до створення плакатів, орієнтованих на швидке та ефективне охоплення через соціальні мережі.

3. Встановлено, що мінімалістичний стиль стає однією з основних тенденцій, оскільки лаконічність і чіткість подачі інформації дозволяють глядачу зосередитися

на головному повідомленні. Водночас, звернення до національної символіки та використання українських культурних мотивів підсилюють патріотичні настрої та формують позитивний образ єдиної нації.

4. В результаті аналізу сучасних плакатів доведено, що соціальні плакати характеризуються використанням яскравих кольорів, контрастних зображень та лаконічних текстових повідомлень, що забезпечує їхню виразність та запам'ятовуваність. Вони часто містять символічні елементи, метафори та алегорії, які підсилюють емоційний вплив на глядача. В українському контексті плакати нерідко використовують національні символи, орнаменти та кольорову гаму, що підкреслює культурну ідентичність та патріотизм.

5. В результаті дослідження сучасних соціальних плакатів, виявлено тенденцію до використання національних символів, кольорів та орнаментів, що підкреслюють українську ідентичність. Поєднання традиційних елементів з сучасними дизайнерськими підходами дозволяє створювати візуально привабливі та змістовні роботи.

6. Обґрунтовано, що застосування сучасних комп'ютерних програм для графічного дизайну, таких як Adobe Illustrator та Photoshop, дозволило підвищити ефективність роботи та якість кінцевого продукту. Використання інтерактивних методів навчання сприяло розвитку творчого потенціалу та професійних навичок. Сучасні технології та матеріали відкривають нові можливості для виготовлення соціальних плакатів. Цифрові технології дозволяють створювати плакати з високою якістю зображення та швидко адаптувати їх до різних форматів та платформ. Використання новітніх матеріалів, таких як екологічно чисті та стійкі до погодних умов, підвищує довговічність плакатів та зменшує їхній вплив на навколишнє середовище.

7. В результаті проведеного дослідження розроблено серію з 6 соціальних плакатів, які можуть бути використані у просвітницьких та інформаційних

кампаніях, спрямованих на утвердження української національної єдності та ідентичності.

8. Подальші дослідження у сфері соціального плакату можуть бути спрямовані на вивчення ефективності різних художніх засобів та стилістичних рішень у передачі соціальних повідомлень. Важливо дослідити вплив цифрових технологій та соціальних медіа на еволюцію плакатного мистецтва, а також можливості інтерактивних та мультимедійних форматів. Крім того, варто звернути увагу на міжкультурні аспекти сприйняття соціальних плакатів та адаптацію їхнього змісту для різних аудиторій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Прищенко С.В. Візуальна семантика і художня образність плаката. Культура і сучасність : альманах. №1. Київ : ІДЕЯ ПРИНТ, 2020. С. 97-103. URL: <https://journals.uran.ua/kis/article/view/221344>(дата звернення: 27.03.2025).
2. Українська бібліотечна енциклопедія. Плакат. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/Плакат>(дата звернення: 27.03.2025).
3. Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20#Text>(дата звернення: 27.03.2025).
4. Олтаржевський Д. О. Соціальна реклама : навчальний посібник К. : Центр вільної преси, 2016. 120 с. URL: https://www.academia.edu/37038695/Соціальна_реклама(дата звернення: 27.03.2025).
5. Методи та підходи у створенні сучасного плакату. Запорізький національний університет. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=596450> (дата звернення: 27.03.2025).
6. Сервіси для створення інтерактивних плакатів: наочність нового покоління. URL: <https://naurok.com.ua/post/servisi-dlya-stvorenniya-interaktivnih-plakativ-naochnist-novogo-pokolinnya> (дата звернення: 27.03.2025).
7. Усенко О. Навчальні аспекти створення плаката в стилі українського авангарду в процесі дизайн-проектування. Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 39, том 3, 2021. с. 258-264 URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/39_2021/part_3/43.pdf (дата звернення: 27.03.2025).
8. Методичні рекомендації для практичних робіт з дисципліни «Проектування» за темою «Розробка плакату». Учбово-методичний посібник. МГУ. Одеса 2023. Укладачі: Рябінова І.М., Ямроз Л.С. с. 17. URL:

<https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a6303a1a-fe2f-45d9-b8ec-d003ba1ec666/content> (дата звернення: 27.03.2025).

9. Маєвський О. Політичні плакат і карикатура як засоби ідеологічної боротьби в Україні 1939–1945 рр. ; відп. ред. О.Є. Лисенко; Ін-т історії України НАН України. К., 2018. 268 с. URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?C21COM=2&I21DBN=ELIB&P21DBN=ELIB&Image_file_name=book/0014062.pdf&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=0 (дата звернення: 27.03.2025).

10. Авраменко А. В. Український радянський плакат 1920–1930 років як засіб пропаганди. НАУКОВІ ЗАПИСКИ. Том 101. Теорія та історія культури с. 66-72. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f2b5e0a5-4e34-44c6-aecc-93ac91f01992/content> (дата звернення: 27.03.2025).

11. Косів В., «Пролетарський за змістом, національний за формою»: український радянський плакат 1945–1989 років. URL: <https://uamoderna.com/md/kosiv-posters/> (дата звернення: 27.03.2025).

12. Сосницький Ю. Розвиток українського соціального плакату та його функції. Народознавчі зошити. 2022. № 4 (166). С. 944–953. URL: https://nz.lviv.ua/archiv/2022-4/20.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 27.03.2025).

13. Будник А. В., Сенєга Л. М. Київська школа плакату часів перебудови: візуальна мова і змістовне наповнення. Art and Design. 2021. № 1. С. 30–38. URL: https://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2021/05/3-1-2021.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 27.03.2025).

14. Лисиця Н. М. Соціологія реклами : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів.Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012.208 с. URL: <https://old.karazin.ua/images/redactor/news/2013-03-01/Lisicza.pdf> (дата звернення: 27.03.2025).

15. Коваль Н. С. Еволюція форми плаката як засобу графічної комунікації [Текст] Вісник Київського національного університету технологій та

дизайну.2014.№ 3 (77).С. 255-260. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/712/1/V77_P255-260.pdf (дата звернення: 27.03.2025).

16. Сосницький Юрій. 2024. «Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального українського плаката». *Вісник: Українські культурологічні студії* 2 (15): 35-44. URL: <https://ucs.knu.ua/article/view/3031/2893> (дата звернення: 27.03.2025).

17. Костенко Н.В., Іванов В.Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія. К.: Центр вільної преси, 2003. с. 141 URL: <https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2016/03/Dosvid-kontent-analizu.-Modeli-ta-praktiki.pdf> (дата звернення: 27.03.2025).

18. Колосніченко О. В., Єжова О. В., Остапенко Н. В., Кротова Т. Ф., Колосніченко М. В., Чжоу Чуанцзін. Адаптивне мистецтво сучасного плакату: соціальна комунікація та реклама. *Art&Design*.2022. № 2. С. 66–75. DOI:10.30857/2617-0272.2022.2.7. URL: https://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2022/08/7AD-2-2022.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 27.03.2025).

19. Плакат. Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <https://chatgpt.com/c/67979070-e454-8008-a44f-7b99022734e2> (дата звернення: 27.03.2025).

20. Горбенко І. Ф. Спеціалізація. Брошури. Листівки. Плакати. Ілюстрації: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання». Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 94с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/3114> (дата звернення: 27.03.2025).

21. Сосницький, Ю. (2024). Метафори та символи в художньому образі соціального плакату: комунікація та вплив. *Fine Art and Culture Studies*, (1), 142–150. URL: <http://journals.vnu.volyn.ua/index.php/art/article/view/1592/1485> (дата звернення: 27.03.2025).

22. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія. Київ: КНУТД, 2022. 227 с. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19916> (дата звернення: 27.03.2025).

23. Петровська, Ю. Соціальний плакат як засіб візуальної комунікації в міському середовищі. Актуальні проблеми гуманітарних наук. Вип. 73, т. 3, 2024, с. 75–80. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/73_2024/part_3/13.pdf (дата звернення: 27.03.2025).

24. Пискун, О. М. Основи дизайну : навчально-методичний посібник для студ. спец. «Технологічна освіта». Чернігів : ЧДПУ, 2009. 40 с. URL: https://document.kdu.edu.ua/info_zab/061_121.pdf (дата звернення: 27.03.2025).

25. Сосницький, Ю. (2024). До питання історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні: періодизація, ключові етапи та методологічні основи. Питання культурології, (44), 29–42. URL: <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/318696/309244> (дата звернення: 27.03.2025).

26. Шевченко В. Я. Композиція плаката: навч. посібн./ В. Я. Шевченко. – Х.: Колорит, 2004. 123 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Shevchenko_Volodymyr/Kompozytsia_plakata.pdf (дата звернення: 27.03.2025).

27. Хиневич Р. В., Васильєва О. С., Жиденко А. І. Особливості дизайну рекламних плакатів сучасних комп'ютерних ігор. ArtandDesign. 2019. №1. Мистецтвознавство. Технічні науки. с. 150-158. URL: <https://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2019/05/150-158-ХИНЕВИЧ.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).

28. Маркетинг, реклама та PR: новітні технології для бізнесу. Київ : ВСП «КТЕФК ДТЕУ», 2022. 171 с. URL: https://ktepcknute.kyiv.ua/wp-content/uploads/2023/03/Zbirnik-tez_-VSP-KTEFK-KNTEU_-16.11.2022.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

29. Коломієць А. О., Розум Т. В. Екологічні аспекти сучасних технологій оздоблення друкованої продукції. *Технологія і техніка друкарства*. 2023. Вип. 3(81). С. 35-45. URL: <https://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/287042/291289> (дата звернення: 28.03.2025).

30. Совгира Т. І. Цифрові технології в сучасному візуальному мистецтві. Вісник КНУКиМ. Серія «Мистецтвознавство». 2020. (42), С. 65–71. URL: <http://arts-series-knukim.pp.ua/article/view/207634> (дата звернення: 28.03.2025).

31. Назаркевич М.А. Автоматизовані видавничо-поліграфічні процеси: навч. посіб. Львів. 2010.98 с. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/692829/mod_resource/content/1/84_book-AVPP.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

32. Яненко Я. В. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації : монографія. Суми : Сумський державний університет, 2018. 300 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/70957/3/Yanenko_advertising_communications.pdf;jsessionid=44D9AC2FC7FE40831A93FEDA0FFC05EE (дата звернення: 28.03.2025).

33. AugmentedReality в поліграфії. Сайт VESNA. URL: <https://vesnaph.com/ua/tehnologii/smart-tehnologii/augmented-reality> (дата звернення: 28.03.2025).

34. Петровська Ю. Соціальний плакат як засіб візуальної комунікації в міському середовищі. Актуальні проблеми гуманітарних наук. 2024. Вип. 73, т. 3, С. 75–80. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/73_2024/part_3/13.pdf (дата звернення: 27.03.2025).

35. Нариси з історії українського дизайну XX століття : Зб. статей / Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМ України ; За заг. ред. М. І. Яковлєва ; Редкол. : В. Д. Сидоренко (голова), А. О. Пучков, О. В. Сіткарьова та ін. К. : Фенікс, 2012. 256 с. URL: https://www.mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/_works-istor_design_text.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

36. Коваленко А. Ф. Образ і образність як засоби масових комунікацій : Методичні вказівки для здобувачів 2 курсу другого (магістерського) рівня спеціальності 061 «Журналістика». Одеса : Видавець С.Л. Назарчук, 2022. 29 с. URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/64c2d323-9b3b-43dd-9439-da5e9339d7a6/content> (дата звернення: 28.03.2025).

37. Основи теорії кольору. Навчально-методичний посібник для здобувачів освітнього ступеня бакалавра спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» усіх форм навчання / [упоряд. Т.І. Веретільник, Л.Д. Мисник, Капітан Р.Б., Мамонов Ю.П., Манзюра О.В.] ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2020 130 с. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3372/1/НМП%20ОСНОВИ%20ТЕОРІЇ%20КОЛЬОРУ.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).

38. Удріс-Бородавко Н. С. Типографія як форма візуальної комунікації. с.7 URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1888/типографія%20як%20форма%20візуальної%20комунікації.pdf?sequence=1&isallowed=y> (дата звернення: 28.03.2025).

39. Остапенко Н.В., Колосніченко М.В., Луцкер Т.В. Сучасний плакат як різновид реклами: види та формати носіїв в різних каналах комунікації (на прикладі адаптивного дизайну плаката). Київський національний університет технологій і дизайну. — с. 212-226 URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19962/1/GDIVP_mono_2022_P212-226.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

40. Єжова О., Колосніченко О., Остапенко Н., Пашкевич К. Соціальний плакат як особливий жанр мистецтва. IV Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну» Київ, КНУТД, 27 квітня 2022 р. с.91-94. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21112/1/APSD_2022_V2_P091-094.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

41. Чупріна Н. В. Сучасні технології дизайн-діяльності : навч. посіб. / Н. В. Чупріна, Т. В. Струмінська. К. : КНУТД, 2017. 416 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8567/2/20171018_101_0079.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

42. Маценко В.Г. Комп'ютерна графіка: Навчальний посібник. Чернівці: Рута, 2009. 343 с. URL: <https://kpdi.edu.ua/biblioteka/K/Комп'ютерна%20графіка%20Маценко%20В.Г..pdf> (дата звернення: 28.03.2025).

43. Пушкар О. І. Технології поліграфічного виробництва: навч. посіб. О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський, М. М. Оленич ; Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 194 с. : іл. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/21438/1/2019%20-%20Пушкар%2c%20Грабовський%2c%20Оленич.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).

44. Дизайн – синергія мистецтва та науки: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, 10-11 листопада 2021 р. НАКККиМ. Київ : НАКККиМ, 2021. 224 с. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/Instytut_dyzaynu/konferentsiia_Dyzain_zbirnyk.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

45. Традиції та інновації у сучасному дизайні: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 25 квітня 2024 року). Івано-Франківськ. Редакційно-видавничий відділ ЗВО «Університет Короля Данила». 2024. 111 с. URL: https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2024-05/Збірник_традиції%20та%20інновації.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

46. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. Київ : ArtHuss, 2023. 204 с. URL: https://kniga.biz.ua/pdf/37936-grafichniy-design-2.pdf?srsltid=AfmBOopmYFXhipOyAFUXxOT0O_DdjdRnZRGkujQB1C3Ws--53RAsVpz9 (дата звернення: 28.03.2025).

47. Адаптивна роль плакату в контексті розвитку сучасного мистецтва : колективна монографія / під наук. ред. М. В. Колосніченко. Київ : КНУТД, 2023. 220 с. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23006> (дата звернення: 28.03.2025).

48. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук О.О. Калініченко С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/33137/1/Рекламний%20креатив.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).

49. Палюх О. О. Екоєфективні технології видавництва та поліграфії. Курс лекцій. Навчальний посібник для здобувачів ступеня магістра за освітньою програмою «Видавництво та поліграфія» спеціальності 186 Видавництво та поліграфія – Електронні текстові дані. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 289 с. URL: <https://ela.kpi.ua/items/245c9e59-3305-474b-8201-f9ed8432fb55> (дата звернення: 28.03.2025).

50. Єжова О., Титаренко О. Цифрові технології у дизайні плаката. VII Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну» Київ, КНУТД, 4 квітня 2025 р. URL: <https://designconference.knutd.edu.ua/arxiv/>

51. Єжова О., Пашкевич К., Остапенко Н., Вертило К., Єншина З., Чжоу Чуанцзінь. Плакат як засіб соціальної реклами в умовах пандемії Covid-19. Збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» (27 квітня 2022 р., Київ). 2022. Т.2, с. 87-90.

52. Скляренко Н. В., Колосніченко О. В., Єжова О. В., Чупріна Н. В., Струмінська Т. В., Лю Хуамей. Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. *Art and Design*. 2022. Т.18. №3. С. 120–139. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10>

53. Gula Y., Kolisnyk O., Skliarenko N., Kolosnichenko M., Kolosnichenko O., Pashkevych K., Yezhova O., ... Ostapenko N. Graphic design in information and visual space: monograph. Riga: Baltija Publishing. 2023. 288 p.

54. Gray A. L., Curtis C. W., Young M. R., Bryson K. K. Innovative poster designs: A shift toward visual representation of data. *American Journal of Health-System Pharmacy*. 2022. №79(8), C. 625-628. <https://doi.org/10.1093/ajhp/zxac002>

55. Guo S., Jin Z., Sun F., Li J., Li Z., Shi Y., Cao N. Vinci: an intelligent graphic design system for generating advertising posters. In *Proceedings of the 2021 CHI conference on human factors in computing systems 2021*. pp. 1-17. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445117>

56. Gryshchenko I., Yezhova O., Pashkevich K., Biryukova Y. Research and creative activity in the design field: Intersections of science, art, and engineering. *Leonardo*. 2024. T. 57. №. 3. C. 279-285. URL: https://doi.org/10.1162/leon_a_02521 (дата звернення: 13.05.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток Б

Закарпатська обласна організація Національної спілки художників України

Державний науково-методичний центр змісту культурно-мистецької освіти



**XIX Всеукраїнський конкурс
образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва
«Етюдний вернісаж»**

ДИПЛОМ

лауреат I премії

Титаренко Олександра

Комп'ютерна графіка VIII категорія 20-24 років

викладач Єжова Ольга Володимирівна

Київський національний університет технологій та дизайну

Голова журі - член Національної спілки художників України,
лауреат обласної премії імені Й. Бокшая та А. Ерделі в галузі декоративно-прикладного мистецтва,
лауреат Міжнародних та Всеукраїнських мистецьких конкурсів,
керівник гуртка з художньої різьби по дереву в приватному ліцеї «ТеоБенд»,
засновник школи художньої різьби по дереву «KINCH-Art»

Віталій Кінч
(Ужгород, Україна)

Члени журі:

кандидат мистецтвознавства, доцент Закарпатської академії мистецтв
та Ужгородського коледжу мистецтв ім.А.Ерделі,

член Національної спілки художників України,

лауреат обласної премії імені Й.Бокшая та А.Ерделі в галузі образотворчого мистецтва

Ігор Луценко
(Мукачеве, Україна)

член Національної спілки художників України,

директор художньої галереї «Ужгород»,

член журі Міжнародних та Всеукраїнських мистецьких конкурсів,

учасник Міжнародних та Всеукраїнських пленерів та симпозіумів

Микола Шете
(Ужгород, Україна)

Голова ГО «Панорама-Арт»
Доктор філософії



Юлія Тетерюк-Кінч

Ужгород 01-10.03.2025

Додаток В

Серія плакатів патріотичного спрямування для громадської організації «Арт Єднання»



Рис. В.1 Плакат «Мова – душа нації» (Титаренко О., 2025)



Рис.В.2 Плакат «Сила у наших традиціях» (Титаренко О., 2025)

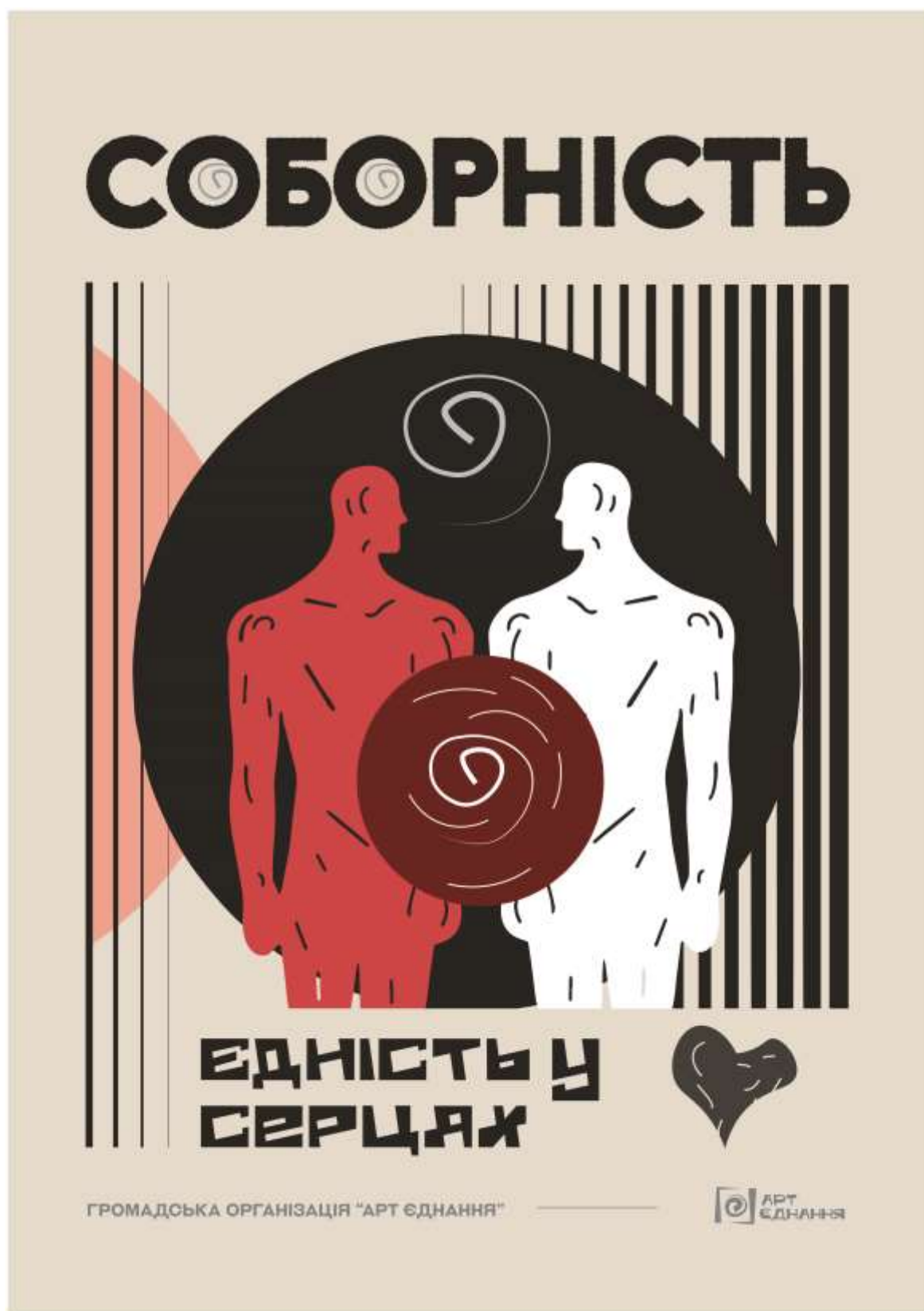


Рис. В.3 Плакат «Соборність. Єдність у серцях» (Титаренко О., 2025)



Рис. В.4 Плакат «Вільні & Незламні» (Титаренко О., 2025)



Рис. В.5 Плакат «Перемога будується щодня» (Титаренко О., 2025)



Рис. В.6 Плакат «Сміливість змінює світ»(Титаренко О., 2025)



*Рис. В.7 Логотип для громадської організації «Арт Єднання»
(Титаренко О., 2025)*

Додаток Г

Сучасні українські соціальні плакати, присвячені національній єдності та ідентичності. Постери в національних кольорах: синій і жовтий.

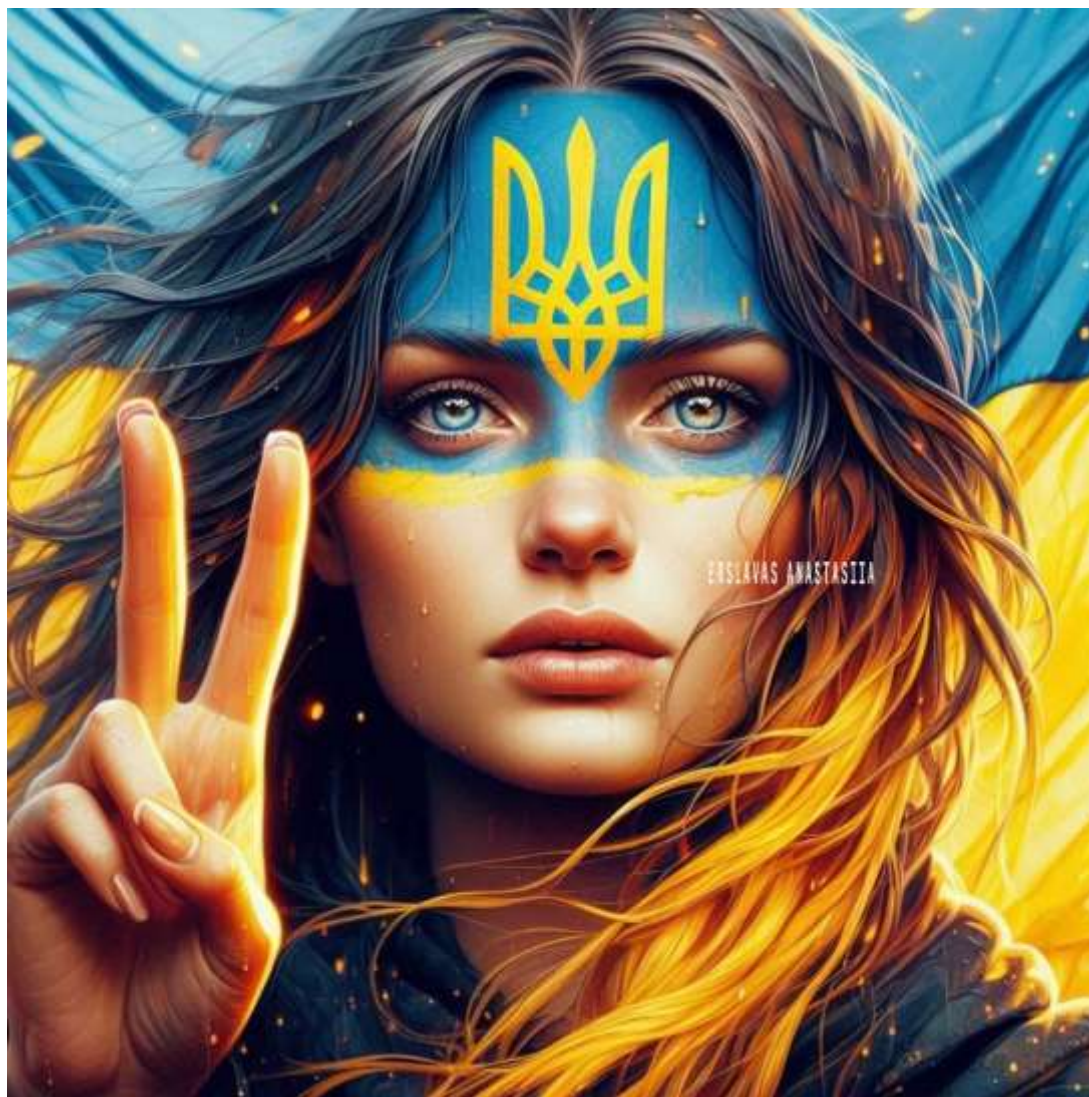


Рис. Г.1.Постер з серії «Україна»(Anastasiia Erslavas, 2022).



Рис. Г.2.Постер з серії «Україна»(Anastasiia Erslavas, 2022)