

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Серія сучасних патріотичних плакатів на підтримку України
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 022 Дизайн
Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БЗДг-21

Крамаренко М.А.

Науковий керівник к.філос.н., доц.

Слівінська А.Ф.

Рецензент д.мист., доц. Безугла Р.І.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Крамаренко М. А. Серія сучасних патріотичних плакатів на підтримку України – Рукопис.

Кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

У кваліфікаційній роботі досліджується сучасний патріотичний плакат в контексті російсько-української війни. Проаналізовано види плакатів, засоби композицій, які використовуються при створенні сучасного соціального плакату, висвітлено графічні особливості плакатів. Аналізуються плакати в Україні, як масові, так і авторські. Визначено основні образи, ідеї, закладені в плакатах. В результаті дослідження, створено серію патріотичних плакатів на підтримку України.

Проект реалізовано з використанням векторної графіки у програмному середовищі Adobe Illustrator, з адаптацією макетів до друкованих та цифрових форматів. Розроблено візуалізації серії плакатів фізичних та цифрових носіях. Результати проекту були апробовані під час участі в науковій конференції, що підтвердило актуальність даної теми. Проект доводить важливість графічного дизайну як інструменту впливу на підтримку духу громадян та збереження національної ідентичності через візуальні образи.

Ключові слова: плакат, образ, композиційні особливості, ідея, графічний засіб.

SUMMARY

Kramarenko M. A. A series of modern patriotic posters in support of Ukraine – The manuscript.

Qualifying work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 022 Design - Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

The qualification work explores the modern patriotic poster in the context of the russian-Ukrainian war. The types of posters and compositional techniques used in the creation of modern social posters are analyzed. The graphic features of posters are highlighted. Both mass-produced and authorial posters in Ukraine are examined. The main images and ideas embedded in the posters are identified. As a result of the study, a series of patriotic posters in support of Ukraine was created.

The project was implemented using vector graphics in the Adobe Illustrator software environment, with adaptation of layouts to print and digital formats. Visualizations of a series of posters were developed for physical and digital media. The project results were tested during participation in a scientific conference, which confirmed the relevance of this topic. The project proves the importance of graphic design as a tool for influencing the spirit of citizens and preserving national identity through visual images.

Keywords: poster, image, compositional features, idea, graphic device.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ ЯК ПРОДУКТ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

1.1. Визначення поняття плакату. Його види.....

1.2. Функції плакату.....

1.3. Сучасні тенденції дизайну соціального плакату.....

Висновки до розділу 1.....

РОЗДІЛ 2. ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЯ АВТОРСЬКОЇ СЕРІЇ ПАТРІОТИЧНИХ ПЛАКАТІВ НА ПІДТРИМКУ УКРАЇНИ.....

2.1. Особливості дизайну соціальних плакатів патріотичної спрямованості.....

2.2. Аналіз аналогів соціальних плакатів патріотичної спрямованості...

2.3. Концепція авторської серії патріотичних плакатів на підтримку України.....

Висновки до розділу 2.....

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОЇ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ НА ПІДТРИМКУ УКРАЇНИ.....

3.1. Авторська серія патріотичних плакатів на підтримку України.....

3.2. Обґрунтування дизайнерських рішень (стилістичних, кольорових, шрифтових, композиційних) у розробці авторської серії патріотичних плакатів на підтримку України.....

3.3. Плакати авторської серії у зовнішній рекламі і цифровому середовищі.....

3.4. Програмне забезпечення розробки проєкту.....

3.5. Матеріали та види друку.....

3.6. Орієнтовна вартість проєкту.....

Висновки до розділу 3.....

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....

ДОДАТКИ.....

ВСТУП

Актуальність теми дипломного проєкту полягає в тому, що у сучасних умовах війни та боротьби України за незалежність та свою територіальну цілісність неабиякої ваги набуває візуальне мистецтво як інструмент комунікації, протесту та підтримки національної ідентичності. Графічний дизайн, зокрема соціальний плакат, стає не просто формою мистецтва, а є одним із найпотужніших засобів візуального впливу на глядача, спроможним транслювати соціальні, емоційні й патріотичні меседжі. Він стає неабияким інструментом комунікації, який передає емоції, ідеї та заклики до дії. Це дає змогу через мову графіки говорити з глядачем без слів, пробуджуючи відчуття єдності, сили й віри в перемогу. Створення серії плакатів, присвячених Україні та її підтримці, є не лише актуальним з боку культурного та патріотичного виховання, а й важливим чинником для формування візуального коду сучасної української ідентичності.

Метою дослідження є розробка та реалізація авторської серії патріотичних графічних плакатів, що відображають ідеї підтримки України, національної єдності, стійкості народу, а також виявлення ефективних дизайнерських засобів візуальної комунікації в умовах соціальної напруги та воєнного стану.

Завдання дослідження:

- проаналізувати історичний розвиток соціального плакату як інструмент впливу на масову свідомість;
- розглянути особливості сучасного українського плакату в умовах війни;
- вивчити візуальні, кольорові, композиційні прийоми, які посилюють емоційний вплив графічного дизайну;
- ознайомитись з прикладами успішних плакатних кампаній у світовій та українській практиці;
- розробити концепцію, візуальний стиль і загальну ідею авторської серії плакатів;

- створити серію плакатів, які візуально транслюють підтримку України та формують позитивний національний наратив.

Об'єктом дослідження є плакат як продукт сучасного графічного дизайну, особливості розробки соціального плакату патріотичної спрямованості виступає графічний дизайн як форма візуальної комунікації.

Предметом дослідження є принципи створення соціального плакату як засобу візуалізації формування образів національної ідентичності та забезпечення підтримки соціального незламного духу народу в умовах воєнного стану та розробка серії патріотичних плакатів, присвячених спротиву українського народу.

У роботі використано **методи**:

- історичний (для вивчення еволюції плакатного мистецтва в Україні та у світі);
- аналітичний (аналіз дизайнерських рішень щодо композиції, кольору символіки у відомих зразках плакатного дизайну);
- експериментальний (створення авторських зразків з подальшим тестуванням візуального впливу);
- графічного моделювання (розробка та реалізація серії плакатів у програмному середовищі Adobe

Отримані результати та елементи наукової новизни

В процесі роботи було розроблено авторську серію патріотичних плакатів, що візуалізує образи національної ідентичності та сприяє формуванню сталого соціального духу в умовах воєнного стану. Дослідження поєднує в собі історичний аналіз символіки, візуальні архетипи української культури та сучасні підходи до створення патріотичного плакату.

Елементи наукової новизни одержаних результатів дослідження

полягають у таких чинниках, як:

- створення серії плакатів, що поєднують історичні й сучасні символи з метою підсилення патріотичних настроїв народу;

- проектне втілення методу графічного моделювання в контексті соціальної підтримки та національної єдності;
- використання графічних зображень як засобу комунікації, що впливає на емоції глядача;
- впровадження мистецьких методів у комунікацію з широкою аудиторією під час війни.

Створені в межах дослідження плакати візуальним інструментом підтримки українського суспільства, спроможні не лише актуалізувати тему національної єдності, а й сприяти емоційному об'єднанню людей у складний для нашої країни період.

Практичне значення одержаних результатів

Результати цієї кваліфікаційної роботи мають вагоме практичне значення в контексті сучасного українського суспільства. Створена серія патріотичних плакатів може бути використана у різних сферах: освітній, культурній, інформаційній, громадській та волонтерській. Їх можна застосовувати як елементи соціальних кампаній, під час заходів на підтримку Збройних сил України, у патріотичних флешмобах, у рамках культурних подій, виставок, тематичних інсталяцій, а також як візуальний контент у соціальних мережах. Крім того, отримані під час дослідження напрацювання можуть бути використані у навчальному процесі як приклад реалізації патріотичного дизайну на основі актуального суспільного запиту.

Апробація результатів дослідження

Основні положення, ідеї та результати кваліфікаційної роботи були апробовані тезах доповіді на тему «Соціокультурні та мистецтвознавчі аспекти дизайну сучасного патріотичного плакату», опублікованих у матеріалах ІХ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Традиції та новації в дизайні», що відбулася 15 травня 2025 року на базі Луцького національного технічного університету.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінки. Додатки представлено на 7 сторінках. У першому розділі розглядаються теоретичні основи плакатного дизайну. У другому- аналізуються аналоги об'єкту, викладається послідовність і основні етапи виконання проєкту, У третьому — представлено розробку авторської серії плакатів, матеріали, обладнання та технології виготовлення обраного об'єкта.

РОЗДІЛ І

СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ ЯК ПРОДУКТ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

1.1. Визначення поняття плакату, його види

Плакат — це особливий художній посил для суспільства, мета якого донести певну інформацію різного характеру: політичного, рекламного, соціального, мистецького, освітнього та історичного. В історичні часи, коли у людей не було мобільних або телевізійних пристроїв, люди власноруч створювали плакати великого формату, в основному це були агітаційні плакати на спортивну тему, політичну тощо. Плакат був корисний суспільству для донесення важливої інформації, що і давало змогу людям не залишатися у невіданні [1].

Ідеальний плакат — це той, що не вимагає додаткового пояснення. Людина проходить повз, кидає один погляд — і вже або все зрозуміла, або щось у неї зачепилося в голові. Це може бути емоція, фраза, колір чи навіть просто форма. Усі елементи плакату — кольори, композиція, типографіка, ілюстрації чи фото є частинами меседжу, які працюють на загальну ідею та мають працювати всі разом. Тому дизайн плакату — це завжди пошук балансу між формою, змістом, емоцією та функцією.

Якщо говорити про види плакатів, важливо розуміти, що вони можуть мати різне призначення, але всі працюють на комунікацію. Саме комунікативна функція плакату визначає його тип.

Політичний плакат — є одним з найважливіших повідомлень суспільству, можуть повідомляти про політичну партію або проголошення нового політичного діяча, боротьбу за мир та визволення, незалежності та про оголошення війни [17].

Соціальний плакат — це особливий засіб комунікації, який найчастіше підіймає теми екології, гендерної рівності, прав людей та тварин, боротьбі з

дискримінацією, расової нерівності. Мета якого покращити життя суспільству та змінити застарілі рамки на нові та більш комфортні [14].

Рекламний плакат – це засіб комунікації, який використовується для просування певних товарів та послуг у суспільство через рекламний постер. Метою якого є привернути багато уваги аудиторії, зацікавити купити той чи інший товар та більш розкрутити свою кампанію у суспільстві [7].

Освітній плакат — це засіб комунікації, який використовується для передачі інформації освітнього характеру та спонукання інтересу до навчання. Такий тип плакатів базується на школах, університетах, коледжах та ліцєях. Для висвітлення науки, факультетів та різних предметів такі як: математика, біологія, мистецтво, екологія, фізична культура тощо [7].

1.2. Функції плакату

Соціальний плакат – це не просто зображення з текстом. Це потужний інструмент, який може впливати на свідомість людей, викликати емоції та спонукати до дії. Його головна мета – донести важливу суспільну ідею або проблему до широкої аудиторії.

Крім того, соціальні плакати часто використовують метафори та асоціації, щоб передати складні ідеї простими візуальними засобами. Це дозволяє залучити глядача до роздумів і сформуванню емоційний зв'язок з темою плаката. На відміну від комерційної реклами, яка має на меті продати товар чи послугу, соціальний плакат працює з глибшими речами – він говорить про цінності, проблеми, болі та надії людей. Це може бути тема війни, екології, захисту тварин, дискримінації, рівності, патріотизму чи інші важливі для суспільства питання.

Як зазначає українська дослідниця в галузі графічного дизайну О. Гладун, соціальний плакат є засобом соціальної реклами, який виконує кілька функцій: інформативну, виховну, емоційно-психологічну та естетичну. Він не

лише повідомляє про проблему, але й формує ставлення до неї, викликає емоції та естетичне задоволення [14].

Інформативна функція є основою соціального плакату. Вона полягає у стислому та зрозумілому донесенні певної соціальної проблеми чи події. Наприклад, у нас, в Україні, з початку повномасштабного вторгнення, соціальні плакати стали способом розповідати світу про війну, про знищення міст, про героїзм наших захисників і про те, чому важливо підтримувати Україну. Ця функція допомагає людям швидко орієнтуватися в ситуації, отримувати важливі сигнали ззовні. Коли людина бачить соціальний плакат – вона одразу розуміє, про що мова. Це важливо в умовах, коли часу на читання чи пошук інформації дуже мало.

Друга функція – виховна. Через плакат можна змінювати ставлення людей до певних речей, формувати нові соціальні звички, заохочувати до дій або навпаки – стримувати небажану поведінку.

До прикладу, плакати про важливість дотримуватись правил під час повітряної тривоги мають прямий вплив на життя людей. Також плакати, які нагадують про важливість мови, культури, історії – виховують національну свідомість. Тож, соціальний плакат є важливим інструментом у формуванні нових соціальних звичок, активної громадянської позиції та національної свідомості. Особливо в умовах війни та змін у країні.

Третя функція – емоційно-психологічна. Соціальний плакат не просто інформує – він має впливати на почуття. Грамотно створений плакат може викликати гнів, співчуття, гордість, сум, натхнення. Саме емоція змушує людину зупинитися, звернути увагу, поділитися побаченим з іншими або замислитися. Це дозволяє не просто показати проблему, а змусити людину відчувати, що вона має до неї відношення. Саме цей тригер не просто подає факт, а й пробуджує внутрішню відповідь на нього.

І остання функція – естетична. Навіть якщо плакат виконує серйозну соціальну місію, він все одно має бути візуально привабливим, професійно виконаним і добре скомпонованим. Глядач краще сприймає візуальну

інформацію, коли вона подана гармонійно та якісно. Саме через естетику формується довіра до меседжу, а через дизайн плакат отримує повагу та шанс бути поміченим.

Усі ці функції тісно пов'язані між собою, і жодну з них не можна відділяти. Тільки коли плакат поєднує в собі силу ідеї, правильну подачу і грамотну візуалізацію – він стає справжнім прикладом якісного соціального дизайну. Саме такі роботи сьогодні особливо важливі для України, бо ми не просто боремось на полі бою, але й ведемо інформаційну боротьбу, в якій кожен художник, дизайнер, ілюстратор може зробити свій внесок.

Від початку повномасштабного вторгнення дизайнери створили неймовірну кількість плакатів і різних графічних робіт. Це логічно, адже події змінювались із шаленою швидкістю кожного дня, і мистецтво розвивалося разом із ними. Кожен новий плакат чи ілюстрація з'являлися як реакція на якусь подію, новину чи коротку фразу, що запала в душу. Нині ми живемо в час, коли соцмережі займають дуже велику роль у нашому житті, і все поширюється дуже швидко. Завдяки цьому дизайнери мали можливість створювати роботи буквально одразу після того, як з'являвся інформаційний привід.

Під час війни плакат став справжнім голосом нашого народу. Через них митці змогли висловити те, що відчував народ, підняти важливі теми й говорити про болючі речі. На мою думку, багато цих плакатів мають величезне значення не лише всередині країни, а й для того, щоб світ бачив, через що проходить наша країна. Це спосіб, як саме дизайнери можуть донести важливу думку, змусити людей замислитися, викликати емоції. Через такі плакати можна показати, що важливо для суспільства, що болить та що треба змінювати. Саме через плакати багато хто відчуває єдність, розуміє, що ми всі переживаємо одне й те саме, і хочемо перемоги.

Особливо важливим є залучення людей до допомоги армії та підтримки цивільних. Волонтерська діяльність відіграла велику роль у розвитку плакатів. Щодня волонтерські організації потребують поширення інформації про збори

допомоги: одягу, продуктів, грошей, плетіння сіток чи інші способи допомоги. Тому виникає неабияка потреба створювати яскраві й помітні плакати, які б змогли доступно продемонструвати ці заклики великій кількості людей. Українці дуже мотивовані допомагати, а плакати стали важливим інструментом, який підтримує цю потребу допомоги.

Хотілось би зазначити, що розвиток соціально-патріотичного плакату в Україні не зупинявся й у XXI столітті, особливо під час важливих історичних подій. Яскравим прикладом цього стали плакати періоду Революції Гідності. У той час українські дизайнери, художники, студенти мистецьких навчальних закладів і просто небайдужі люди активно створювали плакати, які несли в собі заклик до свободи, гідності та єдності.

Ключовими словами тих плакатів були «Свобода», «Слава Україні», «Гідність», «Єдність», «Україна понад усе». Використовувались прості, але дуже сильні візуальні образи: жовто-сині кольори, тризуб, карту України, символічне серце, стилізоване під національні орнаменти.

Роботи українського художника Микити Тітова дуже прості за виглядом, але глибокі за змістом. У його плакатах немає зайвих деталей — кожен елемент важливий і має своє значення. Він часто використовує обмежену палітру кольорів, зазвичай це синьо-жовтий, як пряма асоціація з Україною. Його плакати дуже стримані та мінімалістичні, проте викликають сильні емоції.

М. Тітов завжди швидко реагує на те, що відбувається в країні. Він створює плакати, які відображають події — від Майдану до нинішньої повномасштабної війни. Наприклад, його серія «Оборонні герби міст» дуже символічна: вона показує, що українські міста тримаються, борються та не здаються. "Захотілося показати ворогові, що кожне місто готове дати потужну відсіч, насправді все так і є, українці можуть чинити опір" [50].

Його роботи можна побачити в інтернеті, вони швидко поширюються в соцмережах, їх друкують на плакатах, показують на виставках.

Отже, буває так, що символічні образи говорять краще за слова. Соціальні плакати стають ніби щоденником, на якому закарбовано все, що ми

переживаємо. Вони стають голосом болю, втрати та надії, що живе в наших серцях.

1.2. Сучасні тенденції дизайну соціального плакату

Соціальний плакат у сучасному дизайні є не лише носієм візуальної інформації, а ще й сильним інструментом комунікації, який може викликати емоції, формувати настрої суспільства та закликати до дії. Його роль особливо зростає в умовах соціальної напруги, криз і війн, коли важливо привернути увагу до проблеми чи висловити громадську позицію.

У контексті війни в Україні соціальний плакат набув нового значення — він став символом супротиву, єдності, підтримки, поширення правди та боротьби з дезінформацією. Багато українських дизайнерів, ілюстраторів, художників, а також закордонних митців долучилися до створення плакатів на підтримку України, використовуючи візуальну мову як спосіб проявити солідарність та гуманітарну підтримку.

Виокремлюють такі основні теми сучасних патріотичних плакатів:

1. Національна єдність та незламність. Плакати часто акцентують на силі українського народу, героїзмі військових, волонтерів, цивільних. Використовуються національні символи: тризуб, карта України, синьо-жовті кольори, калина, мак.

2. Заклик до боротьби та спротиву. Гасла «Слава Україні!», «Україна понад усе!», «Віра в ЗСУ» супроводжуються образами, які підкреслюють мужність і жагу до перемоги.

3. Підтримка жертв війни. Часто плакати зображають цивільних, що постраждали від війни. Ці роботи закликають до емпатії та викликають співчуття.

4. Культурний фронт. Популяризація української мови, культури, традицій, звернення до історичної пам'яті, національної ідентичності.

Водночас соціальний плакат у світі також продовжує розвиватися, відображаючи інші актуальні теми: боротьбу за права людини, захист довкілля, рівність, толерантність, свободу слова, інклюзивність.

Сучасні тенденції дизайну соціального плакату:

1. Мінімалізм. Багато дизайнерів сьогодні звертаються до мінімалістичного підходу в створенні плакату: використання кількох кольорів, простих форм, чіткої типографіки. Це дозволяє швидко зробити його доступним широкій аудиторії. До прикладу, чорний шрифт на жовто-синьому тлі або графічний силует на контрастному фоні.

2. Типографічні експерименти. Шрифт стає не тільки засобом подачі тексту, а повноцінним графічним елементом. Слова можуть зміщуватись, вибудовуватись у форми, що підкреслюють зміст. Це особливо актуально у плакатах, де звернення передається словесно й візуально одночасно [23].

3. Цифровий арт та ілюстрація. З розвитком цифрових технологій плакати часто створюються у цифрових ілюстраційних програмах. Це дає можливість швидко реагувати на події, створювати мему в соцмережах та адаптувати стиль. Сучасний плакат активно поширюється онлайн та стає «вірусним».

4. Фотоколаж та мікс-медіа. Використання реальних фото, об'єднаних із графічними елементами, шрифтами, ілюстраціями. Такий підхід додає плакату автентичності та створює емоційний ефект присутності.

5. Інтерактивність та мультимедійність. Деякі сучасні плакати виходять за межі традиційного паперового формату, беруть залученість у доповненій реальності (AR), QR-коди, анімаційні версії для цифрових платформ. Це особливо актуально для молодшої аудиторії, яка споживає контент онлайн [13].

6. Соціальний активізм. Художники використовують плакат як форму протесту, критики влади, захисту прав. У багатьох країнах плакати стали невід'ємною частиною мітингів, демонстрацій, вуличних акцій. В Україні цей підхід також набув поширення під час Революції Гідності та в умовах війни.

Візуальні особливості сучасного соціального плакату:

- Контрастність кольорів (червоний\чорний, жовтий\синій, білий\червоний);
- Використання символів і метафор (птаха як символ свободи, ланцюг як символ поневолення, серце як символ любові до країни);
- Відсилки до історичних подій, культури та народної творчості.

Завдання соціального плакату не просто прикрасити простір, а зачепити, спонукати до роздумів та мотивувати до змін на краще.

Якщо розглядати патріотичні плакати, важливою тенденцією стає переосмислення традиційних образів. Наприклад, замість звичних портретів героїв дизайнер створює абстрактні форми, символічні знаки, що відкривають нові сенси. Спостерігається глобалізація візуальної мови — українські митці активно інтегрують міжнародні тренди, одночасно зберігаючи національний код.

Соціальний плакат у XXI столітті став динамічним явищем, який вмів швидко реагувати на зміни. Якщо раніше створення плакату було довгим процесом (ескізи, друк, розповсюдження), то сьогодні завдяки соцмережам і цифровим інструментам плакат можна зробити й опублікувати досить швидко. Це робить плакат зброєю швидкої дії, особливо в умовах інформаційної війни.

Тож, сучасний соціальний плакат — це багатогранний культурний, політичний та емоційний феномен. Він поєднує традиційні й новітні засоби виразності, виконує функції інформування, підтримки, критики та натхнення. У патріотичному контексті плакат стає таким «візуальним фронтом», де кожен образ і напис працює на підтримку національного духу та затвердження цінностей свободи, гідності й незламності.

Висновки до розділу 1

Отже, аналіз поняття, особливостей і сучасних тенденцій соціального плакату дозволяє визначити його як багатофункціональний інструмент графічного дизайну, який здатен поєднувати в собі візуальне мистецтво та комунікаційні технології. Соціальний плакат, як засіб оперативного донесення важливої інформації, що здатний впливати на громадську думку, формувати соціальні наративи та закликати до дії.

На даний момент соціальний плакат вийшов за межі традиційного друкованого формату, ставши частиною цифрової комунікації — активно поширюється в соцмережах, медіа, інтерактивних платформах, що розширює його вплив і охоплення аудиторії.

У XXI столітті соціальний плакат значно розширив межі свого впливу, реагуючи на суспільні процеси з миттєвою швидкістю. Застосування фотоколажів, мікс-медіа, інтерактивних елементів, QR-кодів та доповненої реальності робить плакат інструментом комунікації.

З'ясовано, що плакат у сучасному контексті виконує різні функції й виступає як засіб соціального активізму, платформа для висловлення громадянської позиції та інструмент впливу на глядачів. Особливу роль він відіграє в умовах протестних рухів, соціальних криз і воєнного часу.

Сучасний соціальний плакат тяжіє до лаконічності, символізму, експериментів із типографікою, кольором і техніками. Водночас важливою тенденцією є інтеграція традиційних символів у сучасну візуальну мову, щоб зберегти національний контекст, адаптуючи його під глобальні стандарти сприйняття. Проаналізовано характерні візуальні ознаки сучасного соціального плакату, а також відсилки до історичної пам'яті і народної творчості. Саме через ці засоби плакат виконує функцію візуальної комунікації, що робить його спроможним викликати емоційну реакцію та формувати відчуття колективної ідентичності.

Таким чином, соціальний плакат сьогодні — це не просто графічний продукт, а потужний медіаресурс, що ефективно поєднує функції мистецтва, дизайну та соціальної комунікації. Його розвиток і трансформація відбуваються під впливом технологічних змін, соціально-політичних викликів і культурних тенденцій, що робить його універсальним і актуальним інструментом впливу на суспільство. У патріотичному контексті соціальний плакат виконує особливо важливу місію — стає візуальним проявом національної гідності, символом єдності та боротьби за свободу.

РОЗДІЛ 2

ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЯ АВТОРСЬКОЇ СЕРІЇ ПАТРІОТИЧНИХ ПЛАКАТІВ НА ПІДТРИМКУ УКРАЇНИ

2.1. Особливості дизайну соціального плакату патріотичної спрямованості

Соціальний плакат із патріотичним змістом є не просто красивим малюнком. Перш за все, це спосіб показати людям, що вони не самі, що їхня країна варта боротьби і разом ми сильніші. На перший погляд здається, що відтворити плакати на ту чи іншу тему легко, а насправді, автор може виношувати її не один рік, для створення гідних плакатів необхідно: підбір кольорів, шрифту, а саме головне – ідеї, це займає не один день, а декілька місяців кропіткої роботи, а може навіть і років.

Також для створення необхідні знання про композиційне рішення, кольорознавство тощо. В своїх плакатах, автор повинен замотивувати робити якісь кроки для покращення свого життя або світу, суспільство по-різному може відреагувати на посил плакату, як в негативному ключі, так і в позитивному. Думки можуть різнитися у суспільстві, тому потрібно бути готовим і до гучних гасел проти цього чи іншого плакату. Плакати можуть бути зроблені не тільки у графічному варіанті, існує маса якісних та креативних, які розробляються власноруч наприклад за допомогою: газет, пластиліну, а буває навіть можуть додати жуйки, жерстяні банки тощо [11].

Український плакат має свою давню історію, що тісно пов'язана з іменами видатних художників та графіків. Якщо говорити про минуле, то тут варто згадати таких митців як Олександр Данченко, Іван Їжакевич, Опанас Сластіон. Вони залишили свій слід не тільки в ілюстрації, а ще й у графічному мистецтві [24].

Кожен з названих митців додавав щось своє, створюючи стиль, який поступово став упізнаваним саме як український. Хоча їх творчість була різною, її об'єднувало одне – любов до національних символів Батьківщини й тем, що хвилювали людей того часу.

Зараз український соціальний плакат продовжує традиції, та вже в сучасному прочитанні. Багато ідей було взято з конструктивізму, але додавалося більше емоцій та експериментів. Також можна помітити вплив і закордонних трендів: наприклад, елементи мінімалізму чи швейцарської школи дизайну. Але українські автори завжди намагаються «перевести» це на свій лад, зробити ближчим до нашої культури.

Наприклад, використовують шрифти українських розробників — таких, як група дизайнерів Генадій Заречнюк, Дмитро Растворцев, Лук'ян Турецький зі своїм шрифтом Kobzar KS чи творці шрифтів з проєкту «Шрифтова Абетка української ідентичності» [49]. Це дозволяє навіть у найдрібніших деталях відчутти приналежність до своєї землі та показати, що наш візуальний стиль не губиться серед інших.

Кожна ідея плакату по-своєму унікальна, в одному випадку дизайн може бути не розроблений досконало, але при цьому ідею чудово можна розглянути і винести з цього свої висновки. А в деяких, грамотний дизайн, композиційно чудово розставлені фігури на плакаті, але ідеї немає. Тож і в тому і іншому випадку є свої мінуси, але все ж таки це можна виправити, головне помітити свої ж помилки.

Не існує якоїсь конкретики для створення дизайну соціального патріотичного плакату. Тож вони можуть бути як і простими мінімалістичними, так і зі складними деталями. Професійні дизайнери, як правило, використовують декілька елементів, щоб глядачі могли зосередитися на «меседжі», що їм доноситься.

Створення плакату є непростим і комплексним процесом, але є певні прийоми, які допоможуть зробити його справді ефективним і доцільним в певній ситуації.

У такій роботі важливо використовувати елементи, що підкреслюють головну ідею: форму, символічний образ, контраст, кольори, а іноді й гумор. У соціальних патріотичних плакатах важливо не тільки використовувати кольори прапора чи якісь відомі символи, а вкладати в них нові емоції та сенси. Наприклад, синьо-жовтий може бути яскравим і святковим, а може виглядати більш стримано та навіть сумно — усе залежить від того, що саме хоче донести автор.

Коли створюєш плакат, форма стає одним із головних елементів. Її можна розуміти по-різному й трактувати двояко. З одного боку, це спосіб показати ідею: форма може бути схожою на реальність, більш спрощеною чи взагалі абстрактною. З іншого боку, форма — це ще й сам розмір і вид плаката, що теж впливає на те, як люди сприймуть задум. Найчастіше використовують круглі, овальні, прямокутні чи трикутні форми, бо саме вони допомагають краще підкреслити сенс роботи. Коли робиш ескіз, форма грає важливу роль — вона допомагає розмістити всі елементи на плакаті й перевірити, чи вони гармонійно виглядають разом

Такий прийом використовує в своїй роботі Дмитро Дзюба (рис.2.1), український графічний дизайнер, який проживає в Києві.

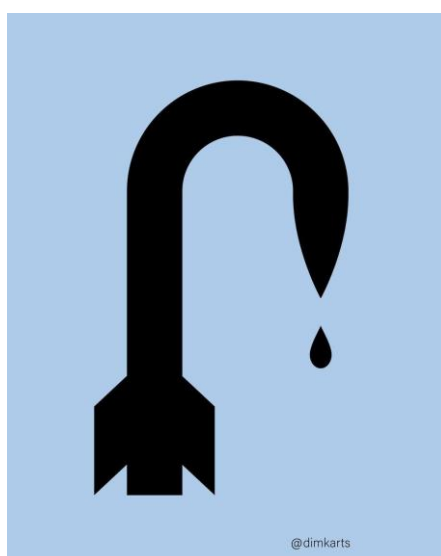


Рис. 2.1. «Infirmary», Дмитро Дзюба [34]

У цій роботі застосовується потужна метафора: зброя стає джерелом страждання та кровопролиття. Дизайнер грається з формами: військовий об'єкт і кран об'єднані, щоб показати як війна протікає в наше звичне життя, руйнуючи його й приносячи біль та втрати. Це цінне повідомлення про ціну війни, яка просочується в буденні речі.

Людина має за кілька секунд зрозуміти, про що плакат. Часто дизайнери використовують великі шрифти, короткі фрази та образи. Навіть не потрібно багато деталей, бо чим простіше, тим зрозуміліше й емоційніше. З іншого боку, не є необхідністю спрощувати форми до примітивізму. Форми в соціальному плакаті можуть бути складними та водночас мінімалістичними. ХХ

Прикладом є роботи Антона Логова, які простими формами і кольорами передають сильне послання до людей (рис. 2.2, рис. 2.3). Що в першій, що в другій роботі цікаве місце займає саме композиція та форми. В першому прикладі основна сцена поділена на дві частини: верхня – група мирних жителів, нижня – сцена перевірки. Цей чіткий візуальний поділ створює відчуття двох світів: мирного та насильницького. У другому прикладі композиція має дуже цікаву перспективу: вид знизу на ноги в білих чоботях, що створює ефект монументальності моменту, сили та величі.



Рис. 2.2. «Без назви»,
Антон Логов [35]



Рис. 2.3. «Без назви»,
Антон Логов [36]

Також на прикладі цих робіт ми бачимо, як сильно контраст впливає на сприйняття. Завдяки контрасту розмірів, кольорів і форм автори показують, наскільки змінилось звичайне життя українців та як війна вплинула на їхні почуття. Контраст передає протилежність, допомагає виділити плакат серед інших і привернути увагу глядача. Завдяки правильному використанню контрасту можна створити чіткий розподіл елементів р тобто зробити так, щоб найважливіше було видно одразу. Це допомагає людині швидко зрозуміти основну ідею плаката.

Колір завжди був і буде одним із найважливіших засобів у створенні плакату, бо саме через нього дизайнер може направити, куди має дивитися людина, передає значущі деталі та передає настрій роботи. Колір допомагає зробити акценти, виділити головне, але ще й викликає певні відчуття. Одні кольори діють дуже сильно, інші більш м'яко, але все одно вони мають певний вплив. Вибір кольору одразу задає настрій плакату, і навіть якщо здається, що це дрібниця — насправді колір вирішує багато. Вибір кольорового рішення є не просто технічним моментом, це складний, в один час інтуїтивний і свідомий процес, який має викликати цілу палітру емоцій у глядача.

Люди по-різному реагують на кольори, бо в кожного свої асоціації, але є й такі загальні відчуття, які зрозумілі більшості та якимось закріпились в культурі. Наприклад, жовтий колір одразу викликає асоціації з Україною, з сонцем, зі світлом і теплом. Це колір надії, оптимізму, і водночас він може діяти як попередження й привертати увагу.

Блакитний колір зазвичай сприймається як символ миру, спокою та надії. Він теж дуже про Україну, бо разом із жовтим утворює наш прапор. Блакитний часто використовують, щоб заспокоїти людину та підкреслити, що ми прагнемо миру, єдності, підтримки одне одного. Синій і блакитний реально дуже часто є на сучасних плакатах, бо вони ніби заспокоюють зображення, але при цьому залишають її сильною (наприклад, як у роботі Альбіни Ялози «в небі пташки літають нас охороняють» (рис 2.4).

Червоний колір діє дуже емоційно та інтенсивно, він привертає погляд і акцентує увагу на важливому. Це про біль, про боротьбу, про відвагу. Цей колір одразу кидається в очі, його не можливо не помітити. В умовах воєнного часу червоний в плакатах часто говорить про те, що війна триває, про втрати, біль та кров, але водночас він може використовуватись як символ відваги, сили, пам'яті та визволення (рис. 2.5). Не рідко червоний використовують з метою зробити акцент на державі-агресорі, показати руйнівні масштаби.



Рис. 2.4. «В небі пташки літають нас охороняють», Альбіна Ялоза [37]



Рис 2.5. «Наш меч – мерзенну голову зніс з плеч», Альбіна Ялоза [38]

Чорний колір у плакатах часто використовують, щоб показати пам'ять про наші жертви, щоб передати смуток, біль і тяжкість того, що зараз відбувається. Цей колір створює відчуття серйозності й трагічності, через нього можна показати емоції, які важко описати словами.

Особливо багато темних плакатів з'являлося восени та взимку, коли через удари по інфраструктурі ми залишалися без світла і це стало частиною нашої реальності. Саме чорний колір у таких роботах нагадував про цю темряву, про холод і про той стан, коли ти не знаєш, що буде завтра (рис. 2.6.).

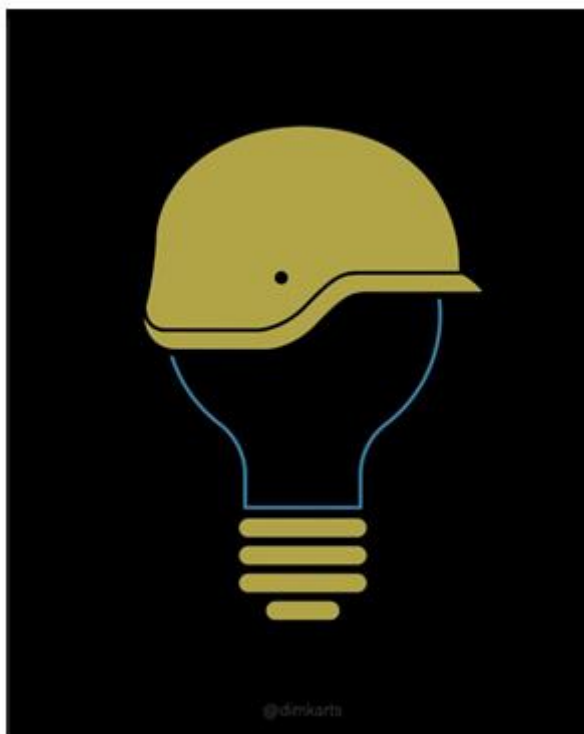


Рис. 2.6. «Без назви», Дмитро Дзюба [39]

Загалом, колір у плакаті є не просто прикрасою чи додатком до зображення, це повноцінний спосіб спілкування між автором та глядачем. Саме завдяки вдало підібраній кольоровій гамі можна вибудувати чітку структуру, розставити акценти, виділити найважливіше й зробити так, щоб плакат привертав увагу й водночас передавав емоції.

Патріотичні соціальні плакати дуже сильно впливають на людей, бо вони створені не лише для естетики, а щоб об'єднувати, підтримувати та нагадувати про важливе. Вони стають частиною спільної боротьби й культурною «зброєю». Тому ключовою стає саме комунікація між роботою та глядачем. Набуває важливості захопити його увагу й донести свою ідею, яка зможе відгукнутися цільовій аудиторії. Плакати, що враховують особливості великої маси людей і відповідають контексту є найціннішими. Щоб зацікавити та спонукати глядача до подальшого вивчення теми, що презентується, необхідно створити ситуацію чи поставити питання, яке закликає до подальших роздумів та участі людини. Такий засіб графічної комунікації має враховувати актуальні новини з перевірених джерел і культурні особливості громадян.

Перед тим як почати роботу над плакатом, важливо чітко зрозуміти, яке саме послання ти хочеш у ньому передати. Бо саме ідея є серцем плакату, тому що соціальний плакат має мету поставити та загострити актуальне питання та дати глядачу привід його обдумати та зробити свій висновок.

Коли вже придумана основна ідея та задум, важливо підібрати візуальний образ, який її підкреслить, і пояснити, чому саме він підходить. Усе: текст, кольори, форми — мають бути не просто красивими елементами, а доречними, логічно обґрунтованими й правильно використаними.

Цікаво, що в сучасних плакатах часто з'являються схожі образи на одні й ті самі події, але дизайнери щоразу шукають, як показати цю ідею по-новому, нестандартно, стисло й влучно. Тож, на сьогодні цінується не стільки новизна самої ідеї, скільки її унікальна подача.

Дизайнери шукають способи, як зробити теми війни ближчими, зрозумілішими для людей. Але це взагалі було б неможливо, якби сама тема не була настільки важливою та актуальною для суспільства.

Дуже важливо, щоб образ, закладений у плакат, трактувався чітко й без двозначностей. Більшість хороших плакатів передають зрозуміле й конкретне послання, яке не потребує додаткових пояснень.

2.2. Аналіз аналогів соціальних плакатів патріотичної спрямованості

Дизайнерський аналіз аналогів є важливою частиною для подальшої роботи з дипломним проєктом. Деякі приклади мають недосконалі елементи, проте більшість з них є блискучими зразками, який відповідає всім композиційним законам та шрифтовій композиції, має доречне кольорове виконання. Тому варто розглянути наступні приклади.

На цьому плакаті зображена боротьба між українським народом і ворогом, що наші українські громадяни кожен день борються за свободу та за свої права (рис. 2.7.).



Рис. 2.7. Український плакат воєнного часу [26]

Векторний плакат відображає складну ситуацію в країні, що навіть в супротив ворогу ми ідемо перемагати та відстоюємо честь та гідність нації. Видно різницю між світлою стороною та темною, добре підбрано кольорову гаму та саму ідею можна добре роздивитись на плакаті. Плакат спонукає до роздумів, мотивує не сидіти на одному місці, а почати робити щось для своєї держави. Показує безстрашність українського народу, це демонструється тим, що українці вийшли без зброї, а з одним прапором України. А ворог націлювся з автоматом на людей без зброї.

Плакат зображує відомі події нашої української історії і сьогодення (див. рис. 2.8.) . Що пройшло декілька століть боротьби заради свободи, але волю та дух нашого незламного народу не скорився і на сьогоднішній день ми продовжуємо свій шлях та боремося із ворогом за свободу.

Можна це назвати кольорами війни, все в темних відтінках, але наші герої на плакаті стоять впевнено і знаючи, що перемога на нашій стороні. Ідея тут зрозуміла, що наші гетьмани віками йшли до перемоги та ніколи не здавалися і не сходили з шляху. Добре зображені та промальовані старинні костюми

кожного з років, автор гідно показав атмосферу війни кольорами, настр людей, в їх очах можна прочитати одне це – перемога над злом, і при цьому зображують сьогодення, наших воїнів, які віддають своє життя заради мирного неба над головою кожного українця.



Рис. 2.8. Плакат боротьби за свободу [27]

Плакат відображає біль та страх кожного українця через війну. Такий плакат дуже емоційно впливає на глядача, викликає спектр сумних емоцій та викликає обурення (див. рис. 2.9.). Центральним елементом композиції є смартфон із закритим екраном, на якому видно фрази, які передають паніку, шок і надію на зв'язок із близькими, а поруч лежить український прапор як національний контекст. Ідея якісно показана глядачу і він може відчутти цю атмосферу, а може і страх. Видно переписку в телефоні, у людини було своє життя та свої мрії на майбутнє, але все у неї забрали вороги. Чудове розташування шрифтової композиції на плакаті, холодна атмосфера доповнює сенс цього плакату. Цей плакат на (див. рис. 2.9) змушує замислитись про сенс

мирного життя, зателефонувати рідним поки є можливість і не загубити цю мить.



Рис. 2.9. Плакат страшних реалій [28]

Композиція відображає трагічність того, що відбувається, композиційно гідно розроблений плакат має свою унікальність. Шрифтовий блок має строгий вигляд на плакаті, пасує під тематику зображення.

В цих плакатах на зрівнюються два диктатора, тільки зліва період Другої світової війни, а справа сучасні події війни 2022 року (див. рис. 1.10). Всі їх злочини схожі, та мають один загарбницький характер. На плакаті видно, що два персонажа з'їдають кістки, тобто влаштовують геноцид націй. Глядач емоційно може відчувати себе не дуже комфортно, плакат може викликати огидне почуття.

Навіть пози однакові, і видно, що рашистський диктатор йде стопами Гітлера, і знищує все на своєму шляху. Такі ж кроваві та варварські дії, що з

лівої сторони, що з правої. Два фашисти, які зображені на плакаті (див. рис. 2.10) скільки розбитих сердець, шкоди та смертей людям завдали, що уявити собі важко.



Рис. 2.10. Плакат з людоджерами [29]

Навіть пози однакові, і видно, що рашистський диктатор йде стопами Гітлера, і знищує все на своєму шляху. Такі ж кроваві та варварські дії, що з лівої сторони, що з правої. Два фашисти, які зображені на плакаті (див. рис. 2.10) скільки робитих сердець, шкоди та смертей людям завдали, що уявити собі важко.

Відчуття, що два диктатори сидять за ґратами, це помітно по сірих стінах та червоній підлозі, а можливо червона підлога є кров'ю від черепів, тут можна бачити по-різному, автор саму ідею чудово зобразив на плакаті, що події повторюються, і глядачу в принципі не важко дізнатися про суть плакату, що і спрощує задачу.

Плакат відображає сутність патріотизму, а саме показує нам, що патріотизм це не те, що бачать всі з першого погляду, це те, що знаходиться всередині, тобто в коренях нашої української землі або в серці самої людини, і те без чого країна не може існувати (рис. 2.11.) .

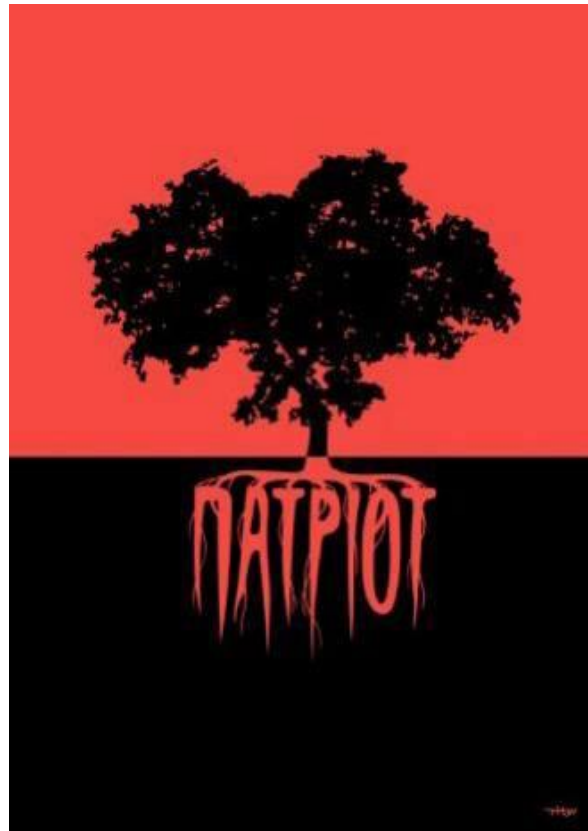


Рис. 2.11. Плакат «Патріот» [30]

Також в плакаті на (див. рис. 1.11.) використані кольори які символізують український прапор в крові, кольори такого стягу використовувались здебільшого в революціях, де патріоти проливаючи свою кров відстоювали свою країну не дивлячись ні на що. В кожному серці проростають свої корені, у деяких він гнилий, а в деяких коріння зелене, з доброю волею та чистою душею. Автор своєю роботою показав смислове наповнення слова «патріот».

Наступний плакат відображає всю трагічність та біль кожного хто знає, що таке війна, зображення поділяється на 2 частини (див. рис 2.12.). Цей плакат водночас показує трагедію та акцентує на цінності мирного життя, яке було

зруйноване. Він є візуальним свідченням жаху війни і потужним символом пам'яті про Маріуполь та його мешканців.

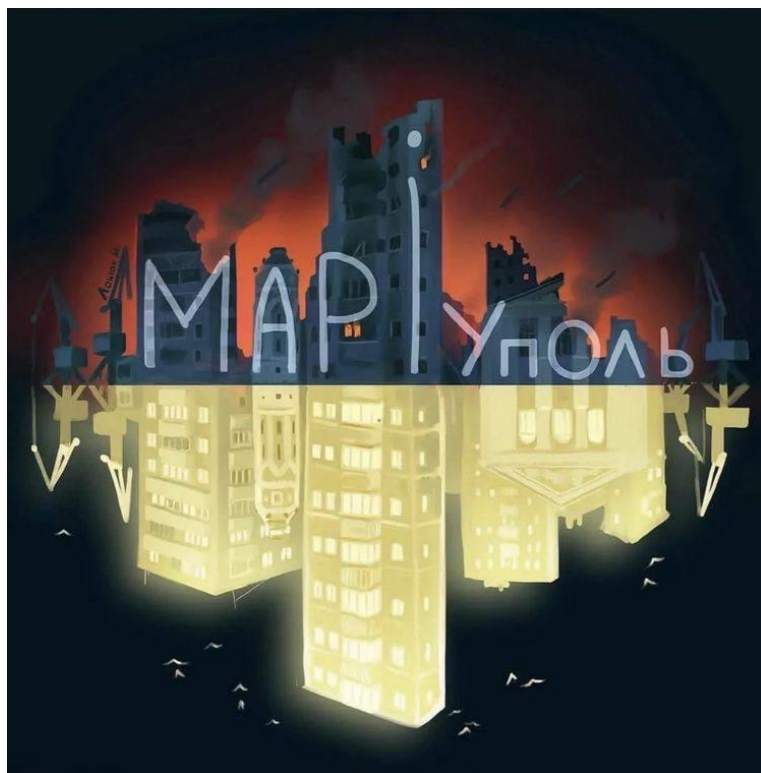


Рис. 2.12. Плакат про місто Маріуполь [31]

Перша частина відображає повністю розбомблене, палаюче, застигле в часі місто. Друга – те ж саме місто тільки до війни, де всі будинки цілі, де люди були щасливі у рідних домівках, де літають птахи які символізують життя. Друге відображення наповнене світлим, теплим сяйвом, яке асоціюється начебто із храмом. А зараз у людей з цього міста забрали їхні домівки, сім'ї, мрії та майбутнє. На даний момент жорсткі реалії зробили з цього міста руїни. І автор хоче показати, що старий вид Маріуполя, тобто не розбомблений, завжди буде теплитись у серцях всіх українців. Автор цього плакату чудово підібрав кольори ілюстрації, що можуть добре описати те, що знаходиться на плакаті. А також шрифтовий блок, який намальований вручну, цікаво розташований прямо на руїнах будинків Маріуполя.

На цьому плакаті можна зрозуміти, що жодна рука не захватить наших українських земель, це боротьба до останнього, за свободу від ворога (рис. 2.13.).



Рис. 2.13. Плакат «Борімося» [32]

Ідея чудово проглядається на плакаті, підбір кольорової гама неймовірний, чудова асоціація костяної руки ворога, яка своїми кістками вбиває людей та тварин. І також наша сильна рука, яка не дозволить зачепити та вбивати мирних жителів, і зупинить все. Автор гідно передав атмосферу війни, та своєю ідеєю показує, що ми кинемо свою рідну землю на корм ворогам. Композиційно чудово розставлена ілюстрація на плакаті, шрифт пасує та асоціюється із плакатом.

Плакат на відображає силу і велич української жінки, на плакаті зображено жінку в національному одязі, яка тримає в руках тризуб, на якому змістовно розмістили образ військового, який захищає країну власним життям, української землі та коріння, що символізує багате минуле країни (рис. 2.14.).



Рис. 2.14. Плакат жінки, яка чекає чоловіка [33]

Також на одязі жінки простежуються птахи (символ миру, який несе жінка). Ще однією версією є те, що жінка може очікувати свого солдата з війни, а своєю молитвою оберігає його від смерті. Відображено пластичність шрифту, зм'якшуючи плакат та роблячи його ніжним та жіночним. Кольорова палітра виконана з використанням ніжних відтінків, при цьому зберігаючи плакат більш національної направленості, на прикладі одягу жінки, який зроблений саме в українському стилі.

Соціальний плакат у наш час розвивається з особливою активністю та швидкістю, це пов'язано з політичною ситуацією, що зараз відбувається. Можна помітити, що цей жанр завжди стає більш яскравим і помітним саме тоді, коли загострюються важливі соціальні питання, і, мабуть, ця тенденція залишатиметься актуальною і в майбутньому. Бути аполітичним дизайнером сьогодні вже неможливо, адже протягом історії ми бачимо, що мистецтво та культура завжди йшли поруч із подіями, що відбувалися в суспільстві, ставали своєрідною відповіддю на них. Насправді, коли дивишся на плакати, створені останніми роками, відчувається, що це крик, реакція, бажання щось сказати, вплинути, підтримати. Але водночас варто розуміти, що зацікавленість суспільства політикою зовсім не обов'язково означає боротьбу за владу чи участь у політичних процесах. Частіше це просто спосіб висловити свою громадянську позицію, свою думку та донести власні переживання. І саме це, на мою думку, є характерним для сучасних дизайнерів соціального плакату — вони через свої роботи транслюють не лише інформацію, а й свої емоції й бачення того, що відбувається навколо.

2.3. Концепція авторської серії патріотичних плакатів на підтримку України

Кожна творча розробка будь-якого дизайну, повинна починатись зі збору певної інформації та належною ідеєю. Саме це стає основою для подальшої роботою над проєктом, тому що без підготовки складно зробити продуманий та ефективний дизайн. Можна сказати, що в плакатному мистецтві немає жорстких правил, але існують перевірені часом підходи до роботи, що допомагають митцям досягти високої якості в своїх роботах. Не виключено, що існують деякі стандарти, яких варто дотримуватись: функціональність, читабельність і доречність. Про це говорить і Василь Єрмілов — один із засновників українського конструктивізму, підкреслюючи

важливість поєднання естетики та функціональності в плакатному мистецтві [41].

Проектування плакату, як і будь-якого іншого дизайну має проходити за певною логічністю етапів, щоб структурувати процес і мати змогу уникати хаотичних рішень. У літературі (наприклад, у працях Ніла Хасевича) також підкреслюється важливість чіткої методики роботи [25].

Зазвичай виділяють п'ять основних етапів проектування:

1. Визначення вихідних даних – на цьому етапі формується технічне завдання, виконується збір матеріалів, аналіз контексту та підготовчий етап.
2. Визначення та аналіз можливих варіантів вирішення задачі – розглядаються альтернативи, створюються перші ідеї та обговорюються варіанти ескізів.
3. Розробка ескізного проєкту – створюються попередні начерки, експерименти з формами, кольорами, композиціями.
4. Розробка технічного проєкту – уточнюються деталі, обирається фінальна версія та здійснюється підготовка до реалізації.
5. Оформлення проєктно-конструкторської документації – проходить фінальне оформлення матеріалів, підготовка макетів для друку або цифрових форматів.

Кожен із цих етапів важливий сам по собі, але разом вони утворюють єдину послідовність, що допомагає перейти від ідеї до готового продукту. Кожен етап доповнює попередній і підготовлює основу для наступного, тому жоден з них не можна пропускати. Саме завдяки такій структурі процес перестає бути хаотичним, а набуває впорядкованості, яка дозволяє уникнути зайвих помилок і зробити роботу більш цілісною.

Процес проектування завжди є пошуком балансу. З одного боку, важлива творчість, з іншого боку – дисципліна як уміння планувати, дотримуватись вимог та враховувати практичність дизайну.

На кожному етапі проектування проявляється цей баланс. Наприклад, під час створення ескізів потрібна максимальна свобода — можна пробувати

різні варіанти й не боятися помилитися, бо завжди можна щось підправити чи повністю змінити. Та вже на етапі технічного проєкту важливо зібрати всі ці варіанти, обрати найкращий і довести його до конкретного й чіткого рішення.

Такий підхід формує водночас красивий візуально й продуманий логічно продукт, який досягає своєї мети — комунікація з глядачем, виклик емоції та донесення меседжу.

Сучасний український плакат - це не лише мистецький витвір, а й активний учасник візуального та соціального простору. Його вивчення дозволяє простежити, як художники використовують мову знаків, композиції та колористики для створення емоційного й семантичного впливу на аудиторію.

В умовах війни соціальний плакат стає дзеркалом колективної свідомості, відображаючи водночас біль і надію, іноваційність і традиційність.

Натомість, розгляд плаката з культурологічного ракурсу вимагає врахування його місця в системі візуальної культури, де він виконує функцію не лише комунікації, а й трансляції цінностей. Плакат стає інструментом естетичного й символічного впливу, зокрема через використання культурних кодів і зображальних засобів, які закликають до колективної свідомості.

Семантичний аналіз у графічному дизайні передбачає осмислення візуального змісту через дослідження символів, кольорової палітри, форм, типографіки та композиційної побудови, що використовуються. Його мета полягає не в тому, щоб зрозуміти зовнішній вигляд зображення й виявити його внутрішнє значення. Це особливо актуально у питанні соціального чи патріотичного плакату, де кожна деталь виконує важливі функції: декоративну, змістову, емоційну, комунікативну. Візуальні елементи в такому контексті здатні вплинути на глядача та викликати у нього певні відчуття, налаштувати на роздуми й емоційну реакцію, об'єднати навколо спільних ідей та зміцнити національну ідентичність.

Серія фінальних плакатів, створених у межах дипломного проєкту, має на меті підтримати ідею єдності українського народу, зберегти віру в

майбутнє, вшанувати пам'ять загиблих та підкреслити цінність життя. Всього буде створено чотири композиції, які отримали назви: “Freedom for Ukraine”, “Future for Ukraine”, “Life for Ukraine” та “Memory for Ukraine”. Вони поєднані між собою стилістично й смислово: кожен плакат є частиною загальної концепції, однак акцентує увагу на окремому аспекті українського спротиву, гідності та гуманізму. Колористика робіт буде базується на національних кольорах українського прапора, що ще більше підсилює патріотичний настрій і дозволяє глядачеві відразу співвіднести зображення з контекстом. Символи, які використані в композиціях мають своє значення та легко зчитуються, викликаючи емоційну реакцію.

Висновки до розділу 2

У цьому розділі було проаналізовано ключові підходи до створення патріотичних соціальних плакатів під час війни. Дизайн таких плакатів має свою візуальну мову, яка ґрунтується на комбінації культурних кодів, національної символіки, емоційної виразності та ясності меседжу. Образи в патріотичних плакатах вирізняються своєю символічністю, лаконічністю та візуальною силою.

Дослідження аналогічних соціальних плакатів українських та закордонних дизайнерів за 2022–2023 роки дозволило виділити найбільш ефективні графічні прийоми та демонструвати, як з використання простих візуальних рішень та кольорових акцентів можна створити актуальне соціальне звернення до публіки.

На основі проведеного аналізу була розроблена концепція авторської серії патріотичних плакатів, що відповідає тематичним і візуальним особливостям сучасного соціального плаката.

Згідно концепції проєкту, кожен із серії плакатів несе своє смислове навантаження та виконує комунікативну функцію. Символи були вибрані з урахуванням культурного значення та актуальності у воєнному контексті. Єдність серії досягається завдяки спільній мінімалістичній стилістиці, використанні палітри у кольорах національного прапора, одного шрифту та структурі композиції.

Отже, цей розділ заклав теоретичну та аналітичну основу для реалізації повноцінного дизайнерського проєкту на базі глибокого розуміння сучасного патріотичного плаката як соціального і культурного феномену.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА АВТОРСЬКОЇ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ НА ПІДТРИМКУ УКРАЇНИ

3.1. Авторська серія патріотичних плакатів на підтримку України

Після ознайомлення з інформацією стосовно плакатів та аналізу аналогів, був пошуковий етап під час якого почалася розробка ескізів плакатів у програмі «Procreate» [41]. Проте перші начерки робилися олівцем на папері, щоб швидко зафіксувати та не забути ідеї, спробувати різні форми, композиції та розташування елементів. Ці ескізи допомогли побачити варіанти “наживо” та обрати найбільш вдалі.

Під час розробки пошукових ескізів основним завданням було знайти такі образи, які передавали б головні цінності серії: життя, пам’ять, свободу та надію. Хотілося, щоб символи були зрозумілими з першого погляду, не потребували додаткових пояснень, але водночас не були банальними та мали глибший зміст.

Я пробувала різні варіанти подачі: серце малювала і як умовну форму, і як більш реалістичну. Із свічками теж експериментувала — пробувала намалювати одну, декілька, з різним розміром полум’я. Голубів спершу зображала в різних положеннях — у профіль, у русі, з розкритими крилами. Із соняхами було важливо не зробити їх надто декоративними, тому я зупинилася на максимально простому, але впізнаваному образі.

Ці пошуки дозволили краще відчувати, що працює в контексті серії найкраще. Саме завдяки ескізам вдалося візуально забрати зайве й залишити лише ті елементи, які дійсно передають емоцію і не перевантажують композицію (див. рис 3.1).

Пізніше вони були перенесені у цифровий формат для подальшої роботи з кольорами, масштабами та деталями.



Рис 3.1. – Ескізи плакатів

Потім була визначена кольорова палітра. Після цього вирішувалось які графічні редактори будуть використані під час розробки плакатів. Між «Adobe Illustrator» [40] та «Adobe Photoshop» [41], було обрано перший варіант. Для розробки плакатів використовувалась кольорова модель СМУК.

Постери були зроблені в графічному редакторі векторної графіки «Adobe Illustrator» форматом А3 (297х420 мм). Також нижче представлені кольорове та шрифтове рішення для плакатів (рис. 3.2., рис. 3.3).

На етапі ескізування вже продумувалися кольорові рішення (див. рис. 3.2). З самого початку було зрозуміло, що основною палітрою стануть синій і жовтий кольори українського прапора. Проте було питання, як правильно розташувати ці кольори, щоб вони залишалися фоном, а не відволікали від символу. Були експерименти з горизонтальним поділом, переходами кольорів, співвідношенням площин синього і жовтого.

Під час роботи над ескізами я спробувала різні варіанти розміщення тексту: під символом, над ним, повністю без тексту. Хотілося знайти таке

рішення, яке б не перевантажувало плакат і не змагалось з головним образом. У результаті найкращим виявилось розташування тексту зверху: так напис виглядає природно, не заважає основному символу і добре читається. Це рішення дозволило зберегти чистоту композиції та не відволікати увагу від головної ідеї.

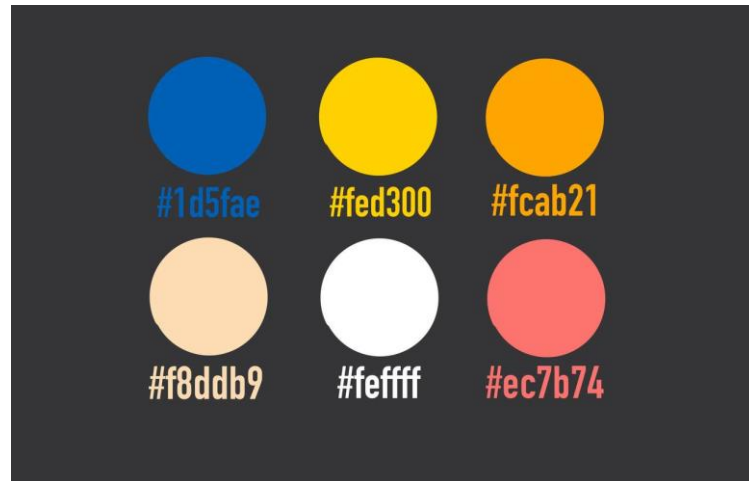


Рис 3.2. – Кольорове рішення



Рис 3.3. – Шрифтове рішення

Етап ескизування для мене був не просто технічною підготовкою, а способом краще зрозуміти, як саме має виглядати серія. Через ескізи я пробувала різні підходи, та відчувала, що працює гарно, а що — ні. Саме завдяки цим пошукам я змогла відмовитися від зайвого і залишити тільки найважливіше. Робота з ескізами навчила ефективно працювати в межах мінімалістичного підходу та досягати емоційного та змістового наповнення за

допомогою обмеженої кількості засобів: кольору, форми та короткого тексту. Саме завдяки такому підходу вдалося сформулювати візуальні рішення, які залишають простір для глядацької інтерпретації, відгуку та особистого переосмислення. Цей досвід підтвердив, що найбільш промовистими часто є саме ті зображення, які передають ідею не через кількість деталей, а через точність і лаконізм подачі. І, мені здається, саме завдяки ескізам ця ідея втілилася найбільш вдало й точно.

Перехід від ескізів до цифрової реалізації був важливим етапом у створенні серії. Саме в цифровому форматі ідеї набули чіткого та завершеного вигляду.

Дизайн серії плакатів вибудований на використанні мінімалістичної стилістики, адже саме мінімалізм дозволяє зосередитися на головному та прибрати все зайве, що може відволікати глядача від головного образу та суті звернення. У контексті війни та важких подій надмірна деталізація іноді перевантажує, тому було важливо залишити лише те, що справді має значення, – чіткий образ, сильний символ та лаконічний меседж. Простота форм допомагає глядачеві швидше зчитати зміст і емоційно його відчувати. Було взято за мету бажання через зрозумілі всім символи передати найважливіші цінності, які зможуть об'єднати українське суспільство. Цими цінностями є життя, пам'ять, свобода та віра в майбутнє. Ці теми звучать у кожному плакаті окремо, проте вони перегукуються між собою та формують єдину концепцію підтримки, надії та незламності нашого духу.

Після завершення роботи над цифровим оформленням серії було здійснено підготовку фінальних файлів у різних форматах відповідно до сфери подальшого застосування. Основні макети збережено у форматі .AI як редаговані оригінали, щоб за потреби вносити зміни чи адаптувати плакати під нові формати без втрати якості.

Цифрові варіанти — це цілий процес, у якому важливо було зберегти ідею, але зробити її технічно точною. На цьому етапі уточнювались усі елементи: пропорції, кольори, шрифт, розміщення тексту, баланс між простором і зображенням. В Illustrator [40] були реалізовані остаточні

композиційні рішення — наприклад, розташування символу по центру, відстані до тексту, вирівнювання по сітці. Також були обрані кольори, які добре виглядають як у друці, так і на екрані.

Всього створено чотири композиції, які отримали назви: “Freedom for Ukraine”, “Future for Ukraine”, “Life for Ukraine” та “Memory for Ukraine” (див. рис. 3.4, рис. 3.5, рис. 3.6, рис. 3.7).



Рис 3.4. — “Freedom for Ukraine”



Рис 3.5. — “Future for Ukraine”



Рис 3.6. — “Life for Ukraine”



Рис 3.7. — “Memory for Ukraine”

На цьому етапі завершено візуальну частину розробки серії плакатів із врахуванням ідей, що були сформовані під час попередніх етапів. Було обрано

єдиний стиль дизайну: двоколірний фон, чіткі графічні елементи та шрифтове рішення. Серія об'єднується спільною палітрою, векторною подачею та текстом із головною ідеєю. Окремі аспекти плакатів: свобода, майбутнє, життя та пам'ять. Усі плакати поєднані між собою стилістично й за змістом: кожен плакат є частиною загальної концепції, однак акцентує увагу на окремому аспекті українського спротиву й гідності. Таким чином, цифрова версія серії є завершальним етапом дизайн-проєкту.

3.2 Обґрунтування дизайнерських рішень (стилістичних, кольорових, шрифтових, композиційних) у розробці авторської серії патріотичних плакатів на підтримку України

1. Плакат “Freedom for Ukraine”

У цьому плакаті основним візуальним елементом є пара білих голубів, розміщених на тлі національних кольорів. Було обрано саме цих птахів, тому що вони є впізнаваним символом миру та надії. У контексті війни їхня присутність візуально підтримує ідею свободи й незалежності, а також має за мету відобразити жагу українського народу до безпечного й мирного існування. Білий колір птахів акцентує на чесності, відкритості та чистоті намірів, що додає плакату позитивного емоційного забарвлення.

Кольорова палітра складається зі звичних синього та жовтого кольорів, що асоціюються з прапором України, завдяки своїй контрастності вона підтримує зорову виразність. Композиційно елементи плаката організовані у верхній та нижній частинах формату, де у верхній розміщений текстовий блок, а в нижній — самі символи. Шрифт простий, гротескний, добре читабельний, із акцентом на слові “FREEDOM”, яке є головною ідеєю цього зображення. Ця робота передає базове повідомлення про необхідність збереження свободи як основної цінності (див. дод. А.1).

2. Плакат “Future for Ukraine”

Для другого плакату було взято за основу візуальний образ соняшників, які чітко асоціюються з Україною на рівні культури й ландшафту. 29 серпня – День вшанування захисників Батьківщини, які полягли в боротьбі за незалежність. Цього дня у 2014 році внаслідок збройного конфлікту на Сході було найбільше втрат серед захисників. І саме в цей час дозріли соняшники, але збирати їх було важко, хоча на полях тривали бої. Тому соняшник став символом скорботи за загиблими українськими героями на Донбасі.

Соняшник у сучасному українському контексті сприймається також як символ стабільності та майбутнього. Саме тому він був обраний для цього зображення. Розташування квітів по центру нижньої частини плаката створює візуальну рівновагу та робить композицію гармонійною.

Всього на зображенні п'ять соняшників, що є акцентом на минулих поколіннях та майбутніх громадянах. Синій і жовтий кольори у фоні створюють чітку національну ідентифікацію. Шрифтова частина є сталою, що забезпечує єдність між плакатами. Використане слово “FUTURE” є головною ідеєю цього зображення. Ця робота передає повідомлення про свободу та перспективи в майбутньому (див. дод. А.2).

3. Плакат “Life for Ukraine”

Третій плакат у серії візуально відрізняється від попередніх, тому що на ньому зображене анатомічне серце. У широкому сенсі цей символ викликає асоціації з життям і здоров'ям. Серце виступає як метафора цінності людського життя, потребує захисту в такий складний час. У контексті війни воно набуває ще більшої символічності, адже українці щодня переживають втрати, небезпеку та психологічне напруження, але при цьому продовжують жити та підтримувати інших.

Окрім того, цей символ можна інтерпретувати як символ самої України. Воно об'єднує в собі внутрішню силу і постійну напругу. Країна під час війни постійно бореться за своє виживання та свободу, що схоже на биття серця. Через цю причину вибір символу для плакату пав саме на анатомічне серце, а не його умовне зображення.

Фонова частина плаката витримана у національних кольорах, що знову підтримує загальну стилістичну концепцію. Контраст між фоном і самим серцем привертає увагу і дозволяє зосередитись на головному символі. Шрифтова частина оформлена у тому ж стилі, що й у попередніх роботах, ключове слово “LIFE” має на меті підкреслити ідею важливості людського життя та необхідності його збереження. Це є нагадуванням про те, що навіть у найскладніших умовах життя залишається пріоритетом. Загалом, цей плакат про визнання болю та втрат без їх ігнорування, щоб сильніше прив’язатись до життя як до джерела всього найкращого (див. дод. А.3).

4. Плакат “Memory for Ukraine”

Останній плакат цієї серії присвячений темі пам’яті. У композиції використано п’ять зображень свічок, які асоціюються з вшануванням загиблих і їхнім спокоєм. Цей образ був обраний, тому що свічка завжди була основним символом скорботи, щоранку о 09:00 ми згадуємо загиблих від рук російських загарбників та запалюємо свічки пам’яті, схиляючи голови під час загальнонаціональної хвилини мовчання, вшановуючи світлу пам’ять громадян України, які віддали життя за свободу і незалежність України: всіх, хто воював, всіх військових, цивільних та дітей, всіх, хто загинув у боротьбі з російськими окупантами.

Візуальне розташування свічок рівномірне, вони вписані у простір тла у нижній частині, що надає композиції симетрії та спокійного ритму. Основна кольорова гама залишається незмінною — синій та жовтий кольори фону чітко зафіксовані як показ української ідентичності. Використаний шрифт та структура текстового блоку не відрізняються від попередніх плакатів і це створює цілісність серії. Ключове слово “MEMORY” акцентує увагу на важливості пам’яті як невід’ємної складової колективної свідомості й національного самозбереження. Без пам’яті ніколи не буде переосмислення і цінування того, що ми втратили за роки цієї безжальної війни. Це слово звучить особливо вагомо в українському контексті, бо маються на увазі сотні

тисяч втрачених життів, які просто не можуть бути знецінені чи замовчені (див. дод. А.4).

Уся серія об'єднана мінімалістичною стилістикою, графіка плакатів зроблена у векторі з чітко окресленими силуетами. Це робить зображення зрозумілими та легкими для сприйняття. Семантика кожного плакату є глибоко вкоріненою в національному контексті, спрямована на підтримку, роздуми й солідарність народу.

Для серії плакатів був обраний шрифт Bebas Neue, адже це сучасний гротеск без зарубок, який створив японський дизайнер Ryoichi Tsukunawa. Цей шрифт має чітку й монолітну форму, яка є доречною до представленої серії. Завдяки чистому вигляду шрифту він добре читається навіть з великої відстані, це робить його ідеальним вибором саме для плакатної графіки. У контексті серії плакатів він був використаний як основний шрифт для текстового блоку, тому що він не відвертає увагу від зображених візуальних символів.

3.3 Плакати авторської серії у зовнішній рекламі і цифровому середовищі

Соціальний плакат пропагує базові людські цінності, у ньому відображені соціальні прояви особистості, специфіка соціальних відносин у суспільстві, соціальні проблеми та загрози. У числі найбільш актуальних проблем, що відображаються в серії плакатів даної дипломної роботи: підтримати ідею єдності українського народу, зберегти віру в майбутнє, вшанувати пам'ять загиблих та підкреслити цінність життя. Соціальний плакат відповідає соціальним замовленням суспільства. Образний лад і основна ідея плаката на соціально значущу тему перебувають у прямій залежності від панівного в суспільстві соціально-політичного устрою і відносини «системи» до особистості окремої людини. Сьогодні соціальний плакат є носієм нової ідеології демократизму, гуманізму і толерантності, він

належить до сфери соціальної реклами. Серія патріотичних соціальних плакатів, розроблена в контексті кваліфікаційної роботи, має працювати як приклад соціальної реклами з високим патріотичним змістом. Роботи мають вплинути і на функціональну цінність, адже через них можна вплинути на настрої українського суспільства, сформувати стійкість, підтримку, пам'ять про втрати та надію.

Плакати можуть бути розміщені у фізичний простір з метою соціальної реклами. Публічний простір міст – такі місця, як сіті-лайти, біл-борди, на зупинках громадського транспорту, центральні частини міст, торгові центри чи адміністративні будівлі. Зокрема, передбачено розміщення одного з плакатів – “Freedom for Ukraine” у форматі сіті-лайту, що є одним із найпоширеніших типів вуличної реклами в міському просторі (див. дод. Б.1). Такий формат завжди буде актуальним, адже дозволяє донести меседж, закладений у плакаті, до широкої аудиторії у публічному просторі.

Біл-борди зазвичай встановлюються вздовж автомагістралей, на перехрестях і біля в'їздів до міста. Цей тип розміщення теж дозволяє охопити широке коло людей та виконує функцію поширення закладених у плакаті послань (див. дод. Б.2).

Також плакати будуть доречними, як об'єкти вітрин соціальних комунікацій. Зокрема, в Києві та інших містах України активно використовуються вітрини магазинів та торговельних центрів для розміщення соціальних та патріотичних плакатів. Як ось, наприклад, було на вітрині-маніфест на Хрещатику «Вітрина сміливості» [51]. На вітрині бренд поєднав патріотичний слоган, кольори і соціальну ідею. На фотографіях розмістили фотографії українців, які роблять свій внесок у перемогу. Але працюючи над таким оформленням слід бути уважним і точно знати цільову аудиторію.

Також соціальні патріотичні плакати можуть використовуватись у громадських просторах та культурних заходах під час виставок. Прикладом є виставка «Голоси України: українські плакати воєнного часу», яка була представлена у Сеулі, що у Південній Кореї [42]. Ця виставка демонструвала патріотичну графіку українських студентів і викладачів, а також закликала до

підтримки України у стані воєнного часу та інформувала міжнародну спільноту про події в нашій країні. Також у Луцьку проходив благодійний проєкт під назвою «Фарби творчості – сила захисту», в якому студенти-дизайнери створили серію патріотичних плакатів і малюнків для підтримки захисників нашої Батьківщини [43].

Соціальні плакати з патріотичними посланнями також можуть розміщуватись у школах, університетах, бібліотеках та музеях з метою виховання свідомості й підтримки національного духу.

Патріотичне виховання є орієнтованим на формування свідомого громадянина України, людини з високими особистісними якостями та чітким національним світоглядом, про що зазначено і в “Концепції національно-патріотичного виховання дітей та молоді” від 16 червня 2015 року, затвердженій Міністерством освіти та науки України і в “Стратегії національно-патріотичного виховання дітей та молоді на 2016-2020 роки” [44].

Розміщення патріотичних соціальних плакатів у цифровому середовищі: соціальні мережі та вебсайти організацій підтримки України.

На сьогодні, в умовах воєнного стану, інформаційна боротьба стала не менш важливою, ніж збройна. Саме тому візуальні продукти, зокрема соціальні патріотичні плакати, набувають нового, транслюють цінності, формують громадську думку, підтримують моральний дух нації. Цифрове середовище, таке як соціальні мережі та сайти благодійних і волонтерських організацій, є ідеальним простором для їх поширення.

Плакати з серії можуть ефективно працювати у форматах Instagram і Facebook, наприклад, як історія порятунку життя завдяки донатам, або згадкою про День пам’яті та вшанування. Також ці плакати можуть підійти для формату «сториз» із закликом донатити чи брати участь в акціях. Доречно буде також зробити анімацію плакатів із патріотичним музичним супроводом, так вона може стати вірусним контентом у Tik Tok або ж Reels та зможе закликати суспільство підтримувати армію.

Неможливо не згадати організації, в які можна інтегрувати плакати з серії. Плакати можуть бути використані на банері головної сторінки офіційної

державної платформи United24 , що займається збором коштів на потреби оборони, медицини, розмінування та відбудови [45]. Наприклад, плакат «Future for Ukraine» може використовуватись як заклик долучитись до відбудови лікарень, шкіл і дитсадків.

«Повернись живим» – це також потужний фонд допомоги армії [46]. Плакат «Life for Ukraine» може бути використаний у рамках збору коштів на медичне обладнання чи реабілітацію поранених. Приклад розміщення веб-банера серії плакатів на головній сторінці фонду «Повернись живим» (див. дод. Б.3).

UAanimals – екологічна ініціатива, яка під час війни допомагає тваринам і займається евакуацією зони бойових дій [47]. Тут органічно зможе вписатись плакат «Freedom for Ukraine», як символ права на життя у мирному світі.

Благодійний фонд Сергія Притули також є одним із найвідоміших, який веде збір на військові потреби та закупівлю техніки [48]. Він допомагає Силам Оборони та постраждалим від російської агресії. Плакат «Memory for Ukraine» зможе супроводжувати пости про пам'ять полеглих воїнів та вшанування річниць. Приклад реалізації серії плакатів у форматі публікації-каруселі в Instagram Благодійного фонд Сергія Притули (див. дод. Б.4).

Кожна серед зазначених організацій має свій фірмовий стиль та впізнаваний логотип. В ході своєї роботи вони розробляють плакати, що мають заклик до допомоги та мають заданий меседж людям. Особливістю плакатів цих організацій є заклик до об'єднання та згуртованості громадян.

Наведені у приклад організації залучають громадян до спільної справи за допомогою креативних ініціатив. Війна є деморалізуючою для суспільства, волонтерські організації в свою чергу втілюють надію та доводять українському суспільству, що для досягнення перемоги важливо робити власний вклад. Популярними є ініціативи залучення волонтерських організацій до щоденних інтересів громадян. Прикладом є благодійний креатив, що був організований організацією “Повернись живим” [46] та мережі магазинів “Аврора”.

Додатковими прикладами розміщення серії плакатів на підтримку України можуть стати: обкладинки для звітів та публікацій на сайтах; інтерактивні розсилки у форматі pdf-брошур чи комунікацій по email, цифрові банери на головній сторінці сайтів, плашки для відео чи вебінарів з патріотичною тематикою.

3.4 Програмне забезпечення розробки проєкту

Підготовка макетів до друку є одним із завершальних та важливих етапів у процесі створення графічної продукції, адже на цьому етапі визначається технічна якість результату та його відповідність вимогам поліграфічного виробництва сьогодення.

У межах проєкту розробка фінальних макетів плакатів реалізовувалась за допомогою програмного забезпечення «Adobe Illustrator» [40], яка дозволяє працювати у векторному форматі. Це означає, що зображення залишаються максимально чіткими незалежно від масштабу, що дуже зручно при подальшому використанні в різних розмірах. Роботи були виконані у форматі A3 (297x420 мм).

Цей розмір був обраний саме через його є універсальність для дизайнерських задач, пов'язаних із розробкою друкованих матеріалів. Формат забезпечує оптимальний простір для побудови повноцінної композиції без необхідності спрощення візуальних елементів чи зміни масштабу. Завдяки цьому зображення зберігає цілісність елементів, даючи їм пропорційність і зберігаючи логічний зв'язок між собою.

Крім того, формат A3 створює комфортні умови для компоновання графіки й тексту: надано достатньо місця для побудови візуальної ієрархії, уникаючи надмірної щільності або візуальної порожнечі. Це дозволяє досягнути балансу між акцентами та вільним простором, тож це сприяє кращому сприйняттю інформації.

Перевагою є також зручність масштабування: формат A3 легко адаптується до інших поширених форматів - менших (A4, A5), наприклад для буклетів або друкованих матеріалів малого формату, і більших (A2, A1) для широкоформатного друку. Тож у подальшому використанні плакати зможуть використовуватись у різних середовищах.

Для поліграфічного використання створено версії у форматі .PDF з високою роздільною здатністю та кольоровим профілем СМΥК, які підходять для якісного друку та відповідають стандартам підготовки до друкарського виробництва. Це важливо для збереження відповідності вигляду плакату на екрані та в реальному друкованому варіанті. При експорті макетів у растрові формати використовувалась роздільна здатність 300 dpi, оскільки це є стандартом професійного високоякісного друку. Саме це забезпечує чіткість ліній та деталізацію у фінальному зображенні. Шрифти були попередньо переведені в криві, тому що це гарантія того, що текстова частина збережеться у первинному вигляді незалежно від того, чи цей шрифт встановлений у друкарні. У макети також були додані припуски по 3 мм з кожного боку, оскільки це є стандартом для друкованої продукції, що забезпечує правильну обрізку матеріалу без втрати візуальних елементів чи появи білих полів по краях плакату [20] .

Також підготовлено растрові варіанти у форматах .PNG та .JPEG для демонстрації в цифровому середовищі, зокрема на вебплатформах, у презентаціях та соціальних мережах. PNG було обрано з метою збереження чіткості зображення, а JPEG — для створення файлів меншого обсягу. Додатково були створені полегшені версії зниженої якості для попереднього перегляду.

У сучасному дизайні створення плакатів є неможливим без використання програмного забезпечення, яке дозволяє працювати з векторною та растровою графікою, налаштовувати кольорові профілі та експортувати готові варіанти макетів до друку. Окрім програмного забезпечення, важливу роль відіграє й використання технічних засобів: комп'ютерного обладнання та

друкарських пристроїв. Тож, сучасний дизайнер має володіти й навичками якісної технічної підготовки файлів, що відповідають всім поліграфічним вимогам.

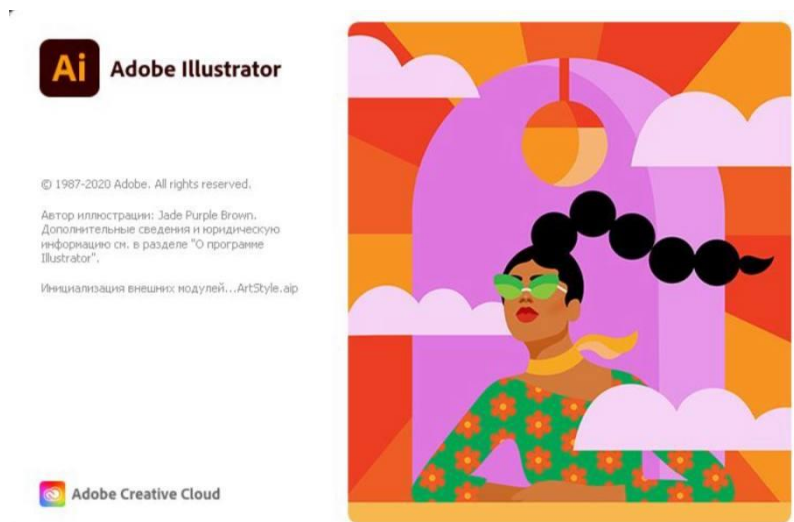


Рис 3.8. – Adobe Illustrator

Свій проєкт я реалізовувала у програмі Adobe Illustrator, в ній були створені ілюстрації, кольоровий фон та шрифтові композиції (рис. 3.8). Це графічний редактор для роботи з векторною графікою. Програмне забезпечення для обробки векторної графіки, що відповідає всім галузевим стандартам і дозволяє створювати будь-які об'єкти: від графіки для веб-сайтів і мобільних програм до логотипів, піктограм, книжкових ілюстрацій, упаковок для товарів та рекламних щитів [40].

3.5 Матеріали та види друку

Широкоформатний друк – це висока здатність та відмінна якість друку великих розмірів. Якість зображення залежить від програми, в якій було створено плакат та від якості спеціальних принтерів і плоттерів. Існує чотири види принтерів для широкоформатного друку:

- лазерні принтери,
- фотонні,

- струменеві,
- термотрансферні.

Для друку серії патріотичних соціальних плакатів кваліфікаційного проєкту було використано фотонний принтер, який друкує велике зображення на фотопапері [20].

Після завершення роботи над створенням серії плакатів у графічній програмі, було визначено у якій колірній моделі буде збережено зображення. Більшість дизайнерів працюють з колірною моделлю СМҮК, адже вона краще підходить для створення якісного зображення та сумісна з більшістю поліграфічних принтерів. Колір СМҮК складається з таких кольорів, як ціан (синій), пурпурний (рожевий), жовтий та чорний. Але навіть враховуючи те, що ця модель є найкращою порівняно з іншими, під час друку можуть траплятися проблеми. Колірний простір СМҮК значно обмеженіший, ніж простір RGB (червоний, зелений, синій). Після друку зображення можна помітити відмінності фарб з тим варіантом, що дизайнер бачив на екрані монітора [21]. Щоб уникнути таких небажаних проблем, дизайнеру варто мати базові знання у сфері поліграфії.

У сучасній поліграфії використовують такі основні методи друку плакатів:

- Офсетний друк, що є одним з найпоширеніших способів виготовлення плакатів у великому тиражі. Перевагами цього методу є економічність при великому накладі, висока якість друку, точна кольорова передача та стабільність у відтворенні тиражу. Офсетний друк хороший для великого обсягу, який

дозволить перекрити витрати на фарбу і настройку апарату.

- Трафаретний друк (шовкографія) є методом, який дозволяє друкувати на різноманітних поверхнях: від паперу та картону до пластику, скла, тканини чи металу. Завдяки товстому шару фарби, на відміну від офсетного друку, зображення виходять яскравими та насиченими навіть на матеріалах з високою поглинаючою здатністю. Цей спосіб дає змогу створювати рельєф без додаткової обробки. Метод підходить для середніх і

великих накладів, адже трафарети мають високу зносостійкість. Та через складність підготовчих етапів вартість такого друку є досить високою.

- Цифровий друк використовується у випадку малих і середніх плакатів, він популярний для створення саме невеликих обсягів продукції. Зазвичай застосовується для форматів до А3, хоча можливе використання макетного поділу для отримання більших розмірів. Особливістю є те, що тонер залишається на поверхні паперу, що може призводити до осипання фарби на згинах. Перевагами цього методу є його оперативність, низька вартість при малих накладах, можливість персоналізації макетів, також він не потребує друкованих форм.

- Широкоформатний цифровий друк є різновидом струменевого друку, що виконується на рулонних матеріалах, таких як папір, плівка, ПВХ-тканина. Вони видають зображення з більшою шириною, ніж стандартні цифрові машини, - від 0,6 до 6 м. Ширина плакату для зовнішньої реклами найчастіше дорівнює двом метрам, а для інтер'єрної менше. Для друку плакатів такого рівня якості використовуються цифрові плоттери. Якість одержуваних в результаті зображень дуже висока, як на фотографіях. За це широкоформатний друк люблять рекламодавці, які працюють в сфері шоу-бізнесу і кінопрокату.

- Тиснення відрізняється дуже високою швидкістю друку та високою вартістю. Крім того, на підкладці залишається слід від штампу. Готову продукцію можна отримати вже через годину, коли інші методи вимагають декількох днів, але обсяги тут ростуть дуже швидко, адже вартість такої печатки величезна. Тиснення підходить для створення ефекту ексклюзивності.

Звернувшись до місцевої поліграфії, було обговорено та погоджено зберігання розроблених соціальних плакатів у колірній моделі СМУК. Також було підібрано відповідний матеріал, на якому відбудеться друк. Взагалі існує велика кількість носіїв для широкоформатного друку: глянцева, матова папір, самоклеюча, пластик, полотно, фотопапір, банерне полотно. Для друку серії патріотичних плакатів було обрано матовий фотопапір, що дозволяє

зберегти чіткість ліній і кольорів у його попередньому вигляді, наближеному до екранного зображення. Цей фотопапір щільний, має гладку структуру та не створює відблисків [21].

Підбір обладнання для широкоформатного друку

Для реалізації проєкту з виготовлення соціальних плакатів важливо обрати відповідне обладнання, яке забезпечить якість та швидкість друку. На ринку представлені кілька основних технологій: водна, сольвентна, УФ та LED-UV. Сучасні сольвентні принтери із шириною друку від 3 метрів вважаються оптимальним рішенням для виготовлення інтер'єрової й зовнішньої поліграфії. Вони суміщають високу якість зображення з хорошою стійкістю до зовнішніх чинників, також вони є економічно доцільними при великих накладках [21] .

УФ-друк також набуває популярності завдяки екологічності та відсутності запаху, але він має деякі технічні обмеження — зокрема чутливість матеріалів до нагріву та високу вартість обладнання. LED-UV технологія вирішує частину цих проблем, та поступається сольвентним системам у яскравості зображення й стабільності кольору.

Серед надійних моделей широкоформатних принтерів варто виділити VUTEk 3360 від компанії EFI, який поєднує продуктивність, високу роздільну здатність та універсальність при друці на різних матеріалах (полотно, банер, плівка тощо). Цей пристрій для друку по праву вважається одним із найпопулярніших промислових триметрових принтерів у світі. Завдяки широкому вибору матеріалів і високій стійкості чорнил до зовнішніх впливів, він забезпечує можливість створення довговічної інтер'єрної та зовнішньої графіки. Йдеться про виготовлення щитової реклами, перетяжок, POS-матеріалів, виставкових банерів, двосторонніх банерів, мобільних стендів, декоративного текстилю, плакатів, дизайнерських шпалер тощо. Саме так 60 модель принтеру найчастіше використовуються у професійних друкарнях і чудово підійде для реалізації проєкту.

Головною перевагою широкоформатного друку на фотонному принтері є його швидкість. Усі плакати з серії було надруковано менш ніж за годину.

Проте варто враховувати, що мінусом такого виду друку є його висока вартість. Та з огляду на якість і соціальну важливість тематики — саме цей варіант друку вважається оптимальним, щоб гарно презентувати проєкт.

3.6. Орієнтовна вартість проєкту

У ході виконання кваліфікаційної роботи здійснено орієнтовний розрахунок собівартості реалізації проєкту зі створення серії плакатів формату А3. Враховано витрати, пов'язані з друком, оформленням, використанням програмного забезпечення та можливими додатковими потребами.

Основні статті витрат:

1. Друк: Вартість друку одного плаката формату А3 на матовому фотопапері щільністю 180 г/м² становить орієнтовно 65 грн. Для серії з чотирьох плакатів загальна сума складає 260 грн.

2. Оформлення: Для якісної демонстрації плакатів було передбачено витрати на рамки чи інші монтажні матеріали. Загальна сума складає близько 400 грн.

3. Програмне забезпечення: Під час роботи використовувалось програмне середовище Adobe Illustrator. Вартість місячної ліцензії становить 800 грн.

4. Резервні витрати: Для можливих додаткових потреб передбачено резерв у розмірі 300 грн.

Таблиця 3.1

Орієнтовна собівартість виготовлення плакатів

Стаття витрат	Сума, грн
Друк плакатів	260
Оформлення	400
Програмне забезпечення	800
Резервні витрати	300
Всього	1760

Варто враховувати, що даний розрахунок є орієнтовним і може змінюватись в залежності від конкретних умов, у яких реалізовується проєкт.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі було виконано авторську серію патріотичних плакатів та обґрунтовано дизайнерські рішення у розробці. Проаналізовано ключові етапи практичної реалізації ідеї: розробку концепції та обґрунтування дизайнерських рішень у розробці плакатів на підтримку України.

Проаналізовано можливість розміщень патріотичної серії плакатів, які були представлені у рамках кваліфікаційної роботи. Було виявлено, що їхнє розміщення можливе як у фізичному просторі міст України, так і у цифровому середовищі, насамперед на платформах соціальних мереж і вебсайтах благодійних і волонтерських організацій. Розглянуто роль публічного простору, як середовища соціальної взаємодії, де плакатна продукція виконує різні функції. Було проаналізовано реальні приклади з простору, де патріотичні плакати стали частиною кампаній та мистецьких ініціатив, що спрямовані на підтримку національної єдності, гідності та пам'яті.

Неабияку увагу було приділено розміщенню плакатів у цифровому просторі, адже в контексті війни візуальні послання стали важливим інструментом у боротьбі за інформаційний простір. Було наведено перелік благодійних та громадських організацій, що ведуть активну діяльність з метою підтримки України в цей нелегкий час. Відбувся аналіз того, як плакати з серії можуть бути органічно інтегровані в доповнення візуальної комунікації цих організацій. Плакати можна залучити в комунікацію волонтерських та благодійних організацій, зокрема таких, як United24, «Повернись живим», фонд Сергія Притули та UAanimals. Крім того, вказано на можливість адаптації плакатів до різноманітних цифрових форматів: сториз, Reels, TikTok, банерів, електронних розсилок та звітної продукції.

Також у цьому розділі окреслено програмне забезпечення, за допомогою якого реалізовувався проєкт. Графічний редактор Adobe Illustrator дозволив досягти точності у векторних зображеннях і підготувати файли до форматів публікації.

Розглянуто матеріали та види друку, які підбирались відповідно до потреб дизайну плакатів. Основним матеріалом для виконання проєкту став матовий фотопапір, також надано перевагу цифрового друку з використанням обладнання типу VUTEk.

Увагу було присвячено попередньому розрахунку орієнтовної вартості проєкту, були враховані такі витрати: друк, оформлення, програмне забезпечення та додаткові витрати.

Отже, цей розділ став фактором багатофункціональності соціального патріотичного плакату як форми сучасного графічного дизайну, що здатен впливати на свідомість громадян у фізичному і цифровому середовищі. Він поєднує в собі ідейну, графічну, технічну та економічну складову, що показує завершеність дизайнерської розробки.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У межах дипломної роботи на тему «Серія сучасних патріотичних плакатів на підтримку України» було здійснено комплексне дослідження та виконано ряд завдань:

1. У першому розділі розглянуто соціальний плакат як жанр графічного дизайну. Визначено його сутність, основні види, функції та значення в суспільному контексті. Зосереджено увагу на аналізі сучасних тенденцій у дизайні соціального плакату в Україні, що дозволило виявити ключові художні елементи (символіка, кольори, образи), які є актуальними у візуальному мовленні плакатів періоду 2022–2023 років. Встановлено, що сучасні плакати виконують не лише естетичну функцію, але й слугують інструментами вираження громадянської позиції та національного опору. З'ясовано, що плакат у сучасному контексті виконує різні функції й виступає як засіб соціального активізму та інструмент впливу на глядачів. Особливу роль він відіграє в умовах протестних рухів, соціальних криз і воєнного часу Події, які розвивалися з повномасштабним вторгненням та реакція українського народу стала ще одним підґрунтям розвитку графіки.
2. У другому розділі акцентується увага на особливостях і характеристиках дизайну соціальних плакатів, які орієнтовані на патріотичну тематику. Проведено аналіз робіт сучасних українських дизайнерів, зокрема плакатів, створених під час повномасштабної війни. Розбір аналогічних робіт став основою для формування авторської концепції серії з урахуванням сучасної символіки та соціальних запитів. Розроблено концепцію авторської серії патріотичних плакатів на підтримку України, що відповідає тематичним і візуальним особливостям сучасного соціального плаката. Згідно концепції проєкту, кожен із серії плакатів несе своє смислове навантаження та виконує комунікативну функцію. Символи були вибрані з урахуванням культурного значення та актуальності у воєнному контексті. Єдність серії досягається завдяки спільній мінімалістичній

стилістиці, використанні палітри у кольорах національного прапора, одного шрифту та структурі композиції.

Детально розглянуто графічну мову плакату, показавши, як використання кольорів, образів та тексту може впливати на сприйняття та ефективність плакату. Особлива увага була приділена інтеграції тексту та графічних елементів для максимального ефекту. У процесі семантичного аналізу визначено стилістичні, кольорові, шрифтові та композиційні особливості кожного плаката, а також обґрунтовано їхню комунікативну ефективність.

3. У третьому розділі здійснено розробку серії патріотичних плакатів на підтримку України. Розроблено пошукові ескізи та фінальні цифрові макети чотирьох плакатів, а також обґрунтовано вибір дизайнерських рішень, що використовувались під час розробки проєкту. Описано процес підготовки макетів до друку та їх адаптацію до цифрових форматів. Визначено можливі формати представлення плакатів у публічному просторі, включаючи фізичні локації міст, вебсайти та соціальні мережі волонтерських організацій. Надано характеристику програмного забезпечення, інструментів і матеріалів, використаних для створення графічного продукту. Увагу було присвячено попередньому розрахунку орієнтовної вартості проєкту, були враховані такі витрати: друк, оформлення, програмне забезпечення та додаткові витрати. У результаті роботи було досягнуто візуальної сталість дизайну та його ефективності в інформаційному середовищі.

Загальний висновок полягає в тому, що соціальні плакати є важливим засобом візуальної підтримки українського суспільства. Вони не лише передають ключові національні цінності, а й сприяють формуванню відчуття єдності та підняття духу в нелегкий час, стимулюють до осмислення подій, що переживає країна.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Михайленко В. Є., Яковлєв М. І. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення): навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів. К.: Каравела, 2004. 304 с
2. Carter R. Experimental typography (Working With Computer Type , No 4). Rotovision, 1998. 160 p.
3. Владич Л. Майстри плакату. Творчі портрети українських радянських художників-плакатистів/ Київ: Мистецтво, 1989. 188 с.
4. Гонтова Л. Українське мистецтво: II половина XX ст. Київ: Ред. загальнопед. газ., 2005. 112 с.
5. Сбітнєва Н.Ф. Історія графічного дизайну: Навчальний посібник. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.
6. Владич Л. В. Мовою графіки. Огляди. Рецензії. Статті. Київ : «Мистецтво», 1967. 148 с.
7. Андрейканіч А. І. Визначення поняття плаката, його види та жанри. *Вісник Закарпатського художнього інституту*. 2014. Вип. 5. С. 134-138.
8. Яремчук О. М. Шрифт як основний формотворчий і художньо-образний засіб текстового плакату. *Вісник Закарпатського художнього інституту*. 2014. Вип. 5. С. 160-162.
9. Muller-Brockmann J. Grid Systems in Graphic Design: A Visual Communication Manual for Graphic Designers, Typographers and Three Dimensional Designers. Niggli Verlag, 2008. 176 p.
10. Корчевська-Цехош О. Інструкція: як зробити ефективний плакат у часи війни. *Telegraf.Design. Креатив у війні*. 2022. Т. 2, № 1. С. 74–78. URL: <https://www.arthuss.com.ua/shop/telegraf-design-2-war>. (дата звернення 20.02.2025).
11. Пономаренко Я. Серія соціальних плакатів як елемент управлінської культури : магістерська робота. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2019. 146 с. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/134> (дата звернення:20.02.2025).

12. Пасічний А. М. Образотворче мистецтво. Словник-довідник. Тернопіль: Навчальна книга–Богдан, 2008. 216 с.
13. Сосницький, Ю. О. (2024). Принципи виразності в сучасних українських соціальних плакатах: візуальна мова часу змін. *Вісник Харківської державної академії культури*, (66), 42–58. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5333.066.04>.
14. Гладун О. Д. Соціальний екологічний плакат як феномен графічного дизайну. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*: зб. наук. пр. 2008. № 4. С. 21–27.
15. Гула Є. П., Трикозенко А., Масич І. Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. У 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2023. С. 62-64.
16. Ситар Г. В., Галюк А. В. Політичний плакат: співвідношення вербального й візуального складників. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2020. Вип. 12, Т. 2. С. 219–223. URL: <file:///C:/Users/admin/Downloads/9270-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-18513-1-10-20201124.pdf> (дата звернення 20.05.2025).
17. Порфімович О. Л. Технології візуального впливу (плакатистика) в контексті інформаційної війни. *Діалог: media-студії*: зб. наук. пр. Одеса: Одеський національний університет ім. Мечникова. 2014. Вип. 18–19. С. 255–265.
18. Легенький Ю. Г. Дизайн: культурологія та естетика. Київ : КНУТД, 2000. 272 с.
19. [Grau O.](#) Virtual Art: From Illusion to Immersion (Leonardo Books) Mit Pr, 2003. 360 с.
20. Моганов Р. Г. Проектування поліграфічного виробництва : навч. посіб. Київ : Либідь, 2015. 194 с.
21. Nelson R. E. What the Printer Should Know About Ink: Nelson R. Eldred. Graphic Arts Technical Fndtn, 2001. 352 p.

22. Adobe Illustrator. Офіційний сайт URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html> (дата звернення: 12.05.2025).
23. Лесняк В. І. Відтворення шрифтової спадщини: 40 оригінальних шрифтів. Київ: Arthuss, 2020. 160 с.
24. Художники України. Живопис. Графіка. Скульптура. Декоративно-прикладне мистецтво: творчо-біографічний довідник. К. : Видавець Журавель С.В., 2006. 271 с.: іл. (Серія "Творча Україна"; вип. 4).
25. Юхимець Г. М. Українське радянське мистецтво 1941–1960 років. К: Мистецтво, 1983. 160 с.
26. «Плакати воєнного часу»: повномасштабне вторгнення — у творах українських митців. URL: <https://druk.press/plakaty-vojennoho-chasu/> (дата звернення 19.05.2025).
27. Плакати - Мистецтво перемоги. URL: <https://milart.ucf.in.ua/posters/> (дата звернення: 12.05.2025).
28. Плакат страшних реалій «Як ти?». Mytets. URL: <http://mytets.com/2022/04/13/na-snidanok-bula-vijna/> (дата звернення: 12.05.2025).
29. Українські митці адаптували плакати часів Другої світової війни. Плакат з людоджерами. Life pravda. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2022/04/5/248110/> (дата звернення: 12.05.2025).
30. 23 плакати про війну й Україну. У Києві відкрилася виставка Нікити Тітова. Плакат «Патріот». Novynarnia. URL: <https://novynarnia.com/2018/12/18/titov-posters/> (дата звернення: 12.05.2025).
31. Плакат про місто Маріуполь. Pinterest. URL: <https://www.pinterest.com/pin/585256914099014712/> (дата звернення: 12.03.2025).
32. Плакат «Борімося». Pinterest. URL: <https://www.pinterest.com/pin/863072716114368539/> (дата звернення: 12.05.2025).

33. Плакат жінки, яка чекає чоловіка. Pinterest. URL: <https://www.pinterest.com/pin/30610472459339246/> (дата звернення: 12.05.2025).
34. Дзюба Д. «Infirm», 2023. Плакати воєнного часу. URL: <https://zprz.city/uploads/news/resize/w/1200x1200/e43z0yh4r7iw1ven.jpg> (дата звернення: 12.05.2025).
35. Логов А. «Без назви», 2023. Малюнки про війну URL: https://chytomo.com/wp-content/uploads/2022/10/photo_2022-10-13_20-18-52.jpg (дата звернення: 12.05.2025).
36. Логов А. «Без назви», 2023. Малюнки про війну URL: https://chytomo.com/wp-content/uploads/2022/10/photo_2022-10-13_20-19-49.jpg (дата звернення: 12.05.2025).
37. Ялоза А. «в небі пташки літають нас оберігають», 2022. Відбитки війни: діджитальні ліногравюри URL: <https://birdinflight.com/nathnennya-2/20220810-didzhitalni-linograpyuri-albini-yalozi.html> (дата звернення: 12.05.2025).
38. Ялоза А. «наш меч – мерзенну голову зніс з плеч», 2022. Відбитки війни: діджитальні ліногравюри. URL: <https://birdinflight.com/nathnennya-2/20220810-didzhitalni-linograpyuri-albini-yalozi.html> (дата звернення: 12.05.2025).
39. Дзюба Д. «Без назви», 2022. Плакати воєнного часу. URL: <https://www.instagram.com/p/Cj7hUk-NnqP/?igsh=a2NuZ3JpOTFxZjQ3> (дата звернення: 12.05.2025).
40. Офіційний сайт Adobe Photoshop. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/photoshop.html> (дата звернення: 12.05.2025).
41. Офіційний сайт Procreate. URL: <https://procreate.com/> (дата звернення: 12.05.2025).
42. «Голоси України: українські плакати воєнного часу» в Сеулі. URL: <https://knukim.edu.ua/golosy-ukrayiny-ukrayinski-plakaty-voyennogo-chasu-v-seuli/> (дата звернення: 12.05.2025).

43. «Донатйте не падайте духом» у Луцьку стартувала благодійна виставка картин студентів технічного фахового коледжу ЛНТУ. Благодійний проєкт «Фарби творчості – сила захисту», Луцьк. URL:<https://lutsk.rayon.in.ua/news/789365-donatte-i-ne-padayte-dukhom-u-lutsku-startovala-blagodiyna-vistavka-kartin-studentiv-tekhnichnogo-fakhovogo-koledzhu-lntu> (дата звернення: 12.05.2025).

44. Формування національно-патріотичної свідомості дітей в бібліотечному просторі Хмельниччини. URL: https://odb.km.ua/?dep=1&dep_up=430&dep_cur=1685#gsc.tab=0 (дата звернення: 12.05.2025).

45. Офіційний сайт United 24. URL:<https://u24.gov.ua/> (дата звернення: 12.05.2025).

46. Благодійний фонд «Повернись живим». URL: <https://savelife.in.ua/> (дата звернення: 12.05.2025).

47. Офіційний сайт UAanimals. URL: <https://uanimals.org/> (дата звернення: 12.05.2025).

48. Благодійний фонд Сергія Притули. URL: <https://prytulafoundation.org/> (дата звернення: 12.05.2025).

49. Projector Foundation створив проєкт «Шрифтова Абетка української ідентичності». URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2023/08/17/projector-stvoryv-proyekt-yakuj-populyaryzuye-ukrayinski-moderni-shryfty/>

50. «Оборонні герби міст» Микити Тітова URL:<https://www.unian.ua/society/mech-proti-voroga-hudozhnik-stvoryuye-oboronni-gerbi-mist-ukrajini-foto-novini-ukrajini-11697220.html> (дата звернення: 12.05.2025).

51. На Хрещатику встановили «Вітрину сміливості» зі світлинами українців. URL:<https://www.village.com.ua/village/city/city-news/338317-na-hreschatiku-vstanovili-vitrinu-smilivosti-zi-svitlinami-ukrayintsiv> (дата звернення: 12.05.2025).

ДОДАТКИ

**СЕРІЯ СУЧАСНИХ ПАТРІОТИЧНИХ ПЛАКАТІВ НА ПІДТРИМКУ
УКРАЇНИ**



Рис. А.1.- Плакат №1 «Freedom for Ukraine»



Рис. А.2.- Плакат №2 «Future for Ukraine»

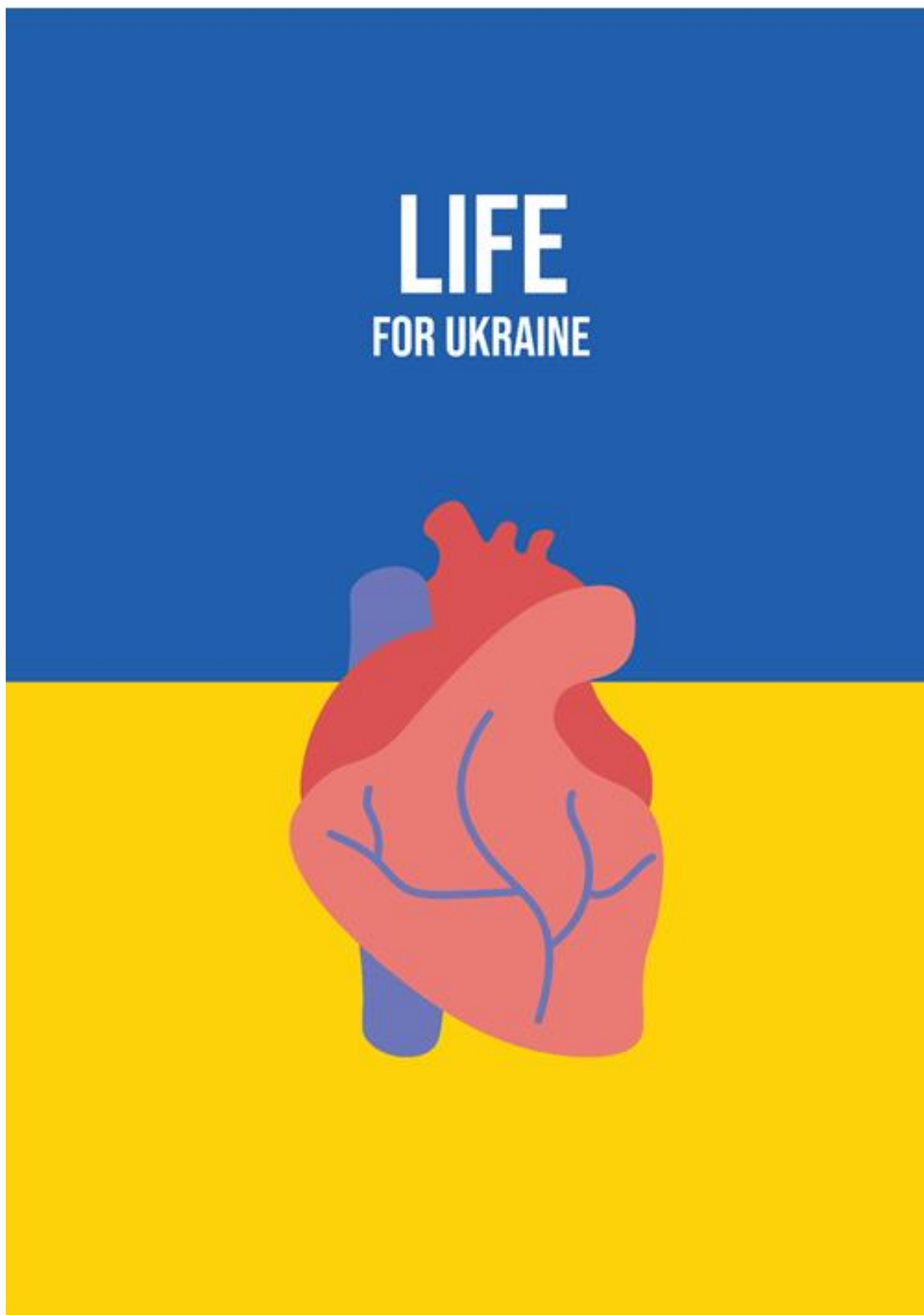


Рис. А.3. - Плакат №3 «Life for Ukraine»



Рис. А.4. - Плакат №4 «Memory for Ukraine»

**ПЛАКАТИ НА ЗОВНІШНІХ ФІЗИЧНИХ НОСІЯХ РЕКЛАМИ, У
ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

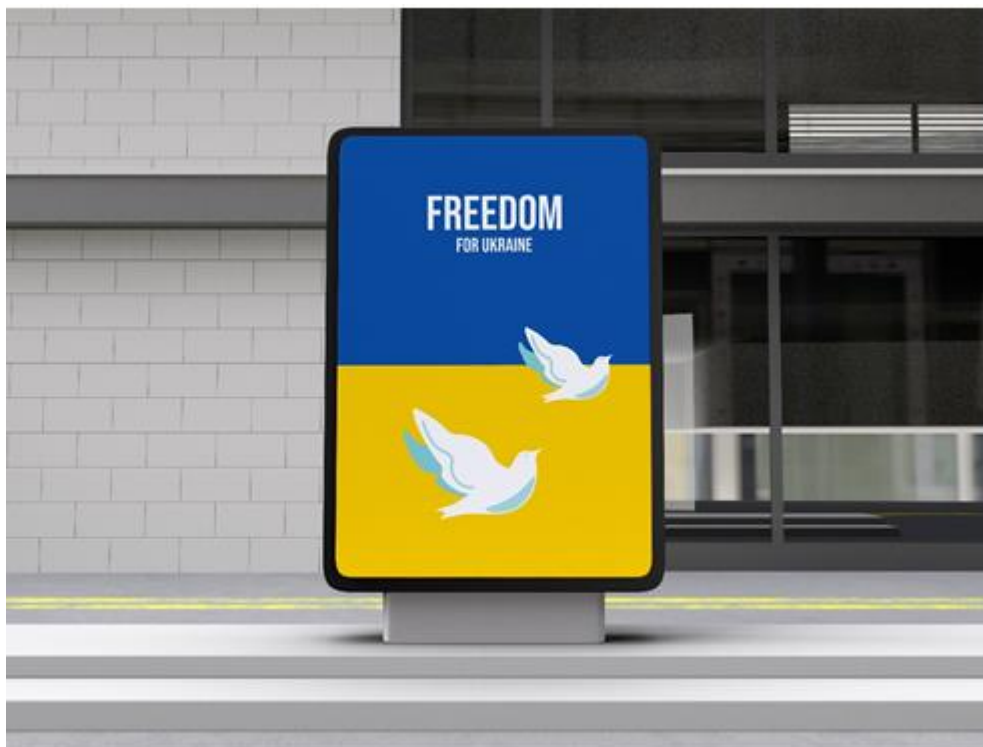


Рис. Б.1. – Розміщення плаката «Freedom for Ukraine» на сіті-лайті

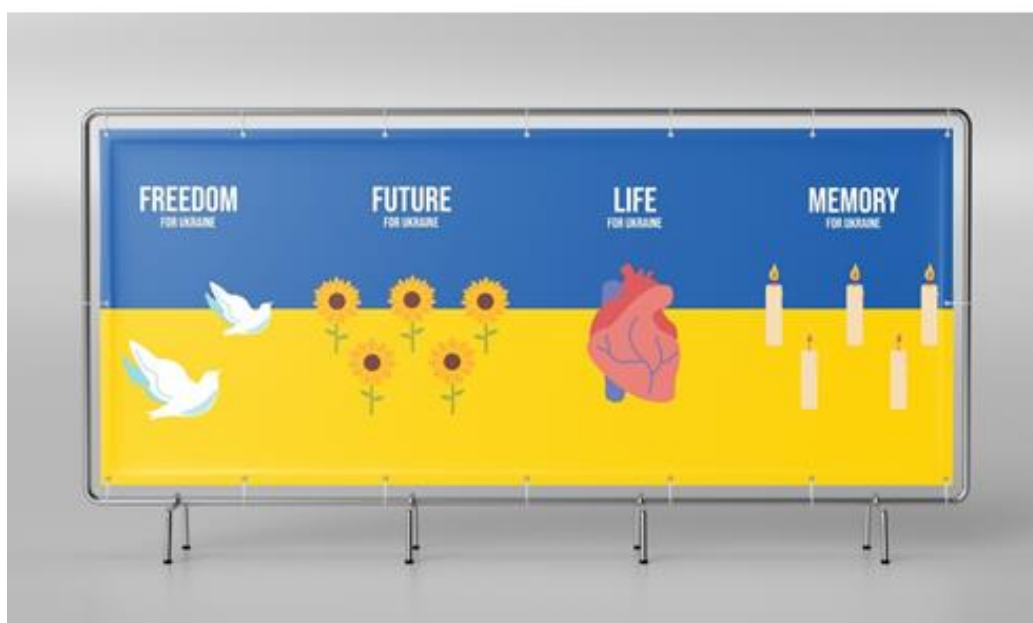


Рис. Б.2 .– Розміщення серії плакатів у форматі біл-борду



Рис. Б.3. – Розміщення серії плакатів у форматі веб-банеру на сайті фонду “Повернись живим”

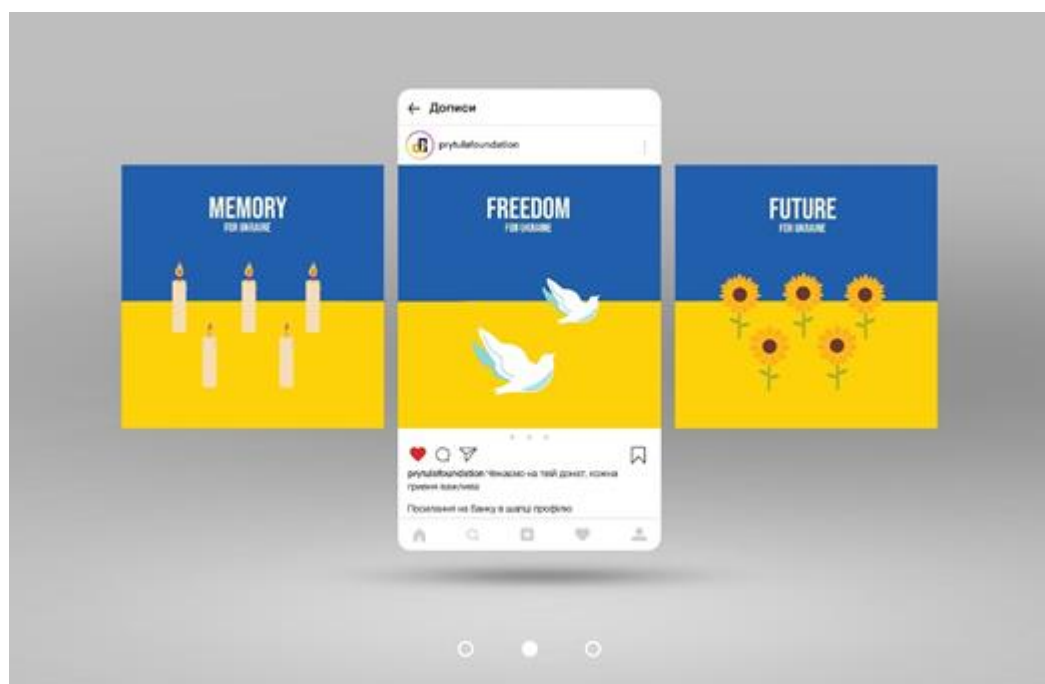


Рис. Б.4. – Візуалізація плакатів у Instagram фонду Сергія Притули