МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний фаховий бізнес–коледж
Відділення дизайну

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи (проєкту)
фахового молодшого бакалавра
на тему: **«Дизайн серії плакатів екологічного спрямування»**

Виконала студентка групи №1Д–21
за спеціальністю 022 «Дизайн»
Софія ДУБЕНКО

Керівник кваліфікаційної роботи
Оксана СІРА

Робота захищена _____ з оцінкою _____
Протокол ДКК № _____ від _____

Засвідчую, що в цій роботі немає запозичень з праць інших авторів без відповідних посилань
Студентка _____
Підпис

Черкаси – 2025

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Кафедра дизайну та СКД
Освітньо-кваліфікаційний рівень фаховий молодший бакалавр
Напрям підготовки 02 Мистецтво
Спеціальність 022 Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
" 10 " жовтня 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ) СТУДЕНТУ

Софія Дубенко
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи (проєкту) *Дизайн серії плакатів екологічного спрямування*

керівник роботи (проєкту) *Сіра О.В. – викладач*,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом вищого навчального закладу від «*07*» *жовтня 2024 року № 68-у*

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) *16 червня 2025 року*

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) *розробити дизайн серії плакатів екологічного спрямування*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити ВСТУП, РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ, РОЗДІЛ ІІ АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА, РОЗДІЛ ІІІ КОНЦЕПЦІЯ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ, РОЗДІЛ ІV ОПИС РОЗРОБЛЕНОГО ОБ'ЄКТА, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Плакат 1 – «Захист планети.»
Плакат 2 – «Сортування сміття»
Плакат 3 – «Захист океану»
Плакат 4 – «Екологічна альтернатива пакуванню»
Плакат 5 – «Захист тварин.»

6. Дата видачі завдання *10 жовтня 2024 року*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи (проєкту)	Строк виконання етапів проєкту	Примітка
1.	Вибір студентами тем КР: - затвердження тем КР і призначення їх керівників	01.10.2024	
2.	Складання і затвердження індивідуальних завдань на виконання КР	10.10.2024	
3.	Обговорення концепції проєкту. Підготовка вступу і першого розділу записки.	17.02.2025	
4.	Розробка основних констант проєкту	03.03.2025	
5.	Розробка наповнення проєкту. Підготовка другого та третього розділів пояснювальної записки	31.03.2025	
6.	Підготовка висновків і списку використаних джерел. Оформлення проєкту.	28.04.2025	
7.	Подання студентом завершеної КР керівникові	12.06.2025	
8.	Передзахист КР на засіданні кафедри (циклової комісії)	16.06.2025	
9.	Доопрацювання КР (у разі потреби) прийняття кафедрою рішення про допуск до захисту. Підготовка проєкту до друку.	20.06.2025	
11.	Захист комплексної роботи (проєкту) перед ЕК	23-24.06.2025	

Студент _____ (підпис) Дудко С.П. (прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проєкту) _____ (підпис) Сподоб (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП 4
РОЗДІЛ І 5
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ 5
1.1. Стан проблеми захисту довкілля у сучасному світі 5
1.2. Роль соціального плаката у формуванні екологічної свідомості 5
1.3. Аналіз екологічних плакатів як жанру 6
1.4. Образотворчі засоби у екоплакатах 6
РОЗДІЛ ІІ АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА 8
2.1. Аналіз аналогів 8
2.2. Висновок аналізу. Напрями вдосконалення 9
2.3. Постановка дизайнерського завдання 9
РОЗДІЛ ІІІ КОНЦЕПЦІЯ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ 11
3.1. Обґрунтування ідеї «Все в наших руках» 11
3.2. Візуальна метафора: рука як символ вибору 11
3.3. Образотворчі засоби: колір, композиція, стиль 12
3.4. Слоган і шрифтове оформлення 12
РОЗДІЛ ІV ОПИС РОЗРОБЛЕНОГО ОБ'ЄКТА 13
4.1. Загальна характеристика серії 13
4.2. Опис окремих плакатів серії 13
4.3. Порівняльний аналіз розробленого об'єкта і аналогів 15
4.4. Особливості композиційних рішень 15
ВИСНОВОК 17
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 19
ДОДАТОК 20

ВСТУП

Сьогодні проблема забруднення довкілля є однією з найгостріших у світі. Зміни клімату, накопичення сміття, вирубка лісів, вимирання видів і зниження якості повітря свідчать про те, що людство досягло критичної точки у своєму ставленні до природи. Важливо не лише впроваджувати практичні заходи, але й формувати екологічну свідомість у суспільстві. Графічний дизайн, як потужний інструмент візуальної комунікації, здатний впливати на емоції, змінювати поведінку людей і доносити соціально значущі повідомлення. Екологічні плакати є ефективним способом звернення до людей, адже через візуальні образи вони швидко й чітко передають суть проблеми. В кваліфікаційній роботі розроблена серія з п'яти екологічних плакатів під слоганом «Все у наших руках». Цей вислів символізує головну ідею проєкту – відповідальність кожної людини за майбутнє планети. На плакатах зображено руки, які, з одного боку, допомагають природі, саджаючи дерева, сортують сміття і піклуються про тварин, а з іншого – руйнують її, засмічують та викидають відходи. Це створює візуальний контраст, що дозволяє глядачу глибше замислитися над власною поведінкою і ідеєю що наша планета в наших руках.

Метою кваліфікаційної роботи є створення серії екологічних плакатів, що доносять ідею особистої відповідальності за навколишнє середовище через візуальні засоби.

Об'єктом дослідження є екологічний плакат як форма соціального графічного дизайну, а предметом – художньо-композиційні та символічні засоби для передачі екологічного повідомлення.

Новизна роботи полягає в поєднанні метафоричного образу рук, як символу вибору людини з конкретними екологічними ситуаціями.

Завданням дипломного проєкту є: дослідити екологічні плакати як жанр, відібрати візуальні й стилістичні аналоги, створити концепцію серії, розробити ескізи й фінальні версії п'яти плакатів а також підготувати матеріали до друку з урахуванням особливостей поліграфії.

РОЗДІЛ І
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ

1.1. Стан проблеми захисту довкілля у сучасному світі

Сьогодні стан навколишнього середовища викликає занепокоєння. Забруднення повітря, водних ресурсів, втрата зелених насаджень, накопичення сміття, зміна клімату – ці проблеми є результатом тривалої діяльності людини. Протягом десятиліть людська діяльність порушувала природний баланс, і тепер світ стикається з наслідками цього процесу.

В останні роки все частіше фіксуються природні катаклізми, зникнення окремих видів, підвищення середньої температури Землі. При цьому рівень екологічної культури на суспільному рівні залишається низьким. Більшість людей не усвідомлюють, що повсякденні звички – наприклад, сортування сміття чи економія ресурсів – реально впливають на стан навколишнього середовища. Тому необхідно не лише впроваджувати технічні рішення, а й виховувати свідоме ставлення до природи. Саме в цьому контексті використання візуальної комунікації як інструменту впливу на поведінку та мислення стає вирішальним.

1.2. Роль соціального плаката у формуванні екологічної свідомості

Як форма соціального дизайну плакати мають потужний вплив. Вони вміло поєднують зображення та текст, щоб передати складні ідеї простою, емоційною мовою. У разі інформаційного перевантаження все ще ефективні візуальні засоби, здатні швидко привернути увагу і знайти відгук у серці. Соціальні плакати екологічної тематики часто поєднують контрастні зображення, шокуючі деталі чи метафоричні образи з короткими гаслами. Така форма може передати суть проблеми, навіть якщо текст незнайомий – основна інформація передається миттєво візуальними засобами. Простота та емоційна виразність плакатів роблять їх зручним засобом формування екологічної

культури, особливо серед молоді, оскільки вона більш схильна до сприйняття візуального змісту.



Рис. 1.1. *Плакат* «WHAT WE SAVE US»

Приклад: «WHAT WE SAVE SAVES US» *(Рис 1.1)*

Яскравим прикладом ефективного соціального плаката є робота з гаслом «WHAT WE SAVE SAVES US», у якій легені зображені у вигляді протилежних середовищ. Ліва частина показує наслідки забруднення: дим, вирубку дерев, пожежі та техногенні руйнування. Права — чисту природу, повітря, екологічне житло та гармонійне співіснування з довкіллям. Така метафора легенів посилює асоціацію між станом довкілля і станом здоров'я людини. Цей плакат чітко демонструє, що збереження природи напряму пов'язане з нашим життям і благополуччям. Візуальний контраст, просте композиційне рішення та лаконічний текст дозволяють донести ідею швидко й емоційно. Це ще раз підкреслює силу соціального плаката як інструменту формування екологічної свідомості.

1.3. Аналіз екологічних плакатів як жанру

Екологічні плакати є самостійним напрямком соціальної візуальної комунікації. У сучасному дизайнерському середовищі сформувалася різноманітність методів створення плакатів – від мінімалістичних композицій до яскравих і надихаючих візуальних схем. Незалежно від стилю, його головна мета залишається незмінною – привернути увагу людей до екологічних проблем і стимулювати мислення.

У дослідженні розглянуто численні приклади екологічних плакатів як з українського, так і з інших національних контекстів. Дослідження було зосереджено на композиційних техніках, колірних схемах, символіці та типографіці. Найпоширенішими були контрастні поєднання природних образів із штучними предметами, використання метафор (наприклад, планета у формі замерзлого серця), зображення тварин, які постраждали від забруднення навколишнього середовища. Примітною тенденцією є використання мінімалізму – обмежені візуальні елементи допомагають зосередити увагу глядача на головному повідомленні. Крім того, поширене використання символів із глибоким значенням: руки, очі, пісочний годинник, дерева тощо.

1.4. Образотворчі засоби у екоплакатах

Проаналізовані випадки виявляють спільну візуальну мову. Колірна палітра часто базується на природних кольорах: зеленому, блакитному, сірому та охристому. Червоний або чорний часто використовують для підкреслення, для посилення емоційного сприйняття. Композиція часто має чітку симетрію або центральну домінанту, що спрямовує погляд глядача на ключові елементи. Людські фігури, руки, обличчя чи люди – відіграють особливу роль як втілення відповідальності та дії. Наприклад, рука, яка посадила дерево, символізує турботу, а людина, яка викидає сміття в річку, символізує байдужість або шкоду.

Цей контраст створює емоційний вплив і сприяє поглибленню розуміння екологічних проблем. Візуальні засоби не тільки формують візуальний стиль, а й допомагають донести соціальні повідомлення, зрозумілі широкій аудиторії, незалежно від віку чи когнітивного рівня.

Такий контраст між позитивним і негативним образом створює сильний емоційний посил, що допомагає глядачу краще осмислити проблему і саму ідею плакатів. Візуальні засоби не просто об'єднують плакати по стилістиці – вони служать мовою, якою автор звертається до широкої аудиторії. Завдяки простоті та візуальним образам ці композиції зрозумілі незалежно від віку, освіти чи культурного контексту, що робить плакати ефективним інструментом комунікації у соціальних і екологічних темах. Також важливим є те, що соціальні плакати дозволяють інтегрувати складні ідеї у візуальні образи, які легко запам'ятовуються та викликають емоційну реакцію. Вони створюють міст між інформацією та її сприйняттям, що особливо ефективно в умовах інформаційного перевантаження. Саме тому соціальний плакат є важливим інструментом формування екологічної свідомості, здатним швидко впливати на поведінку людей через потужні символи та композиційні рішення. У контексті сучасного дизайну такі візуальні послання стають не лише художніми творами, а й активними учасниками суспільного діалогу.

РОЗДІЛ ІІ
АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА

2.1. Аналіз аналогів

Щоб зробити вражаючі екологічно чисті плакати, важливо було вивчити вже використовуються візуальні стратегії в соціальному дизайні. Це дослідження показує найкращі методи, міркування, що стоять за їх впливом на аудиторію та описують область для власних ідей.

Для дослідження було обрано кілька екологічно чистих дизайнів із глобальних шоу, конкурсів (як зелений плакат, плакат на завтра, програму ООН) та проекти особистого мистецтва (Додаток А, Рис. А.1). Акцент робився на цих аспектах:

Створення зображень:

Більшість екологічних плакатів демонструють прямий порядок: головна картинка, приваблива фраза (гасло), невеликі деталі або протилежні. Баланс або рівність застосовуються для залучення фокусування, тоді як нахилені або нерівні макети призначені для руху та напруги. Існують як дуже складні завдання, так і максимально прості з одним символом чи ілюстрацією.

Естетика:

Різні художні підходи варіюються від реалістичних зображень до плакатів або змішаних медіа. Поверхні, носіння, декоративні обкладинки, мистецькі методи анімації часто застосовуються. Кольорова палітра, як правило, приглушена, з яскравими моменти в ризикованих або проблемних місцях (як червоне забруднення, що контрастує з синьою водою). Випуск контрасту є ключовим – як за змістом, так і за формою.

Технологічна реалізація:

Більшість плакатів виготовляються за допомогою комп'ютерів, і їх можна відрегулювати до різних розмірів (від паперу до електронного). Проекти, які не є гнучкими, можуть бути важкими для підтримки та адаптації до нових вимог.

Ергономіка сприйняття:

Плакати розроблені з урахуванням швидкого читання: прості форми, короткі повідомлення, додаткова інформація. Спостерігач потребує короткого моменту, щоб зрозуміти основне значення за 2-3 секунди – це мета для більшості творінь. Текст повинен бути легко читабельним. Текст, якщо він присутній, відображається у великих або відсутніх коктейлях, в ідеалі з контрастним фоном. Текст повинен бути легко читабельним. Ця критика допомогла нам зрозуміти не тільки зорові звички, але й емоційну вагу, яку ці плакати несуть – хвилювання, оптимізм, жаль, обов'язок, страх чи повага. Еко-індикатор потребує ретельного методу, тому багато варіантів поєднують турботи з закликом до дії.

2.2. Висновок аналізу. Напрями вдосконалення

Порівнюючи інші екологічні плакати, були виявлені спільні риси та спільні методи, відомі в екологічних плакатах. Однак є також деякі повторювані візуальні шаблони, такі як планета в мішку, риба з шлунком, наповненим сміттям, дерева як легені тощо. Щоб уникнути однаковості, ця робота поєднує знайомі образи (наприклад, руки) з новим підходом – контрастом в одній дії: руки можуть робити добро і водночас шкодити. Таке рішення створює динамічну візуальну напругу, змушуючи глядача поставити себе в центр вибору.

Поліпшення полягає не в звинуваченні глядача, а у тому, щоб надати йому емоційну мотивацію діяти. Обраний метод заснований на емоційному протиріччі: на одному плакаті є два варіанти – хороший і поганий, корисний і шкідливий. Саме це формує почуття відповідальності і усвідомлення, що все у наших руках.

2.3. Постановка дизайнерського завдання

На основі аналізу було сформоване дизайнерська задача: розробити серію

з п'яти екологічних плакатів в єдиному стилі, акцентуючи увагу на візуальному контрасті між користю та шкодою, яку можуть принести щоденні дії людей. Основним візуальним елементом є зображення рук, які символізують вибір, дію та відповідальність. Кожен плакат показує аспект впливу на природу: поводження з відходами, захист тварин, океану очищення довкілля. Композиційна структура розділяється на світлу і темну частини, де одні руки виконують позитивні дії, а другі – негативні. Завданням стало створити візуальну серію, що буде працювати як єдине ціле, але кожен плакат має також бути самостійним повідомленням. Стилістика обрана проста але досить деталізована, з елементами символіки, сухих текстур і гармонійною палітрою кольорів. Таким чином, дизайнерське завдання охоплює як ідею, так і її втілення – від задумки до готових плакатів.

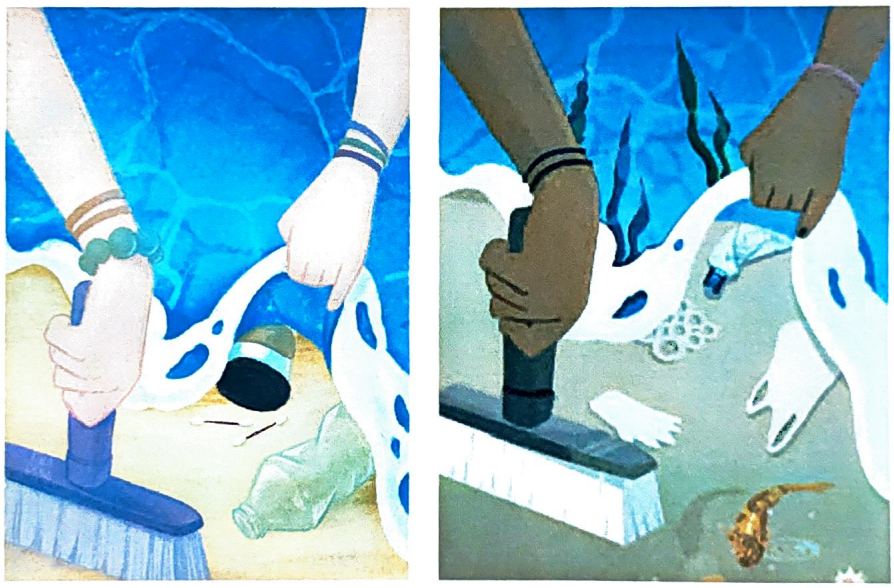

Рис. 2.1. *Плакат* «Under Ocean»

Приклад: «Under Ocean» *(Рис 2.1)*

Наприклад, один із плакатів серії під назвою «Under Ocean» акцентує увагу на прихованій шкоді, яку люди завдають океану. Візуальне рішення побудоване так, що під поверхнею води зображено сміття — пластикові пляшки, ватні палички, пакування, які метафорично замітають під воду.

РОЗДІЛ ІІІ
КОНЦЕПЦІЯ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ

3.1. Обґрунтування ідеї «Все в наших руках»

Коли говоримо про екологію, важливо не лише описувати проблему, а й доводити, що поліпшення залежить від кожного з нас. Саме з цією думкою почалася ця серія, і її гасло стало: «Все у наших руках» Воно одночасно метафора й реальність: наше щоденне рішення, взяте буквально, справді тримає долю Землі. Таке формулювання коротке, легко запам'ятовується і самою фразою одразу веде до образу рук. Руки тут символізують вибір, який у нас під контролем: вони можуть піклуватись про природу або їй шкодити. Цей образ має емоційний заряд і сприймається глядачем як реальна дія, на яку він сам здатен вплинути. Ця концепція, створює виразний візуальний контраст всередині одного кадру. Коли добрі й злі вчинки постають поряд, а хороші вчинки візуально домінують над поганими, тим самим даючи усвідомлення можливостей змінити все своїми діями в хорошу сторону. Отже, картина не лише інформує, а й підштовхує до роздумів і, ймовірно, до змін у звичках.

3.2. Візуальна метафора: рука як символ вибору

Образ рук далі служить звичною метафорою дії і відповідальності. У кожній роботі одна рука цілеспрямовано допомагає (лікує, підносить), а кілька інших займаються руйнуванням (палять, забруднюють, ламають). Однак доброчинна рука завжди переважає: вона більша, світліша, ближче до глядача й іноді зовсім закриває похмурі деталі. Цей жест посилює основний меседж: добрі наміри мають фізичну силу, здатну змінювати реальність. Контраст тут не спрощене добро-проти-зла, а емоційно навантажена перевага конструктивної праці.

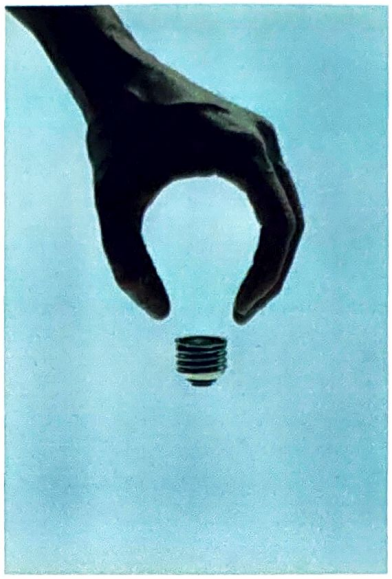

Рис. 3.1. *Плакат* «Human gave light»

Приклад: «Human gave light» *(Рис 3.1)*

Плакат «Human gave light» є прикладом виразної візуальної метафори. Рука, що обрамлює простір у формі лампочки, передає ідею того, що саме людина є джерелом світла, знань і змін. Така композиція метафорично уособлює здатність людства створювати прогрес і відповідати за наслідки своїх дій. Лампочка тут — символ ідей, надії, енергії, а жест руки — знак активної участі. Відсутність зайвих елементів посилює метафору, роблячи її легко впізнаваною і зрозумілою для глядача. Завдяки поєднанню простої форми й сильного смислового навантаження, плакат ефективно доносить повідомлення про роль людини у створенні та збереженні світла — як у буквальному, так і в символічному сенсі.

3.3. Образотворчі засоби: колір, композиція, стиль

Кольорова палітра для плакатів побудована на зіткненні двох світів. Верхня частина композиції – світла, з яскравими відтінками блакитного, теплого жовтого, зеленого – символізує життя, чистоту, турботу. Нижня – темна,

холодних відтінків фіолетового, зеленого. Синього – відображає наслідки байдужості та шкоди. Добро візуально «накриває» зло, ніби повертає позитив у світ, а не просто співіснує з негативом порівну. Діагональний поділ площини додає динаміки. Така побудова дозволяє одночасно показати дію і протидію, але з перевагою доброї сторони. Це не лише композиційний прийом, а смисловий акцент, що підсилює основну ідею серії. Стиль – ілюстративний, з елементами графіки та сухих текстур. Форми мають чіткий контур, дещо дитячий вигляд, що робить зображення доступними та емоційно відкритими. Такий стиль дозволяє звернутися до ширшої аудиторії, зокрема молоді.

3.4. Слоган і шрифтове оформлення

Слоган «Все у наших руках» винесено у верхню частину плакатів, де він легко читається і водночас органічно вписується у композицію. Його шрифт – чіткий, сучасний, без засічок. Немає складного форматування, щоб не відволікати від головного меседжу. Гасло працює як об'єднувальний елемент серії, підкреслюючи основну думку – кожна дія має значення, і майбутнє навколишнього середовища дійсно залежить від людських рук. Завдяки візуальній частині – добрі дії мають більшу вагу – фраза сприймається не як заклик, а як впевнене твердження.

РОЗДІЛ IV
ОПИС РОЗРОБЛЕНОГО ОБ'ЄКТА

4.1. Загальна характеристика серії

Серія плакатів «Все у наших руках» присвячена формуванню екологічної свідомості у людей. Основна ідея полягає в акцентуванні особистої відповідальності людини за стан довкілля. Плакати звертають увагу на актуальні екологічні проблеми, але водночас не лише показують шкоду, а й демонструють, як простими діями можна змінити ситуацію на краще. Серія складається з п'яти плакатів, кожен з яких розкриває окрему тему: захист планети, правильне поводження зі сміттям, зменшення використання пластику, заміна одноразових пакетів на екологічні, а також захист тварин. Усі роботи виконані в єдиній стилістиці, мають чітко виражену композиційну структуру з візуальним акцентом на образ рук, як символ дії та вибору. Кожна композиція побудована на контрасті: негативна дія – темна, протиставляється позитивній дії, яка композиційно і за рахунок кольорової палітри домінує. Такий прийом не лише робить серію візуально цілісною, а й посилює загальний меседж: навіть у ситуації, коли існує проблема, завжди є шлях до кращого. Плакати не просто критикують або нагадують про шкоду – вони мотивують діяти. Через простий, але емоційно сильний візуал, роботи звертаються до широкої аудиторії – від дітей до дорослих, незалежно від рівня знань або професії. Саме завдяки цьому серія має потенціал бути використаною в екологічних кампаніях, освітніх програмах чи в публічних просторах.

4.2. Опис окремих плакатів серії

Плакат 1. Захист планети.

У центрі зображено Землю з глибокими тріщинами. Сірі руки внизу виривають шматки планети, символізуючи руйнівну поведінку. У той час

яскрава рука зверху приклеює пластир із сердечком – жест турботи, відновлення. Добра частина композиційно накриває зло, посилюючи настрій надії. Контраст кольорів підсилює драматизм плакату: холодні і сірі відтінки асоціюються з байдужістю, а теплі, яскраві – з турботою та надією. Планета розміщена в центрі, щоб фокусувати увагу глядача. Образ пластиру з сердечком підкреслює ідею про те, що навіть маленькі дії можуть мати велике значення. Композиція залишає після себе відчуття, що ситуація не безнадійна, і майбутнє залежить від вибору кожного.

(Додаток А, Рис. А.1).

Плакат 2. Сортування сміття.

Композиція протиставляє дві дії: одні руки кидають відходи просто на землю, тоді як інша рука цілеспрямовано кладе пляшку у сортувальну кабіну. Контраст кольору і світла підсилює позитивну дію, яка виглядає чіткішою й більш організованою (Додаток А, Рис. А.2).

Плакат 3. Захист океану.

На зображенні показано, як темні руки викидають пластикове сміття у воду, серед якого потерпають риби, восьминіг та інші морські істоти. З протилежного боку – рука, яка витягує пластикові відходи з води, очищаючи середовище. Тут передано не лише шкоду, а й спробу врятувати екосистему океану (Додаток А, Рис. А.3).

Плакат 4. Екологічна альтернатива пакуванню.

Плакат розкриває проблему одноразових поліетиленових пакетів. Одна частина зображує руку, що пластиковий пакет, а інша – рука з багаторазовою екосумкою. У позитивній зоні – світлі відтінки, м'які кольори й чистий фон, які підкреслюють сучасність і етичність вибору (Додаток А, Рис. А.4).

Плакат 5. Захист тварин.

Тут показано контраст між насильницькими умовами проживання у неволі і турботою над тваринами: одні руки тримають клітку з тваринами, у той час як інші відпускають їх на волю. Світла частина виражає свободу, природність, а темна – ув'язнення та безвихідне становище. Емоційний акцент

зміщено на добру дію (Додаток А, Рис. А.5).

4.3. Порівняльний аналіз розробленого об'єкта і аналогів

На відміну від багатьох аналогічних робіт, де превалює страх або жах як засіб впливу, дана серія пропонує більш гуманістичний підхід. Негатив не приховується, однак головний акцент зміщено на силу позитивних дій людини. Плакати не шокують, а надихають – саме це відрізняє їх у візуальному полі сучасного соціального дизайну. Також варто відзначити композиційну логіку в серії, що підсилює її цілісність і впізнаваність. Усі плакати візуально поєднуються між собою і сприймаються як одна єдина система візуальних повідомлень.

Ще однією перевагою серії є її цілісність. У багатьох аналогах окремі плакати часто не мають між собою зв'язку й подаються як окремі графічні об'єкти. У цій серії усі п'ять плакатів візуально та концептуально поєднані між собою. Вони мають спільну стилістику, структуру композиції, колірну палітру, ідею діалогу між добром і злом.



Рис. 4.1. *Плакат* « ECO POSTERS COLLECTION»

Приклад: «ECO POSTERS COLLECTION» *(Рис 4.1)*

Плакати також використовує тему особистої відповідальності за стан довкілля. Візуально вони яскраві, із використанням плоских кольорів, зрозумілих символів (планета, рослини, руки), та простих закликів.



Рис. 4.2. *Плакат* «Plastic Earth»

Приклад: «Plastic Earth» *(Рис 4.2)*

Постери «Plastic Earth» демонструє серію плакатів, що також використовує тему особистої відповідальності за стан довкілля. Візуально вони яскраві, із використанням плоских кольорів, зрозумілих символів (планета, рослини, руки), та простих закликів — «Save the planet», «Think green». Однак у порівнянні з авторською серією «Все у наших руках», ці приклади менш глибоко занурюються у символіку вибору між добром і злом. В авторських роботах чітко простежується візуальний конфлікт — темна дія проти світлої.

4.4. Особливості композиційних рішень

Кожна композиція побудована на діагональному поділі площини. Рішення, що дозволяє розмістити дві протилежні дії і настрої в межах одного формату, зберігаючи при цьому динаміку й напруження. Добра частина, як правило,

розташована у верхній, правій зоні й займає більший простір, що візуально підкреслює її важливість. Кольорові акценти допомагають виділити позитивну дію: світлі, насичені, теплі кольори асоціюються з життям і гармонією, тоді як темні й тьмяні відтінки відображають руйнівність і негатив. Шрифт на слоганах є лаконічним і не відволікає увагу від зображення, виконуючи свою головну функцію – передачі головної ідеї глядачу. Усі графічні рішення – від структури до деталей – спрямовані на те, щоб донести просту, але важливу думку: зміни починаються з дій і кожен здатен зробити свій вибір на користь добра. Навіть у складній ситуації, де присутнє зло, завжди є місце для правильних рішень.

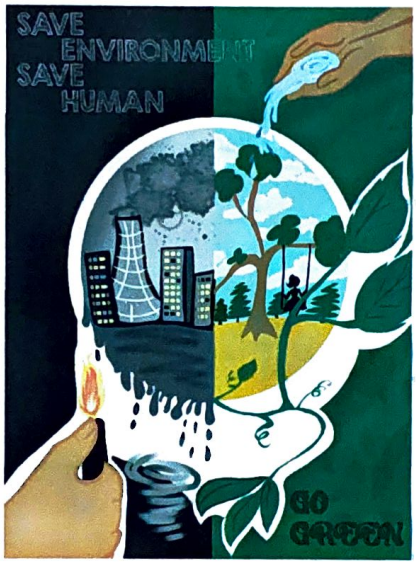

Рис. 4.3. *Плакат* «SAVE ENVIRONMENT SAVE HUMAN»

Приклад: «SAVE ENVIRONMENT SAVE HUMAN» *(Рис 4.3)*

Яскравим прикладом подібного композиційного підходу є плакат «SAVE ENVIRONMENT SAVE HUMAN» Зображення поділене на дві частини — темну ліву та світлу праву, що візуально передає протиставлення руйнування і відновлення. Таке композиційне рішення чітко передає ідею глядачу.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнов С. І. Соціальна реклама: Підручник. – Київ: Каравела, 2012. – 216 с.

2. Воронов В. І. Дизайн сучасного плаката. – Харків: Фоліо, 2015. – 144 с.

3. Гусєв В. Г. Основи візуальної комунікації. – Київ: Либідь, 2011. – 180 с.

4. Кривенко Т. О. Соціальний плакат як засіб формування громадської думки // Вісник КНУКіМ. – 2020. – №42. – С. 97–102.

5. Шевченко В. Я. Композиція плаката: Навчальний посібник. – Харків: колорит, 2004. – 123 с.: іл.

6. Smoli y A. P. Ecoposter trends in visual campaigns // Visual Design Review. – 2022. – №3(17). – P. 45–51.

7. United Nations Environment Programme (UNEP) – URL: https://www.unep.org

8. Poster for Tomorrow – URL: https://www.posterfortomorrow.org

9. Behance – URL: https://www.behance.net/gallery/203000577/eco–poster–almaty

10. Pinterest – URL: https://pl.pinterest.com/pin/289215607297339049/

11. URL: https://pin.it/pa4W37Yiy

12. URL: https://pin.it/7diqTc2vI

13. URL: https://pin.it/T6MEPeoJp

14. URL: https://pin.it/5WYZpulcJ

15. URL: https://pin.it/3lCshC2IV

16. URL:https://www.behance.net/gallery/144833249/Plastic–pollution–oceane–Social–poster

17. URL:https://surl.lu/hbhskv

ДОДАТОК

ПРОЄКТНА ЧАСТИНА

Плакат 1 – «Захист планети.»

Плакат 2 – «Сортування сміття»

Плакат 3 – «Захист океану»

Плакат 4 – «Екологічна альтернатива пакуванню»

Плакат 5 – «Захист тварин.»

Додаток А



Рис. А.1. Плакат 1. Захист планети.



Рис. А.2. Плакат 2. Сортування сміття.



Рис. А.3. Плакат 3. Захист океану.



Рис. А.4. Плакат 4. Екологічна альтернатива пакуванню.



Рис. А.5. Плакат 5. Захист тварин.