

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж
Кафедра дизайну та соціально-культурних дисциплін

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
з графічного дизайну ОР Бакалавр

на тему: **«ГРАФІЧНА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ОБРАЗУ ЛЯЛЬОК-МОТАНОК
В АВТОРСЬКІЙ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ».**

Виконала: студентка групи ГД-23
за спеціальністю 022 «Дизайн»
освітньо – професійної програми
«Графічний дизайн»
Науменко Ангеліна Вікторівна
Керівник: кандидат педагогічних наук,
доцентка _____ Тамара ХРЕБТО

Робота захищена з оцінкою ____

Протокол ДКК № __ від _____

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

Студент _____

Підпис

Черкаси – 2025 р

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	лютий 2025	
2	Розділ 1 Аналітичний	лютий 2025	
3	Розділ 2 Проектний	березень 2025	
4	Загальні висновки	березень 2025	
5	Оформлення дипломної бакалаврської роботи (чистовий варіант)	квітень 2025	
6	Здача дипломної бакалаврської роботи на кафедру для рецензування (за 14 днів до захисту)	квітень 2025	
7	Перевірка дипломної бакалаврської роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	травень 2025	
8	Подання дипломної бакалаврської роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	червень 2025	

Студент _____ Науменко А.В.

Науковий керівник роботи _____ Хребто Т.С

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ЕТНОДИЗАЙН В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	6
1.1. Етнодизайн - важливий чинник консолідації українського в суспільства в умовах війни.....	6
1.2. Образ ляльки-мотанки в українському етнодизайні.....	9
1.3. Етнічна специфіка у проектуванні соціального плаката	13
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МАКЕТУ СЕРІЇ ПЛАКАТНИХ ВИДАНЬ «МОТАНКА»	17
2.1. Передача емоційного стану засобами плакатної графіки.....	17
2.2. Розробка серії плакатів у межах кваліфікаційного проекту	19
2.3. Створення макету плакатів із використанням сучасних поліграфічних технологій.....	21
Висновки до розділу 2.....	24
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ДЛЯ МАГАЗИНУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕТНІКИ «МОТАНКА»	
3.1 Проектно-пошуковий етап та формування технічного завдання.....	25
3.2 Основні композиційно-стилістичні рішення.....	28
3.3. Тестування айдентики та елементів фірмового стилю для магазину української етніки «Мотанка».....	30
Висновки до розділу 3.....	32
ВИСНОВКИ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35
ДОДАТОК	
А	39
ДОДАТОК	
Б	48

ВСТУП

Сьогодні етнодизайн активно виявляє себе в різних сферах людського буття, оскільки дедалі більше митців осмислюють народні художні традиції та інтегрують їх у свої творчі проекти.

Пошук національної ідентичності, продовження формування автентичного стилю, а також реакція на суспільну потребу у самоідентифікації спонукають дизайнерів звертатися до витоків – народних ремесел, які є фундаментом вітчизняного дизайну. Вироби, оздоблені національною символікою, задовольняють попит на внутрішньому ринку та водночас виступають репрезентативним продуктом української культури на міжнародному рівні.

Зростання зацікавлення етнічними мотивами в сучасному дизайні, особливо в умовах російсько-української війни, актуалізує потребу в ґрунтовному науковому осмисленні цих процесів. Навіть у складних умовах воєнного часу дизайн залишається у фокусі дослідників, які переосмислюють його значення як естетичної й культурної категорії, аналізуючи його соціальний та філософський контекст. Його роль невпинно зростає, адже предметно-просторове, інформаційно-візуальне та цифрове середовище – це результат дизайнерської діяльності.

Вагомий внесок у вивчення творчості українських митців у контексті традиційного народного мистецтва зробили науковці Т. Кара-Васильєва, О. Лагутенко, М. Селівачов, Л. Соколюк, В. Шейко, Р. Яців та інші. У центрі їхньої уваги перебували національні мотиви, символіка й художні прийоми в архітектурі, декоративно-прикладному та образотворчому мистецтві ХХ – початку ХХІ століття. Однак сьогодні наявна потреба в глибшому аналізі та переосмисленні етнодизайну як вияву матеріальної й духовної культури в межах художніх практик як довоєнного часу, так і сучасності.

Проблематика етнодизайну та пошук національної ідентичності є актуальними нині в багатьох аспектах життя. Сучасні дизайнери дедалі частіше звертаються до народної естетики, впроваджуючи її в соціальну графіку, одяг, ювелірні прикраси, інтер'єри.

Сьогодні ми бачимо активне використання елементів українського етностилю – калина, рушники, ляльки-мотанки – у плакатах, вуличному мистецтві, постах у соцмережах. Такі символи набувають значення культурного коду, який глибоко вкорінений у національну свідомість.

Продумане використання етнічних мотивів у предметному середовищі й моді сприяє формуванню цілісного національного стилю, що здатен об'єднати суспільство та зміцнити позитивний імідж України на світовій арені. Етнодизайн вирізняється впізнаваними, але водночас осучасненими, стилізованими образами й символами, що надають йому унікального характеру.

Об'єктом дослідження є плакатна друкована продукція.

Предметом дослідження виступає макет серії плакатів.

Метою дослідження є виявлення вагомій ролі етнодизайну як важливого компонента народної культури в процесі національної консолідації в умовах війни з агресором.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **основні завдання**:

- проаналізувати основні напрямки досліджень теми етнодизайну;
- розглянути поняття «етностиль» у різних сферах;
- розробити серію соціальних плакатів у стилі українського етнодизайну;
- вивчити приклади застосування етнічної символіки у побутових, сувенірних виробках і сучасному одязі.

Наукова новизна роботи полягає у виявленні нових етнодизайнерських рішень в соціальній, ідеологічній та рекламній продукції, що створюється як професійними дизайнерами, так і народними митцями в умовах війни задля підтримки бойового духу нації та протистояння агресору.

Ключові слова: *етнодизайн, український народний стиль, оберіг, лялька-мотанка, соціальний плакат, образ-символ, українська культура, війна.*

РОЗДІЛ I

ЕТНОДИЗАЙН В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Етнодизайн як чинник єдності українського суспільства в умовах війни

З початку незалежності України стало беззаперечним, що етнодизайн є одним із найперспективніших напрямів сучасного дизайну. Його значний потенціал дозволяє не лише формувати національний стиль, а й гідно представляти українське мистецтво на міжнародній арені, зокрема у Європі.

У період повномасштабної війни з росією проявилася ще одна надзвичайно важлива функція етнодизайну — його здатність об'єднувати націю. Волонтери активно використовують візуальні елементи народного мистецтва для оформлення листівок, плакатів, постів у соцмережах, муралів, прикрас, одягу. Етномотиви — калина, рушники, півники, ляльки-мотанки, глечики, сопілки — стали невід'ємною частиною сучасної української візуальної культури та символами патріотизму.

Таке явище не випадкове — воно глибоко вкорінене в національному кодi українців. Сьогодні, як ніколи, актуальними є декоративні, конструктивні та стилізовані форми народної творчості, орнаментика, які відображають культурну спадщину. Адже у час, коли традиції можуть бути спотворені кiтчем чи псевдонаціональними формами, автентичний етнодизайн є засобом збереження духовних орієнтирів.

Традиції народного мистецтва не лише підтримують культурну тяглість, а й стають джерелом натхнення, інструментом єднання українців, засобом популяризації нашого мистецтва у світі. Завдяки етнодизайну створюються нові

культурні продукти, що формують імідж України як сильної, самобутньої держави, здатної протистояти зовнішній агресії.

Сучасний етнодизайн через глибоке переосмислення традицій, зокрема орнаментики, пропонує нові стилеві рішення, що відповідають ідеологічному запиту часу. Кожен образ, кожен символ сьогодні підкреслює незламність українського духу, красу нашої культури й силу опору.

Незважаючи на війну, українська культура продовжує розвиватись. До неї зростає інтерес не лише в Україні, а й за кордоном. Європейська спільнота повному сприймає українське мистецтво, а українці дедалі більше звертаються до своїх витоків, відкриваючи для себе глибину власної ідентичності.

Аналіз сучасних етнодизайнерських практик свідчить про глибоке прагнення українського народу зберегти свою унікальність і представити її світові. У період, коли держава особливо потребує єдності, етнодизайн здатен стати культурним цементом суспільства. Інтеграція етномотивів у просторовий дизайн, одяг, предметне середовище сприятиме створенню національного стилю, що посилить внутрішню згуртованість та водночас підвищить міжнародну впізнаваність України.

Етнодизайн має базуватись на впізнаваних, але стилістично оновлених та творчо переосмислених символах. Науковці наголошують на важливості його інтеграції як у практичну діяльність, так і в освітній процес майбутніх дизайнерів. Хоча термін «етнодизайн» має різні інтерпретації, дослідники як в Україні, так і за її межами погоджуються щодо доцільності впровадження народного мистецтва у виробництво. Графічний, середовищний, реклама — всі ці сфери прагнуть черпати натхнення з національних образів.

Підвищений інтерес з боку дизайнерів і споживачів зумовив потребу у чіткій професійній позиції навіть у складних політичних і економічних умовах. Сьогодні очевидно, що Україна має великий потенціал для розвитку етнодизайну. Адже саме національні культурні риси формують нашу

унікальність і дозволяють відрізнити українське мистецтво у глобальному культурному контексті.

Етнодизайн — це складне, багатогранне явище, яке сьогодні має особливо важливе значення. Він здатен не лише закріпити національну ідентичність, а й зробити Україну впізнаваною у світовому культурному просторі. Народні мотиви в дизайні сьогодні відіграють роль символів єдності та стійкості українського народу.

Особливо вагомим є внесок етнодизайну в художньо-проектну діяльність зі створення предметного світу, в якому поєднуються традиції з сучасністю. У процесі відбудови міст і вулиць, що постраждали від війни, саме етнодизайн здатен надати новим просторам національного обличчя.

Ми є свідками зростання ролі етнодизайну як чинника національної консолідації. У зв'язку з цим виникає необхідність глибокого наукового дослідження цієї сфери в умовах воєнного стану з боку представників різних галузей гуманітарного знання — від філософії до мистецтвознавства.

Без сумніву, етнодизайн залишить помітний слід в історії українського спротиву й відіграє важливу роль у процесі великої відбудови нашої країни. Він є інструментом збереження та популяризації культурної спадщини, що потребує нових підходів, що відповідають сучасним вимогам дизайнерської практики. Використання комп'ютерної графіки відкриває широкі можливості для адаптації етнічних мотивів до цифрового простору, сприяючи їх впізнаваності в умовах глобалізації.

Висвітлення ролі комп'ютерної графіки у формуванні візуальної ідентичності, заснованої на етнокультурних елементах є головною метою нашого дослідження. Нами було проаналізовано конкретні способи трансформації етнічної символіки у цифровому дизайні та оцінено їх вплив на створення гармонійного візуального образу, зокрема образу ляльки-мотанки. Домінуючий акцент зроблено на практичному застосуванні комп'ютерної графіки у створенні брендингових концепцій. У межах дослідження було

реалізовано комплексний підхід до графічного дизайну, в якому етнодизайн виступає джерелом культурного змісту та творчого натхнення, а цифрові технології — засобом їх візуального втілення.

1.2.Образ ляльки-мотанки в українському етнодизайні

Мистецтво є невід’ємною складовою культурної спадщини будь-якого народу, виконуючи важливу роль у формуванні національної самосвідомості та духовності. Українська культура вирізняється багатством символів і традиційних образів, які передаються з покоління в покоління.

Особливе місце серед них посідають обереги — сакральні предмети з магічною силою, призначені захищати людину від злих впливів, приносити добробут, любов і гармонію, а іноді навіть лікувати. Через це обереги були міцно вплетені у побут, одяг, прикраси та обрядовість наших предків.

У сучасну епоху цифрових технологій постає важливе завдання — зберегти та переосмислити традиції, зокрема практику створення оберегів. Сучасні дослідження наголошують на необхідності звертання до витоків культури, що допомагає не лише зберегти ідентичність, а й глибше зрозуміти символічне значення давніх образів.

Українські обереги становлять унікальний пласт духовної спадщини, який містить знання та вірування багатьох поколінь. Вони виконували захисну функцію, передавалися у спадок і зберігалися у домівках і фольклорі. Найпоширеніші серед них — вишиті рушники, ляльки-мотанки, віночки, писанки, образи калини, дуба, лелеки та інші. Ці, на перший погляд, звичайні речі мали глибокий сакральний зміст і використовувалися в важливі моменти життя, зокрема у складні часи, наприклад під час війни, яка торкнулася української землі. Їм приписували здатність накопичувати енергетику власника, впливати на характер, зміцнювати дух і віру у себе.

Одним із найвідоміших українських оберегів є лялька-мотанка — сакральний символ, який поєднує народну творчість, вірування та символіку. Сьогодні її образ знову набирає актуальності, надихаючи митців і ставши об'єктом досліджень і візуальних експериментів.

Наша дипломна робота присвячена графічному відтворенню образу ляльки-мотанки в авторському стилі. Головна мета — створити серію мистецьких творів, які передають глибину символіки цього традиційного образу, осмислюючи його у сучасному контексті. Такий підхід розширює значення мотанки, роблячи її зрозумілою і близькою для сучасного глядача.

Лялька-мотанка вважається символом душі, охоронцем від зла та провісницею добробуту. Її клали до колиски немовлят для захисту, дарували дівчатам на весілля як знак щасливого шлюбу і плідності. Її виготовляли вручну, без використання голки, з'єднуючи частини вузликами — це надавало їй особливої сили.

Обличчя ляльки залишали без рис, вважаючи, що це забезпечує від негативних впливів. Натомість на обличчі мотали хрест — солярний символ із центральним квадратом, який називали Божим оком. Цей знак мав оберігати людину і оселю, надихати на добрі вчинки. Хрест символізував єдність чоловічого (вертикаль) та жіночого (горизонталь) начал, а їхнє перехрестя — продовження роду.

В українській традиції існували два типи мотанок — із хрестом на обличчі та без нього. І досі точаться дискусії щодо автентичності кожного типу. Водночас мотанка виконує не лише обрядову або декоративну функцію — вона зберігає історію, знання про побут, одяг і звичаї предків. Подібні ляльки існували й в інших культурах — від Єгипту до Японії і народів Америки, де їх використовували в обрядах вигнання хвороб.

Українська лялька-мотанка має глибоке коріння, що сягає часів Трипільської культури. Її берегли у скринях разом із рушниками та сорочками,

передавали з покоління в покоління як символ жіночої сили, материнства та родинного захисту.

Отже, українські обереги — це не лише елементи естетики, а й носії сакральної енергії, відображення вірувань і цінностей народу. Їхнє вивчення, осмислення та популяризація сприяють збереженню національної ідентичності і культурної тяглості, утворюючи своєрідний місток між минулим і сьогоденням.

Авторська інтерпретація в образотворчому мистецтві — це творчий процес переосмислення традиційних образів і символів крізь призму особистого досвіду й світогляду митця. Вона дає змогу гармонійно поєднувати елементи культурної спадщини з актуальними мистецькими тенденціями, створюючи унікальні візуальні форми, що водночас зберігають національну ідентичність і відповідають сучасному художньому контексту. У цьому дослідженні авторська інтерпретація зосереджена на візуалізації образу ляльки-мотанки — символу української культури.

У сучасному мистецькому дискурсі авторська інтерпретація виступає зв'язком між історичними традиціями і новаторськими підходами. Вона дозволяє митцеві не лише переосмислювати спадщину, а й створювати нові символічні мови, які відображають актуальні соціальні, політичні та філософські реалії.

Такий підхід робить мистецтво особистісним і емоційним, виражаючи внутрішній стан художника і його унікальне світобачення.

Однією з ключових рис авторської інтерпретації є її багат шаровий зміст. Художній твір може сприйматися на різних рівнях — від естетичного до глибоко концептуального. Символіка кольору, метафоричність образів, композиція та пластичність форм сприяють формуванню емоційного відгуку глядача і викликають асоціації.

Серед сучасних українських мисткинь особливе місце посідає Марта Пітчук, яка у своїй творчості вивчає та візуалізує народні традиції України. Вона

створила серію робіт, присвячених образу ляльки-мотанки, що поєднують традиційне народне мистецтво та авторський підхід, відображаючи сучасне світобачення художниці. У своїх творах Пітчук підкреслює регіональні особливості мотанок, наголошуючи на їхній культурній цінності й ролі у збереженні національної ідентичності.

До найяскравіших її робіт належать композиції: «Мотанка наречена. Західне Поділля», де весільна мотанка символізує продовження роду та оберіг жіночої долі;

«Мотанка з пелюстками. Західне Поділля», яка акцентує на ніжності, жіночій красі та гармонії з природою через витончені деталі і світлу кольорову гаму;

«Мотанка в хустці. Закарпаття», що втілює образ жінки-берегині, носійки родинних традицій і духовної сили, завдяки фактурним графічним елементам та символічному використанню кольорів;

«Мотанка у свиті. Опілля», де акцент зроблено на традиційному українському вбранні, зокрема свиті, як важливому елементі національного костюма.

Тонке відтворення фактури тканини і візерунків свідчить про глибоке знання етнографічного матеріалу та високу майстерність художниці.

Творчість Марти Пітчук спрямована на збереження і переосмислення української культурної спадщини через призму сучасного мистецького бачення. Її роботи не лише популяризують традицію мотанок, а й надають їй нових змістів і естетичного звучання.

Завдяки глибокому змісту, щирій любові до культури і високому професіоналізму творчість Пітчук набуває особливого значення в сучасному мистецькому контексті, забезпечуючи спадкоємність традицій та їх оновлене сприйняття майбутніми поколіннями.

1.3. Етнічна специфіка у проектуванні соціального плаката

У контексті глобалізації України зростає зацікавлення науковців до української культури. Вітчизняний графічний дизайн, зокрема соціальний плакат, відображає багатогранність культурного життя українського народу. Це виявляється у зверненні до національних, етнічних і регіональних особливостей, що формують унікальну систему образів, символів та цінностей українського плаката.

Із проголошенням незалежності в Україні починається новий етап у розвитку дизайн-проекування: зростає національна свідомість, що активно впливає на зміст і форму соціальних, рекламних та комерційних плакатів.

Науковці, серед яких О. Гладун [6, С.42-48] і В. Косів[7, С.45-49] , досліджують роль національних мотивів у графічному дизайні, зокрема у творах Харківської школи. О.Д. Гладун [6] налізує візуальну мову дизайну в контексті глобалізації, а Косів зосереджується на етнічних моделях другої половини ХХ століття.

А.М. Король [18] розглядає трансформацію етнічних елементів у дизайні, підкреслюючи їхню роль у формуванні іміджу держави.

Для досягнення цілей етнічного дизайну важливо виявити ключові символи, притаманні українській культурі, та проаналізувати зразки візуального вираження національної ідентичності. В історичному контексті особливо значущими стали 1950-ті роки, коли, за П.О. Білецьким [9], почалося активне звернення до народної творчості, що змінило підходи до художнього бачення і змісту мистецтва.

Попри інтеграцію у світову графічну систему, український плакат зберігає самобутній характер завдяки своїй семіотичній структурі, символіці та емоційній насиченості. В. зазначає, що характерними рисами вітчизняного плаката є емоційність, глибоке смислове навантаження і національний колорит.

Сучасний український плакат, за думкою дослідників, поєднує традиційність — звернення до культурної спадщини — з інноваційністю — відкритістю до новітніх форм візуального вираження в умовах глобалізованого світу. Його семіотична функція полягає у формуванні національного образу країни як відображення самоусвідомлення нації.

Національні елементи — архітектурні пам'ятки, історичні місця, традиційний одяг, фольклорні образи — виступають у ролі маркерів національної ідентичності. А.М. Король [18] у своїй праці вводить поняття «етноплакату», що включає фольклор, традиції, менталітет, автентичну культуру та звичаї.

Таке використання етнічних символів сприяє формуванню позитивного іміджу України, посиленню національної гордості, зростанню культурної самосвідомості та консолідації нації.

Графічний дизайн об'єднує мистецтво та техніку, а національні елементи українського плаката, як вказує В. Косів, мають не лише естетичну, а й економічну функцію. Завдяки семіотичному впливу, символи на плакатах впливають на глядача на психофізіологічному рівні.

Аналіз сучасних українських плакатів свідчить про активне використання етнічної символіки — таких як орнаменти вишивки, фрагменти декоративного мистецтва, які можна побачити в оформленні книг, афіш, календарів. Вони візуалізують ключові риси національного характеру — моральність, єдність, патріотизм.

Проте національні образи однієї культури не завжди є універсальними, їх може бути важко зрозуміти представникам інших культур. Так, образ козака є

зрозумілим і значущим символом для українців, але не для іноземної аудиторії. З цієї причини ефективність образу в графічному дизайні визначається не національністю, а здатністю викликати емоційний відгук.

Порівняння з універсальними символами — голуб як знак миру, серце як символ життя, природа як втілення планети — демонструє, що українське мистецтво плаката формує власну систему візуального кодування. У ній ключову роль відіграють декоративно-прикладні елементи, як-от витинанки.

Дослідження М. Станкевич висвітлює використання витинанок у графічному дизайні — як, наприклад, ілюстрації В. Корчинського до повісті «Тіні забутих предків» М. Коцюбинського, де поєднуються традиції гуцульського мистецтва з образами українських казок та міфології. Таким чином, навіть через монохромні засоби витинанки передається національна ідентичність.

Значну роль у становленні національного плаката відіграє Харківська школа графіки. Її представники, зокрема В. Шостя, створюють роботи з виразним етнокультурним змістом. Прикладом є серія плакатів, присвячених пам'яті жертв голодомору, де візуальні засоби слугують нагадуванням про історичну трагедію нації.

Отже, національно-культурна та етнічна специфіка мистецтва українського плакату передбачає наповнення сюжету, форми та композицій плакатів українськими матеріалами (символами, знаками, образами тощо).

Ці засоби є відображенням української ментальності, а тому їх використання у плакаті втілює в собі національно-культурну спрямованість плакату. Сутність національно та етнічної специфіки українського плакату полягає у зверненні до духовної практики українського народу, надбань матеріальної культури, традицій і звичаїв. Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі семіотичної системи національних символів в українському плакаті.

Висновок до розділу I

Сучасний український плакат перебуває на етапі розвитку, поєднуючи глобальні дизайнерські тенденції з національним колоритом. Національно-культурна специфіка виявляється через символи, композиційні рішення, сюжети, що відображають українську ментальність.

В основі етнічно забарвленого плаката — звернення до традицій, духовного досвіду народу й матеріальної культури, що надає йому глибокого ідентифікаційного змісту.

Отже, актуальність етноплаката полягає в тому, що він як жоден інший вид мистецтва розкриває проблему і відображає моральні цінності суспільства.

Результати дослідження надали змогу виявити колосальний вплив екологічного та соціального плакату на формування свідомості соціуму. При цьому, потреба в етноплакатах з часом не вичерпується, як і тематика для їх створення. Шляхом застосування системного підходу зроблено спробу класифікації різновидів плакатного жанру відповідно до тематики та сфери застосування. Все це в подальшому дозволить обґрунтувати наукоємні підходи у дизайні плакату як особливого жанру мистецтва з метою створення та візуалізації найбільш ефективних. Затребуваність в соціумі завжди буде залишатися високою, оскільки цей жанр сучасного мистецтва піднімає глобальні проблеми культурно розвинутого суспільства і працює для покращення життя людей.

РОЗДІЛ II

РОЗРОБКА ЕТНОПЛАКАТИВ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ «МОТАНКА»

2.1. Передача емоційного стану засобами плакатної графіки

Протягом тривалого часу дослідників цікавить вплив візуальних інформаційних носіїв на емоційне та психологічне сприйняття глядача.

Особливу роль у цьому процесі відіграють художньо-виразні засоби, які підсилюють ефективність візуального контакту.

Однією з форм такого впливу є етноплакат — графічний продукт, що виконує як інформативну, так і емоційну функцію, і активно розвивається з початку XX століття.

Етноплакат є масовим засобом візуального мистецтва, який комунікує з глядачем через образ і форму. Його зміст має бути чітким, простим і водночас влучним.

Зазвичай подана візуальна інформація розрахована на короткий час сприйняття, що вимагає від плакату лаконічності та виразності.

З огляду на це, при створенні етноплакату дотримуються низки художніх принципів: глибина простору; обмежена кількість планів; мінімальне використання світлотіней; локальне застосування кольору; силуетна виразність образів.

Найскладнішим завданням для графічного дизайнера є досягнення гармонійності між змістом і формою, щоб плакат залишався зрозумілим і емоційно насиченим.

Завдяки засобам художньої виразності вдається передати атмосферу та настрої події ще до знайомства з її змістом.

Символізм і умовність елементів — важлива складова етноплакату: навіть незначний символ може нести глибоке значення, пов'язане з національною ідентичністю.

У кольоровому вирішенні особливо важливо звернути увагу на контрастність, що розмежовує зображення на теплі та холодні відтінки — це дозволяє передати драматизм історичного моменту.

Наприклад, білий шрифт на чорному тлі назви плакату підкреслює трагізм подій. Уся палітра підібрана гармонійно, без зайвої яскравості або надмірної темряви, що робить плакат виразним навіть на тлі міських стін.

Глядач може інтуїтивно зчитати емоційний контекст і відчувати атмосферу зображеного. Робота плакатиста має потужну емоційну силу.

Навіть якщо глядач не до кінця розуміє задум, він відчуває енергію, закладену в композицію.

Стримана кольорова гама, чіткі лінії, врівноважене компонування та динамічні елементи створюють відчуття плинності часу та життєвого ритму.

Попри відсутність звуку чи руху, плакат завдяки своїй художній мовленнєвості здатен привертати увагу. Якщо ж ця виразність відсутня, то зусилля дизайнера втрачають сенс, і робота не виконує своєї комунікативної функції.

Отже, глибоке розуміння та вміння застосовувати засоби художньої виразності є ключовим у створенні ефективного етноплакату, що емоційно взаємодіє з глядачем і підсилює мистецьку цінність дизайнерської роботи.

2.2. Розробка серії плакатів у межах кваліфікаційного проєкту

Перед початком основної роботи над кваліфікаційним проєктом упродовж двох тижнів тривала підготовка ескізів етноплакатів, що відповідали обраній тематиці. Відбір кращих варіантів здійснювався під керівництвом наукового керівника, серед великої кількості розробок потрібно було обрати лише чотири, які б гармонійно поєднувалися між собою композиційно. Ескізи відрізнялися за типом:

- динамічні,
- статичні,
- двопланові,
- портретні,
- символічні.

Художньо-образне мислення має особливе значення в діяльності сучасного графічного дизайнера, особливо в умовах розвитку цифрових технологій. У поєднанні з відчуттям кольору, пропорцій, композиції та естетичним смаком, здатність мислити образами є ключовою рисою професіонала.

Після ретельного аналізу було обрано по два варіанти з кожної групи: два портретних плакати крупного плану та два динамічні. Усі чотири плакати було вирішено об'єднати єдиним стилем виконання — цифровою графікою — та використанням плавних декоративних елементів у кожній композиції.

Основна функція серії етноплакатів — інформативна: донесення інформації про дати та місця важливих історичних подій.

Тематика, ідея та візуальний стиль залежать від задуму автора. Історичні етноплакати відзначаються зображенням етнічних мотивів, яскравими або, навпаки, темно-контрастними кольорами. За змістом вони є символічними, а за колористикою — насиченими переважно темними відтінками.

Аналогічну композиційну побудову було застосовано під час створення етноплакатів до дизайн-проєкту «Мотанка». Символізм тут виступає як

ключовий засіб візуальної передачі змісту. Образ сакральної мотанки, розміщений у центрі композиції, уособлює головного героя плаката.

Інші етноплакати серії реалізовані за альтернативними композиційними принципами, проте всі об'єднані спільною метою — відтворити та передати історичну пам'ять українського народу засобами сучасного етностилю.

2.3. Створення макету плакатів із використанням сучасних поліграфічних технологій

Сьогодні етноплакат (або постер) є самобутнім різновидом друкованого мистецтва. У процесі його створення використовують векторні графічні програми та якісний друкарський папір, що дає змогу досягти високого рівня дизайнерського виконання. Візуальна основа будь-якого плакату полягає в графічних елементах — лініях, штрихах, крапках і плямах, які формують цифрове зображення.

Для створення серії плакатів, присвячених фільмам, було використано програму Adobe Illustrator — популярний векторний редактор від Adobe, поряд із відомим Photoshop. Основне призначення Illustrator — створення ілюстрацій, банерів, плакатів, візитівок тощо у форматі векторної графіки. Завдяки широкому функціоналу, у цій програмі також зручно макетувати журнали, розробляти логотипи та оформлювати інтерфейси сайтів. Особливістю Illustrator є робота з кривими, а не пікселями, що дозволяє з легкістю трансформувати будь-який об'єкт у векторну форму з точними координатами.

У процесі розробки етноплакатів застосовувався принцип поєднання окремих кольорових фігур у композицію. Високу деталізацію можна спостерігати, зокрема, у великому зображенні голови головної героїні — «Мотанки». Для зручності роботи використовувалася функція «групування елементів»: об'єднавши всі компоненти голови в один шар, далі було простіше працювати з іншими частинами зображення.

Одним із викликів у створенні зображень із численних дрібних кольорових елементів було складне орієнтування у шарах — знайти потрібний об'єкт серед інших було доволі непросто. Щоб уникнути втрати елементів, деякі з них тимчасово розміщувалися поза межами монтажною областю (яка в програмі має вигляд білого аркуша).

Усі елементи плакатів мають чіткі контури. Щоб пом'якшити візуальне сприйняття зображень із яскраво вираженими кривими, фон із історичними мотивами було зроблено розмитим.

Завдяки функції «прозорість» стало можливим промальовувати обличчя героїв, накладаючи фотографії поверх векторних шарів. Рівень прозорості змінювався від 100% до 15%, що дозволяло точно адаптувати криві до контурів зображення. Прозорість використовувалася не лише для роботи з обличчями, а й в інших частинах етноплакатів. Зокрема, у роботі «Трипільська мотанка» цей ефект було застосовано для створення історичного тла на задньому плані.

Кожен плакат мав індивідуально підібраний шрифт, максимально наближений до оригінального стилю. Для серії було обрано шрифт MS Gothic з кеглем 65 pt. Після видалення зайвих елементів зображення остаточно редагувалося та приводилось до завершеного вигляду.

Наразі поліграфічні підприємства активно співпрацюють з університетами, комерційними брендами, корпораціями та рекламними агентствами. У повсякденному житті людина може й не помічати, наскільки багато навколо — і на вулиці, і в приміщеннях — є прикладів поліграфічної продукції, результатів роботи дизайнерів. Наприклад, проходячи повз розважальні комплекси на кшталт Jump City чи кінотеатри Multiplex, ми бачимо різноманітні постери та афіші. Якщо підійти ближче, можна розгледіти навіть найдрібніший шрифт.

Щоб інформація на плакаті залишалась читабельною, велике значення має якість широкоформатного друку. Цей тип друку забезпечує високу деталізацію та чудову якість зображень великого розміру. Результат залежить як від графічної програми, у якій створювався макет, так і від технічних характеристик принтерів і плотерів.

Серед широкоформатних принтерів вирізняють чотири основні типи: лазерні, фотонні, струменеві, термотрансферні.

Для друку серії етноплакатів у межах кваліфікаційного проєкту був обраний фотонний принтер, що дозволяє створювати великоформатні відбитки на фотопапері.

Після завершення макетування у графічній програмі потрібно визначитися з колірною моделлю, у якій буде збережено зображення. Зазвичай дизайнери обирають модель **СМУК**, оскільки саме вона відповідає більшості стандартів поліграфічного друку. До її складу входять чотири кольори: блакитний (Cyan), пурпурний (Magenta), жовтий (Yellow) та чорний (Key/Black). Однак, незважаючи на широке застосування цієї моделі, вона має суттєве обмеження колірного охоплення порівняно з **RGB** (Red, Green, Blue), яка використовується для екранного відображення. Через це надруковані зображення можуть відрізнятися за кольором від того, що дизайнер бачив на моніторі. Щоб уникнути подібних розбіжностей, дизайнер має не лише володіти графічними програмами, а й розуміти принципи поліграфії.

У ході співпраці з місцевою друкарнею було прийнято рішення зберігати готові постери у форматі СМУК. Також було погоджено вибір матеріалу для друку. Існує низка основ для широкоформатного друку: глянцевий, матовий, самоклеючий папір, пластик, полотно, фотопапір, банерна тканина тощо.

Для реалізації проєкту було обрано матовий фотопапір — він не відблискує, має гладку поверхню, зберігає чіткість ліній і точність кольорів, максимально наближених до зображення на екрані. Матеріал досить щільний і забезпечує якісне відтворення візуального образу.

Основною перевагою використання фотонного принтера стала висока швидкість друку — усі чотири етноплакати були виготовлені менш ніж за годину.

Висновки до розділу II

У процесі реалізації кваліфікаційного проекту було створено серію етноплакатів. Щоб забезпечити високу якість зображень, робота виконувалася в графічному редакторі Adobe Illustrator. Завдяки широкому інструментарію програми вдалося реалізувати плакати, які успішно передають основну концепцію дослідження.

Після аналізу прикладів аналогічної тематики була сформована композиційна структура власних плакатів, що ґрунтувалася на ескізних розробках. Для кожного плаката індивідуально підібрано шрифт і кегль, що найкраще відтворює атмосферу оригінальних кінопостерів.

Після завершення макетування розпочався пошук відповідної поліграфічної студії для друку. Всі файли збережено у колірному просторі СМУК для коректного виводу зображення. Друк здійснено методом широкоформатного друку за допомогою фотонного принтера на матовому фотопапері формату А2. Готові роботи було оформлено в металізовані рами.

РОЗДІЛ ІІІ

РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ДЛЯ МАГАЗИНУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕТНІКИ «МОТАНКА»

3.1 Проектно-пошуковий етап та формування технічного завдання

Розробка айдентики у нас пройде через кілька етапів, які можна коротко описати. При створенні айдентики нам важливо приділяти належну увагу емоційному контексту, який може впливати на сприйняття бренду користувачами.

Перед тим як розпочати роботу над проектом, ми проаналізували технічне завдання. Спеціальну увагу було приділено саме контексту розробки, що включає платформу, для якої створюється айдентика, а також інтерфейсу та методам взаємодії. А також важливо зрозуміти, яким чином користувачі будуть знаходити цей контент і скільки часу вони приділять йому.

Для успішної співпраці необхідно нам активно обговорити образи, стилі та референси, і забезпечити клієнта взаємодією з концепцією дизайнера та побажаннями замовника. Створення докладного портрету цільової аудиторії визначається як важливий етап у формулюванні завдання.

Розглянемо ключові критерії для початку розробки технічного завдання. Детальний опис завдання, включаючи інформацію про продукт, цільову аудиторію та очікуваний результат.

Загальні вимоги, що визначають творчі функції, такі як кольори, шрифти, елементи.

На першому етапі розробки логотипу було проаналізовано уподобання до стилю для магазину української етніки «Мотанка». Основні вимоги як етнічні шрифти та кольори, орнаменти мотанки та вишиванки.

Також слід зазначити відмінність мотанки від звичайних ляльок. Мотанка немає обрисів обличчя, воно в неї перемотане. Обличчя представлене з переплетення різнобарвних мотузків, часто у вигляді хреста який вважався

оберегом. Тому хрест є невід'ємною частиною мотанки. Невід'ємною частиною також є виготовлення індивідуальних етнічних ескізів наприклад: мотанка , елементи вишиванки, патріотична символіка та інше.

Вузька аудиторія люди які цікавляться етнічністю, українською культурою Розглянемо завдання на створення фірмового стилю для салону української етніки «Мотанка». Визначимо елементи, які має включати майбутній корпоративний стиль: логотип, візитка, фірмовий бланк, конверт, подарункові сертифікати, печатка, блокнот, іконка інтернет сторінок, форма працівників, тестування з ефектом техніки друку, на сувенірному об'єкті та на зовнішньому об'єкті. Важливо, щоб дизайн вирізнявся нестандартністю, тому важливо використовувати оригінальні комбінації форм і кольорів.

Після докладного вивчення завдання, було розпочато роботу над етапами створення дизайну, починаючи з етапу збору інформації. На цьому етапі проводиться пошук існуючих аналогів та референсів, розробляються візуальні концепції для подальшого використання у створенні дизайну. Референси можуть представляти собою будь-які візуальні зображення, як статичні, так і динамічні.

У ході дослідження в якості референсів служили логотипи та айдентика подібних брендів. Також було розглянуто дизайнерські системи, що були розроблені в стилі, обраного для проекту. Ці приклади є результатами роботи інших дизайнерів, які спеціалізуються на створенні айдентики.

У проєкті було використано обмежену кількість інструментів, таких як колір, шрифт, графіка і інші, для того щоб вдало передати складний стиль. Важливо пам'ятати, що обраний стиль- українська етніка. Для оформлення дизайн проєкту було використано прийом, який досить яскраво характеризує стиль мінімалізм. Для логотипу було обрано мінімалістичний шрифт, що нагадує незвичайні, технологічні шрифти із засічками

Перший варіант логотипу у стилі мінімалізм Для підтримки цього стилю використовуються яскраві кольори, такі як червоний, білий та чорний. Конструкції мають досить геометричний та мінімалістичний вигляд. Оскільки

логотип є ключовим елементом айдентики, етап відбору відповідного матеріалу для нього вже успішно завершено. Після аналізу різноманітних аналогів від зарубіжних і вітчизняних дизайнерів можна впевнено стверджувати, що, на жаль, вітчизняні фахівці відстають від своїх західних колег. Це пояснюється тим, що вітчизняні дизайнери недостатньо експериментують у своїх творіннях, що призводить до того, що дизайни айдентики часто виглядають схоже.

Після ретельного вивчення вимог і рекомендацій, було визначено кілька ключових аспектів.

По-перше, надання переваги стилю української етніки, який повинен чітко відображати цей напрямок. Таким чином, у рамках проекту будуть використані складні композиції, шрифти та дизайнерські підходи

Такий стиль дозволяє зберігати зрозумілість і ясність, щоб ефективно передавати настрій і цінності бренду через зручні канали сприйняття.

Бренд, для якого розробляється айдентика, називається «Мотанка», тому маємо намір зробити акцент на написі, надаючи можливість експериментувати з композицією логотипу. Також слід звернути увагу на ще один елемент мотанки—хрест. Грецький хрест відрізняється лініями рівної довжини, що перпендикулярні одна одній і перетинаються у середині. Цей символ визначається як вияв смирення, уявлення волі людини у Христі (горизонтальна лінія), яка перетинається з Божественною (вертикальна лінія).

Це може вказувати на спрямованість уваги на глибину та внутрішній світ особистості. Також саме хрест на обличчі мотанки вважається оберегом. Суттєво розглядати, як ілюстрація хреста вписується в загальну композицію логотипу. Крім того, при розробці логотипу важливо створити щось унікальне, щоб виділити магазин серед конкурентів. Наступним кроком у підготовці до основної роботи над дизайн-проектом є розробка ескізів майбутнього дизайну.

3.2 Основні композиційно-стилістичні рішення

Ідентичність бренду виявляється набагато важливішою, ніж може здатися на перший погляд, і це не лише логотип чи набір графічних та дизайнерських прийомів, які бренд використовує на певний період часу. Щодо логотипу, було вирішено використовувати назву магазину «Мотанка», а основним елементом став малюнок мотанки. цьому графічному елементі. Концепція мотанки стала символом свідомості, спостережливості та мистецтва.

Логотип вважається ключовим елементом корпоративного стилю, і для багатьох брендів він є вирішальним, оскільки відображає їхню унікальність. В загальному розумінні логотип- це обличчя бренду. Проте логотип був розроблений з визначеними кольорними палітрами і розмірами, щоб легко адаптуватися до різних дизайнерських контекстів. У класичному варіанті логотипу відсутні додаткові декоративні елементи, за винятком горизонтальних ліній, що складають частину логотипу.

У логотипі використовуються білий та чорний кольори, а також елемент вишивки. Золотистий визначається як емоційно насичений колір, пов'язаний з пристрасстю, "життєвою силою", мужністю і т. д. Білий колір асоціюється з чистотою, свіжістю та нейтральністю, створюючи враження відкритості та чистоти. Чорний колір асоціюється з елегантністю, могутністю і владою, створюючи враження розкоші та преміум-класу. Чорний також використовується для створення контрасту та підкреслення важливих елементів дизайну.

Шрифт відіграє важливу роль у передачі інформації та в поліпшенні візуального вигляду проекту. Безпосередньо на плакатах, вивісках магазинів, упаковці товарів, веб-сайтах чи мобільних додатках неправильний вибір шрифту може має негативний вплив на впізнаваність продукту. З іншого боку, правильно підібраний шрифт може звернути на себе увагу цільової аудиторії ще до того, як вона дізнається про продукт компанії. Тому важливо уважно вибирати шрифт, який викликає потрібні асоціації та гармоніює з брендом. Для логотипу було використано каліграфічний та Padyakke Expanded One шрифт який відноситься

до акцентованих шрифтів і є досить нестандартним, відповідаючи характеру закладу. Лінії, вигини та незвичайні форми цього шрифту створюють необхідну атмосферу.

Важливо зауважити, що букви в даному випадку деформовано для поліпшення існуючої версії та надання їй індивідуальності. Рисунок 2.6–каліграфічний та Padyakke Expanded One шрифти.

Обрання кольорів для айдентики має велике значення. Особливо це стосується створення фірмового стилю бренду, оскільки кольори відіграють важливу роль у його визначенні. Зазвичай бренд вибирає свій фірмовий колір під час розробки айдентики і залишається вірним йому. Це рішення призначене для того, щоб виділитися від конкурентів і залишатися в пам'яті споживачів. Кольорова палітра бренду охоплює використання кольорів у всій графіці, від логотипу до веб-сайту.

Зазвичай вона обмежується двома-шістьма кольорами. При створенні айдентики для продукту, що вирізняється серед конкурентів, рекомендується використовувати яскраву та нестандартну колірну гамму. Це допоможе не лише виділити продукт серед конкурентів, але й сформувати власний унікальний стиль. Вибір кольорів також повинен враховувати психоемоційний вплив на потенційного покупця. Логотип було вирішено змінити через те що попередні варіанти не відповідали концепції бренду.

Для фінальної варіації логотипу було вирішено використовувати більш етнічний шрифт та елементи логотипу з додаванням готичного стилю

Для більшої етнічності було вирішено додати знак мотанки начебто вишивка яка добре поєднується з текстом «Мотанка». Фінальний варіант логотипу був розроблен в стилях української етніки та готикою що відповідає назві та сфері магазину етніки.

3.3. Тестування айдентики та елементів фірмового стилю для магазину української етніки «Мотанка»

Брендова ідентичність ґрунтується на асоціаціях, оскільки при згадці назви компанії або бренду користувачі миттєво створюють візуальні уявлення. Швидке сприйняття візуальної інформації людським мозком підкреслює важливість простоти ідентифікаційного знаку, який має залишити яскравий слід в пам'яті. Проте водночас важливо, щоб він мав достатню кількість фірмових елементів та прийомів, оскільки базових складових ідентичності може виявитися недостатньо.

Таким чином, акцент робиться на розробці додаткових компонентів ідентичності. У процесі створення ідентичності для магазину української етніки «Мотанка» важливо враховувати унікальність та виразність дизайну, а також зосереджуватися на основній меті бренду – розширенні та підвищенні рівня впізнаваності. Тому вирішальним фактором є розробка основних елементів ідентичності, які будуть гнучкими та легко запам'ятовуватися. Дизайн фірмового стилю є одним з найпотужніших рекламних інструментів і каналів комунікації між брендом і його цільовою аудиторією. Відповідно численним маркетинговим дослідженням, споживачі вибирають товари, які мають особливо привабливий зовнішній вигляд. Носіями фірмового стилю є об'єкти, які містять фірмову графіку. Ці об'єкти можуть бути як матеріальними, так і нематеріальними (цифровими). Дизайн повинен добре виглядати на медіа, яке клієнт бачить весь час. Зазвичай, носії вибираються до розробки фірмового стилю. Серед елементів фірмового стилю було опрацьовано візитну картку, фірмовий бланк та конверт, тощо.

Центральний елемент логотипу сама мотанка в спрощеній формі, начебто вишивка. Для більш гнучкого використання на різних елементах айдентики логотип розроблено в трьох фірмових кольорах такі як: чорний, темно синій та молочний.

Форма працівників для магазину української етніки «Мотанка» повинна бути зручною, унікальною та відповідати бренду. Для форми працівників було обрано оверсайз футболки для зручності роботи з клієнтами.

Футболки були розроблені в фірмових кольорах. Для матеріалу футболки було вирішено обрати 100% бавовни для зручності у використанні. Спереду футболки по центру був розміщений логотип магазину «Мотанка».

Для магазину української етніки «Мотанка» було розроблено декілька варіантів аватару інтернет сторінок у фірмових кольорах.

Використання аватару в соцмережі «Інстаграм» Логотип магазину української етніки «Мотанка» був розроблений до волі впізнаним, тому було обрано для іконок інтернет сторінок використовувати саме його, доповнюючи іконку описовою частиною про магазин української етніки на інтернет платформах. Фінальним етапом розробки айдентики для магазину української етніки «Мотанка» було проведення тестування на трьох об'єктах таких як:– стікери (тестування з ефектом техніки друку);– сумка шоппер (тестування на сувенірному об'єкті);– вивіска салону (тестування на зовнішньому об'єкті).

Розглянемо перше тестування з ефектом техніки друку. В першому варіанті було розроблено базову сумку-шоппер із фірмових кольорів з логотипом магазину по центру, а в другому було використано патерн з фірмовим знаком. Сумка-шоппер має корисну функцію та може бути гарною сувенірною продукцією магазину. Шоппер можна використовувати повсякденно, наприклад для покупок, що буде створювати додаткову рекламу.

Останнім розглянемо тестування на зовнішніх об'єктах. Вивіска салону це важливий елемент, вона має привертати увагу можливих клієнтів.

Зовнішня айдентика салону Для вивіски етномагазину були обрані чорний та білий кольори. На вивіску було вирішено розмістити саме логотип який не вимагає додаткових змін, тому що в ньому одразу надається інформація про товари магазину. Інші засоби для передачі дизайну мають своє значення, оскільки вони впливають на розпізнавальність бренду та його імідж.

Висновки до розділу III

Отже, під час написання кваліфікаційної роботи було досліджено етнічну специфіку українського етноплакату, яка передбачає наповнення сюжету, форми та композицій плакатів українськими матеріалами (символами, знаками, образами тощо), а також глибоко проаналізовано поняття «айдентики», «фірмового стилю» та «брендингу». Сутність національно та етнічно маркованої специфіки українського етноплакату полягає у зверненні до духовної практики українського народу, надбань матеріальної культури, традицій і звичаїв.

Було виявлено що айдентика більш широке поняття, що включає в себе багато візуальних елементів які створюють цілісність та впізнаваність бренду.

У першому розділі аналізуються основні аспекти етностилю в сучасному дизайні. Було проведено аналіз історіографії виникнення та розвитку етноплакату, а також вивчено процес виникнення етностилю.

У другому розділі досліджувалися основні принципи графічного дизайну, включаючи стиль, композицію, психологію кольору, акценти, контраст і шрифти. Також проводилась розробка елементів фірмового стилю для магазину української етніки «Мотанка» та відповідних медіа: створення та адаптація логотипу, вибір фірмових шрифтів, колірної палітри та фірмової графіки. Це охоплювало дизайн логотипу, візитівки, фірмового бланку, конверту, подарункових сертифікатів, печатки, обкладинки, іконки інтернет сторінок, форми працівників тощо.

Ключовими складовими айдентики є логотип, фірмові кольори та шрифти. Усі вимоги та обмеження, пов'язані з початковою концепцією, були враховані під час розробки айдентики. Після вивчення зарубіжних та вітчизняних аналогів айдентики, історичних даних і правил дизайну. а також розробки фірмового стилю для магазину української етніки «Мотанка», можна зробити висновок, що брендинг є важливим компонентом для будь-якої компанії, спрямованої на підвищення впізнаваності, лояльності та обсягу продажів.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження стильової еволюції етноплакату як окремого виду мистецтва можна сформулювати такі висновки:

Протягом історії видовищний плакат зазнавав численних трансформацій під впливом історичних подій, що спричинили формування нових етностилів, зокрема в українському культурному контексті. Аналіз теоретичних джерел підтверджує актуальність етноплакату як об'єкта вивчення у сфері культури, мистецтва та дизайну.

Водночас варто зазначити, що вітчизняна наукова спільнота приділяла недостатньо уваги цій темі, особливо в період 1950–1960-х років, коли плакат виконував, насамперед, функції пропаганди.

У першому розділі роботи проаналізовано історичні стилістичні зміни в розвитку плакатного мистецтва, розкрито зміст ключових понять, таких як плакат, афіша, постер тощо. Особливу увагу приділено аналізу українського кіноплакату ХХ століття, що виникав попри наслідки війни й окупації, але завдяки зусиллям творчої інтелігенції пережив період розквіту. Було засновано низку мистецьких об'єднань, шкіл і груп.

Також у першому розділі розглянуто творчість закордонних митців, які зробили вагомий внесок у розвиток світового плакатного мистецтва.

Другий розділ присвячено технічним аспектам створення етноплакатів: аналізу програмного забезпечення та поліграфічним умовам перенесення цифрового зображення у друковану площину. Після вибору кольорової моделі та формату збереження файлів, було розпочато фінальний етап проектування серії кіноплакатів.

Описано ключові інструменти та функції графічного редактора, за допомогою яких створено чотири постери. Для кожного з них підібрано відповідний етностиль: кольорову палітру, композицію, масштабність та розміщення персонажів.

Підсумовуючи результати дослідження розвитку українського плакатного мистецтва й практичного виконання авторських робіт, можна зробити висновок: діяльність графічних дизайнерів та плакатистів залишається затребуваною й актуальною у вирішенні сучасних культурних викликів.

Успішність створення кіноплаката значною мірою залежить від креативного мислення та естетичного смаку дизайнера. Характерні риси, як-от динамічні лінії, контрастна, але виважена палітра кольорів, гармонійна композиція — здатні занурити глядача у світ художньої фантазії.

Професійно виконані етноплакати мають сильний емоційний вплив і здатні формувати культурний простір суспільства. Творчість графічного дизайнера є важливим чинником у комунікації сучасної культури.

У межах роботи було реалізовано наступні завдання:

- досліджено соціальний плакат у його історичному й сучасному контексті;
- проаналізовано етапи створення плаката з точки зору дизайнерської методології;
- визначено принципи сприйняття плакатної графіки;
- проведено аналіз екологічно орієнтованих плакатних розробок;
- створено концепцію авторського проєкту;
- здійснено пошук та розробку візуальної концепції;
- виконано серію соціальних плакатів;
- обґрунтовано вибір програмного забезпечення для реалізації;
- визначено технічні аспекти друку створених матеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейканіч А.І. Антологія українського плаката першої третини ХХ століття. Косів: Видавничий дім «Довбуш», 2012. 120 с. URL: https://uartlib.org/downloads/PlakatAntology_uartlib.org.pdf (дата звернення 07.02.23).
2. Андрейканіч А.І. Визначення поняття плаката, його види та жанри : Вісник Закарпатського художнього інституту. 2014. С.134–138. URL:http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%9674007/2014/5 (дата звернення 18.03.23)
3. Артемьева І. С., Вершинін В.М., Петухова Т. А. Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи з проєктної графіки (плакат) для здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем зі спеціальності 015 Професійна освіта (Дизайн). Одеса, 2021. 46 с. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/13064/1/Petukhova%20Tet%D1%96ana%20Anatoliivna%202021.pdf> (дата звернення 11.05.23)
4. Будник А.В. Українські шрифти у видовищному плакаті першої третини ХХ століття. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. 2015. №5. С.12–16 URL: <http://www.visnik.org.ua/pdf/v2015-05-02-budnik.pdf> (дата звернення 25.01.23)
5. Будник А.В. Формування національної специфіки українського видовищного плакату кінця ХІХ – першої третини ХХ століття: 36 Мистецтвознавчі

- записки. Київ, 2015. Вип. 28. С. 152-160. URL:
http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Mz_2015_28_18 (дата звернення 19.02.23)
6. Гладун О.Д. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України / О.Д. Гладун // Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтва. – № 5. – 2009. – С. 42-46.
7. Гладун О.Д. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України / О.Д. Гладун // Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії : Зб. наук. пр. – 340 К.: ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2007. – Вип. 7. – С. 45-49.
8. Гладун О.Д. Харківська школа графіки (друга половина ХХ століття) [Текст]: дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.05 / Гладун Ольга Дмитрівна; Харківська держ. академія дизайну і мистецтв. – Х., 2005. – 192 арк.+ арк. 193-367 дод.
9. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо проектної культури: Монографія. – Харків: ХДАДМ; Колорит, 2005. – 244 с.
10. Даниленко В. Майбутнє європейського дизайну / В. Даниленко. — Х. : «Колорит», 2007. — 197 с.
11. Дмитренко М.К. та ін. Словник символів культури України. Київ, 2005.
12. Друк плакатів: як правильно підготувати макет: веб-сайт. 2019. URL:
<https://vpm.rv.ua/uk/statti/druk-plakativ-yak-pravylno-pidgotuvaty-maket> (дата звернення 15.05.23)
13. Інструменти в Illustrator: веб-сайт. URL:
<https://helpx.adobe.com/ru/illustrator/using/tools-in-illustrator.html> (дата звернення 12.05.23)

14. Інструменти малювання в Adobe Illustrator: веб-сайт. URL: <https://expert-polygraphy.com/instrumenty-risovaniya-v-adobe-illustrator> (дата звернення 12.05.23)
15. Калашнікова О.А. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плаката): автореф. дис. канд. мистецтвознав: 17.00.07 / О.А. Калашнікова; Харк. держ. акад. дизайну і мистец. – Х., 2011. – 20 с.
16. Колірна модель СМҮК: веб-сайт. 2020. URL: <https://cases.media/article/kolirna-model-smuk> (дата звернення 15.05.23)
17. Королевский В.М. Етнічні мотиви у сучасному українському плакаті / В. М. Королевский // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. – 2011. – № 2. – С. 116-118.
18. Король А.М. Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні [Електронний ресурс] / А.М. Король. – Режим доступу: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/handle/6789/1720>
19. Кульчицький П. Світовідчуття українця. Українська душа. Київ, 1992.
20. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии) / В. Лесняк. — К. : Биос Дизайн Букс, 2009. — 416 с. 213 Етнографічні інтерпретації у творчості молодих вітчизняних фахівців графічного дизайну
21. Максимішин А. Плакат, афіша, постер, принт: походження термінів, специфіка використання. 2017. С.79–83. URL: https://ephd.cz/wpcontent/uploads/2017/ephd_2017_3_3/13.pdf (дата звернення 25.01.23).
22. Плакат як вид прикладної графіки: веб-сайт. 2020. URL: <https://referatss.com.ua/work/plakat-jak-vid-prikladnoi-grafiki/> (дата звернення 12.05.23) 38
23. Руденченко А. А. Теоретичні і методичні засади навчання етнодизайну

- студентів у вищих мистецьких навчальних закладах: Дисертація доктора педагогічних наук: 13.00.02/ Інститут обдарованої дитини НАПН України. Київ, 2017. 42 с.
24. Сиваш І. О. Мистецтво етнодизайну в художній культурі України ХХ – початку ХХІ ст: Дисертація кандидата мистецтвознавства: 26.00.01/ Національна академія керівних кадрів культури і мистецтва. Київ, 2019. 210 с. 7 с.
25. Типи композиції в графічному дизайні: веб-сайт. 2021. URL: <https://cases.media/article/tipi-kompoziciyi-v-grafichnomu-dizaini> (дата звернення 10.05.23)
26. Тканко О.Д. Львівська школа моделювання костюма: традиції, здобутки, проблеми / О.Д. Тканко // Вісник ХДАДМ. — Х. : ХДАДМ, 2007. — № 8. — С. 128-132.
27. Удріс-Бородавко Н. Етнодизайн в Україні: точка біфуркації відбулася. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. Київ. 2020. Том 3 № 2. С. 28–36.
28. Українське мистецтво альбом. Київ : 2004. 16 с.
29. Шевченко В. Я. Композиція плаката. Навчальний посібник. Харків. Видавництво «Колорит», 2004. С. 5–123 URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Shevchenko_Volodymyr/Kompozytsia_plakata.pdf?PHPSESSID=1sstsjsibqobhufgspl8fihff0 (дата звернення 07.05.23)
30. Що таке широкоформатний друк: веб-сайт. URL: <https://forwardprint.com.ua/ua/chto-takoe-shirokoformatnaya-pechat> (дата звернення 14.05.23)
31. Шмига Ю.І., Символи та архетипи у рекламі. Актуальні питання масової комунікації, Вип. 4. Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2003.

32. Шрифти та оформлення: веб-сайт. URL:
<https://helpx.adobe.com/ru/illustrator/using/fonts.html> (дата звернення 12.05.23) 3

ДОДАТКИ

ДОДАТКИ А



Рис. 1. Розпис гільзи з зображенням мотанки



Рис. 2. Авторська Мотанка «Берегиня»



Рис. 3. Авторська Мотанка «Оберег»



Рис. 4. Авторська Мотанка «Мрійниця»



Рис. 5. Авторська Мотанка «Оберіг добра»



Рис. 6. Авторська Мотанка «Біль Охматдит»



Рис. 7. Авторська Мотанка «Родючість»



Рис. 8. Авторська Мотанка «Людолобний»



Рис. 9. Розпис гільзи з зображенням мотанки

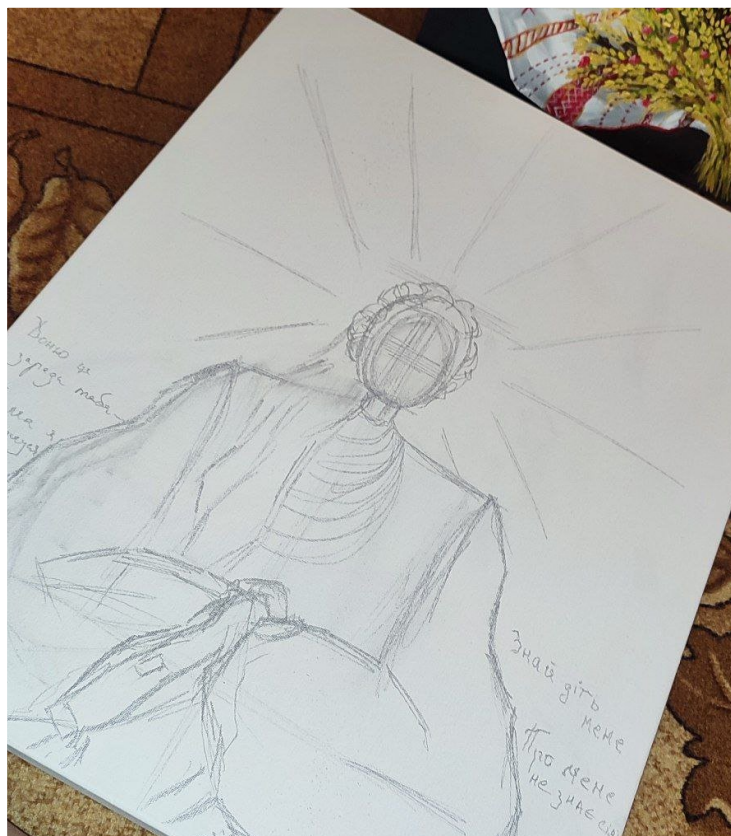


Рис. 10. Макетна частина картини «Війна в Україні»

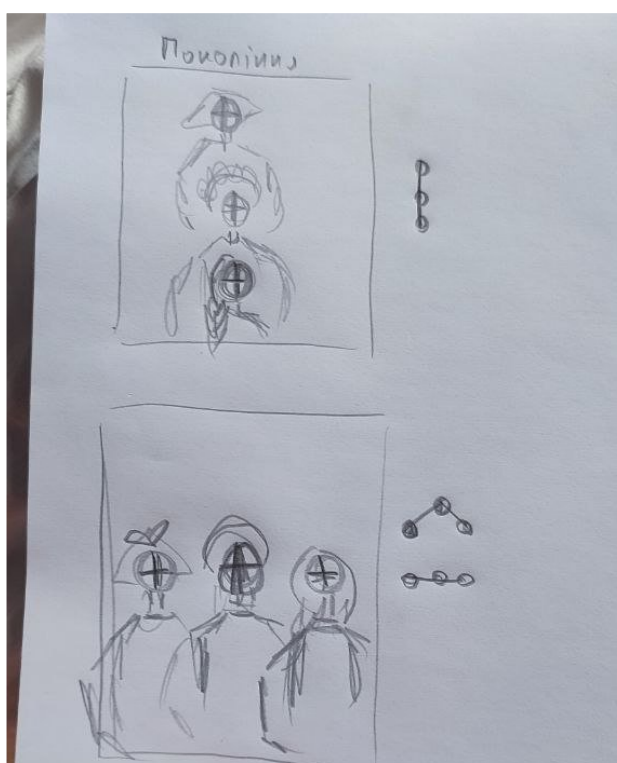


Рис. 11. Пошук композиційних рішень



Рис. 12. Макетна частина картини в кольорі «Війна в Україні»



Рис. 13. Готова картина «Війна в Україні»



Рис. 14. Макетна частина картини в кольорі «Покоління»



Рис. 15. Готова картина «Покоління»



Рис. 16. Готовая картина «Мотанка-Маланка»



Рис. 17. Процес створення «Мотанка-Маланка»



Рис. 18. Пошук композиції для плакату



Рис. 19. Пошук композиції для плакату



Рис. 20. Пошук композиції для плакату



Рис. 21. Пошук композиції для плакату



Рис. 22. Готовий плакат

«ЗАШЕПЧИ СИЛОЮ ПРАЩУРІВ, ХАЙ ВОРОГ ВІДЧУЄ ТВІЙ ГНІВ...»



Рис. 23. Готовий плакат «ЗОЛОТА ПІСНЯ МОЇХ ПРЕДКІВ»



ЧЕРЕЗ МАСКУ-ОБРАЗ,

ЧЕРЕЗ ЗІРКУ -ШЛЯХ МОТАНКА-МАЛАНКА

Рис. 24. Готовий плакат

«ЧЕРЕЗ МАСКУ-ОБРАЗ, ЧЕРЕЗ ЗІРКУ ШЛЯХ МОТАНКА-МАЛАНКА»



ДУХ ПРАМАТЕРІ РОДУ, ЙОГО ХРАНИТЕЛЬКИ

Рис. 25. Готовий плакат

«ДУХ ПРАМАТЕРІ РОДУ, ЙОГО ХРАНИТЕЛЬКИ»

ДОДАТКИ Б

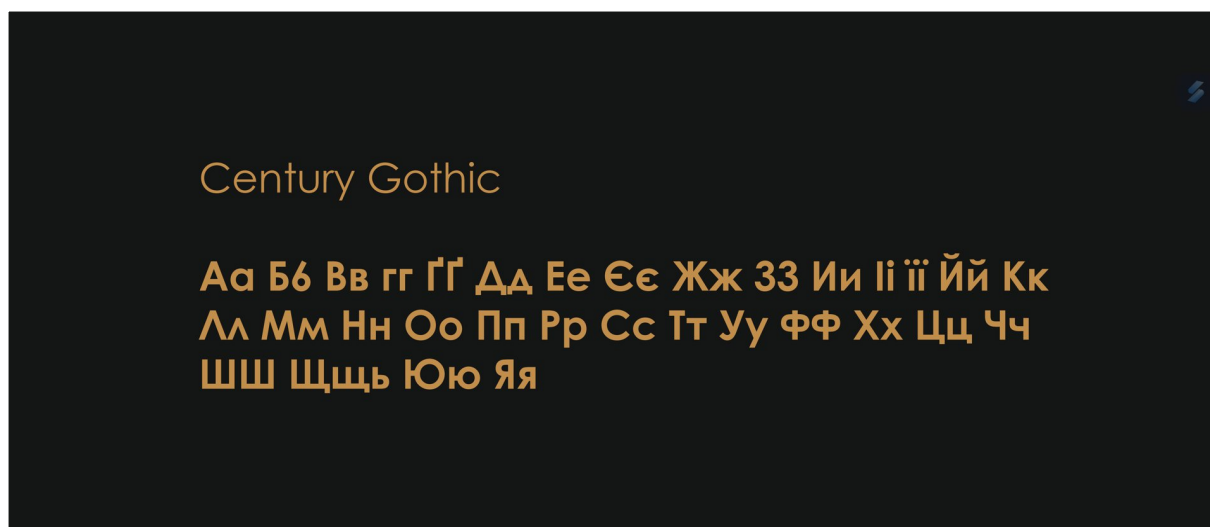


Рис. 26. Шрифт бренду «МОТАНКА»



Рис. 27. Створення двох логотипів для бренду «МОТАНКА»



Рис. 28. Торгова марка бренду «MOTANKA»

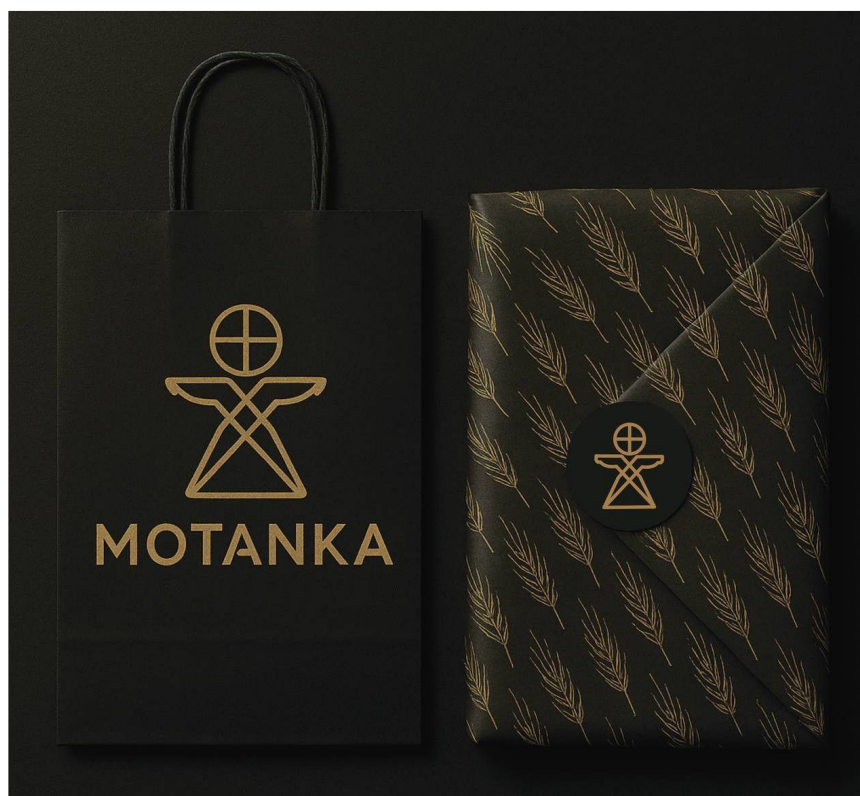


Рис. 29. Пакування бренду «MOTANKA»



Рис. 29. Футболка бренда «MOTANKA»