

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж

Циклова комісія дизайну

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова циклової комісії

10 жовтня 2026 року

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи (проєкту)

фахового молодшого бакалавра

на тему: Дизайн серії плакатів «Черкаси історичні»

Виконала студентка групи № 1Д-22

за спеціальністю 022 «Дизайн»

Надія ТЕСЛЕНКО

Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту)

Валентина МУЗИЧЕНКО

Робота захищена _____ з оцінкою 75
Протокол ДКК № 1/2 від 23.06.2026

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

Студент фп
Підпис

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ	5
1.1. Визначення та функції плакату	5
1.2. Історичний розвиток плакату	6
1.3. Значення плакату у культурному просторі	8
1.4. Аналіз аналогів	9
РОЗДІЛ II ОПИС ПРОЄКТНОЇ ЧАСТИНИ	21
ВИСНОВКИ	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
ДОДАТОК	27

ВСТУП

В сучасному світі візуальна комунікація відіграє ключову роль у формуванні культурної ідентичності та популяризації історичної спадщини. Плакатна графіка, як один із найвиразніших засобів дизайну, здатна не лише інформувати, але й створювати емоційний зв'язок між глядачем та об'єктом зображення.

Місто Черкаси має багату історію та архітектурну спадщину, яка потребує сучасного осмислення та репрезентації. Створення серії плакатів, присвячених історичним архітектурним символам міста, є актуальним завданням, адже воно сприяє збереженню культурної пам'яті, формуванню позитивного іміджу та розвитку туристичної привабливості регіону.

Метою даної роботи є розробка серії плакатів, що поєднують історичні архітектурні образи з сучасними дизайнерськими прийомами, забезпечуючи гармонійне поєднання традицій та сучасності.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити загальні відомості про плакат та особливості плакатної графіки як засобу візуальної комунікації;
- проаналізувати історичні архітектурні символи міста Черкаси;
- зібрати аналоги і здійснити порівняльний аналіз робіт у сучасній плакатній графіці;
- розробити єдину стилістичну концепцію серії плакатів, визначити головні елементи та створити центральну композиційну ідею;
- обґрунтувати вибір кольорової палітри, композиційних рішень та типографій;
- створити серію плакатів, визначити їх практичне значення для культурного та туристичного розвитку міста.

Об'єктом дослідження в даному проєкті є плакатна графіка як вид візуальної комунікації, що виконує культурну, інформаційну та естетичну функції у суспільстві. Плакат розглядається не лише як художній твір, але й як

інструмент формування іміджу міста, засіб популяризації його архітектурної спадщини та культурних символів. У цьому контексті плакатна графіка виступає важливим елементом сучасного візуального середовища, здатним впливати на сприйняття території та її культурної ідентичності.

Предмет дослідження – конкретна серія плакатів «Черкаси історичні», що створена для популяризації історичної та культурної спадщини міста. Вона є прикладом практичного застосування принципів плакатного дизайну у сучасному культурному просторі.

Актуальність роботи зумовлена потребою у сучасних засобах популяризації історичної спадщини та формуванні візуального бренду міста. Плакатна графіка є одним із найбільш доступних і водночас ефективних інструментів комунікації, здатним поєднати естетичну виразність із інформаційною функцією. У сучасному культурному середовищі плакат виступає не лише носієм інформації, але й засобом створення емоційного зв'язку між глядачем та об'єктом зображення.

Робота складається з пояснювальної записки та проєктної частини, що містить серію з чотирьох плакатів.

РОЗДІЛ І

ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ

1.1. Визначення та функції плакату.

Плакат – це вид графічного мистецтва, що поєднує художню виразність із інформаційною функцією. Він призначений для швидкого й ефективного впливу на глядача. Це самостійне, цілісне художньо-графічне та поліграфічне видання, що поєднує в собі лаконічний візуальний образ та короткий текстовий коментар. У системі візуальних комунікацій плакат є одним із найефективніших інструментів масового впливу на суспільну свідомість завдяки своїй публічності, доступності та оперативності.

Основними функціями плакату є:

- інформаційна – передача повідомлення у стислій формі;
- комунікативна – забезпечення контакту з аудиторією;
- естетична – створення художнього образу;
- соціокультурна – формування ідентичності та іміджу.

Головна специфіка плакату полягає у його здатності розкривати складну ідею через єдиний, концентрований образ. На відміну від книжкової чи станкової графіки, плакат розрахований на миттєве сприйняття глядачем (як правило, в умовах міського середовища та під час руху). Це зумовлює використання особливої мови дизайну: гротескності, метафоричності, чіткого композиційного центру, великих кольорових плям та відмови від другорядних деталей. Плакат повинен поєднувати в собі рекламну, інформаційну та естетичну функції. Його головна мета – закохати глядача в міську спадщину та спонукати відвідати історичні локації.

У контексті популяризації історико-архітектурної спадщини міст, плакат трансформується у візуальний міф. Він не просто документує архітектурну форму, як це робить креслення чи технічна фотографія, а інтерпретує її художніми засобами. Через стилізацію, гру світлотіні, ракурси та масштабність

плакат монументалізує історичні споруди, перетворюючи їх на графічні символи міста. Це дозволяє актуалізувати історичну пам'ять у сучасному медіапросторі та переорієнтувати увагу глядача на цінність культурного ландшафту.

1.2. Історичний розвиток плакату.

Еволюція плакату як самостійного виду графічного мистецтва тісно пов'язана з технологічним прогресом, соціокультурними змінами та розвитком урбаністики. Пройшовши шлях від найпростіших текстових оголошень до складних цифрових інтерактивних форм, плакат сформував унікальну візуальну мову, що оперативно реагує на запити суспільства. Він став інструментом реклами, агітації, соціальних меседжів та дзеркалом культурних епох [1].

Попередниками плакату в Античності та Середньовіччі були текстові оголошення, що розміщувалися на міських площах. Новий етап розвитку розпочався у XV столітті з винайденням Йоганном Гутенбергом друкарського верстата, що зумовило появу односторонніх урядових та театральних афіш. Проте художня специфіка плакату сформувалася лише наприкінці XIX століття завдяки винайденню та вдосконаленню літографії Алоїзом Зенефельдером та Жулем Шере.

Можна сказати, що плакат як жанр виник у XIX столітті у Франції. Жюль Шере, якого називають «батьком сучасного плакату», першим інтегрував шрифт у малюнок і зробив візуальний образ домінантним, заклавши основи сучасної плакатної графіки. Його роботи поєднували яскраві кольори, динамічні композиції та легкість сприйняття.

В епоху модерну (Ар-Нуво) наприкінці XIX – на початку XX століття плакат став повноцінним художнім явищем. Роботи Анрі де Тулуз-Лотрека, Альфонса Мухи та Теофіля-Александра Стейлена перетворили міські афіші на об'єкти колекціонування. Цей період характеризувався використанням плавних ліній, складних рослинних орнаментів та витонченої колористики. В Україні у цей же час формувався національний стиль графіки під керівництвом Георгія

Нарбута, який поєднав європейські тенденції модерну з традиціями українського бароко та народного мистецтва.

Міжвоєнний період (1920-1930-ті роки) ознаменувався пануванням стилю Ар-Деко та конструктивізму. Плакат став ще більш популярним, ніж у попередній період свого розвитку, коли «після Першої світової війни, в німецькому Баухаузі, академії дизайну створюються основи нової візуальної мови, що заклали міцний фундамент у розвиток сучасного плаката» [2 с. 174]. Німецька школа «Баухауз» та швейцарський стиль впровадили у дизайн плакату чітку модульну сітку, геометризацию форм та активне використання фотомонтажу. Саме в цей час виник індустріальний та туристичний плакат, спрямований на популяризацию подорожей та архітектурних перлин європейських міст. На зміну надмірній декоративності прийшов функціоналізм та лаконічність.

У другій половині XX століття світове визнання здобули Швейцарська школа графіки, яка акцентувала на строгому мінімалізмі та шрифтах-гротесках, та Польська школа плакату, що вирізнялася живописною свободою, метафоричністю та глибоким психологізмом. В Україні радянського періоду, попри ідеологічний тиск і рамки соцреалізму, художники-графіки створювали високохудожні зразки театральних, кіноафіш та екологічних постерів.

Сучасний етап розвитку плакату на початку XXI століття характеризується виходом за межі паперового носія внаслідок глобальної діджиталізації. Поява анімованих motion-постерів, інтерактивних плакатів із технологіями доповненої реальності (AR) та QR-кодами розширила комунікативний потенціал цього жанру. Водночас плакат залишається оперативним засобом реагування на гострі соціальні та політичні події, зберігаючи свою головну функцію – миттєву та емоційну візуальну комунікацію з глядачем.

Сьогодні плакат балансує на межі комерції та чистого мистецтва. Він функціонує як засіб критики, екологічного просвітництва або культурної події, часто використовуючи стиль ретро для створення нових смислів. Сучасна плакатна графіка поєднує традиційні принципи з новими технологіями.

Основні тенденції сучасного плакатного дизайну:

- мінімалізм у формі та кольорі;
- акцент на контрасті та динаміці;
- використання цифрових технологій для створення стилізованих образів;
- універсальність застосування — від виставкових просторів до міського середовища.

1.3. Значення плакату у культурному просторі.

Плакат є важливим елементом візуальної культури, здатним формувати імідж міста та популяризувати його архітектурну спадщину. Як писав видатний польський художник-графік Тадеуш Трепковський: «У плакаті немає нічого випадкового — кожна лінія, кожен колір має працювати на головну ідею» [3 с. 42]. Це твердження актуальне й сьогодні, адже сучасний плакат базується на принципах лаконізму та цілісності.

У сучасному соціокультурному середовищі плакат перестав бути виключно утилітарним засобом масового інформування чи комерційного продажу. Він функціонує як складний маркер епохи, що відображає інтелектуальний, мистецький та суспільно-політичний стан розвитку громади. Завдяки своїй відкритості та доступності широкому загалу, плакат виступає візуальним посередником між високим мистецтвом і повсякденним життям соціуму.

Сьогодні плакат відіграє фундаментальну роль у формуванні візуальної культури та естетичного ландшафту міста. Розміщуючись на вулицях, фасадах будівель та афішних тумбах, він перетворює відкритий урбаністичний простір на своєрідну галерею просто неба. Якісний графічний дизайн плакатів протидіє візуальному хаосу та агресивному «інформаційному шуму», прищеплюючи глядачеві художній смак і виховуючи культуру сприйняття графічної форми. Це

робить плакат дієвим інструментом покращення естетичних якостей міського середовища.

У культурному просторі плакат діє як транслятор історичної пам'яті та національної ідентичності. Коли об'єктом проектування стають пам'ятки архітектури чи історичні локації, плакат виходить за межі простої реклами. Він актуалізує матеріальну спадщину в ментальності сучасного містянина чи туриста. Через графічну стилізацію та художнє переосмислення архітектурних образів плакат конструює локальний «міф місця», підкреслює унікальність культурного ландшафту та стимулює почуття гордості за власну історію. Він перетворює статичну споруду на динамічний, живий символ, зрозумілий новому поколінню.

Плакат має потужну просвітницьку та ціннісну функції. Він здатний оперативно реагувати на актуальні виклики суспільства, привертати увагу до проблем збереження культурної спадщини, яка перебуває під загрозою руйнації чи забуття. Візуальна мова плакату змушує глядача зупинитися, замислитися та включитися в діалог. У такий спосіб дизайн стає дієвим механізмом збереження історичного коду нації та інтеграції традиційних цінностей у сучасний медіапростір.

1.4. Аналіз аналогів.

Проектуванню серії рекламних плакатів історико-архітектурної спадщини міста передувало детальний аналіз існуючих світових та вітчизняних аналогів. Дослідження прототипів дозволило визначити ефективні композиційні прийоми, колірні закономірності та шрифтові тенденції, які використовуються у сучасній практиці графічного дизайну для візуалізації архітектурного середовища.

Аналізуючи класичні плакати у стилі Ар-Деко першої половини XX ст. варто відмітити, що вони характеризуються монументалізацією архітектурних форм, використанням чітких геометричних ліній та контрастних світлотіньових площин (Рис. 1). Хмарочоси чи інші споруди на таких постерах подаються у

виразних ракурсах знизу вгору, що візуально збільшує їх масштаб. Це створює стійке відчуття історичної цінності, величі та романтики подорожей.

Недоліками в таких зображеннях є складність прямого перенесення стилю на сучасні носії через надмірну деталізацію та специфічну ретро-колористику, яка може не зчитуватися сучасною аудиторією.



Рис. 1. Класичні плакати у стилі Ар-Деко [4, 5].

Доречно також розглянути туристичні постери міст (Рис. 2). У багатьох країнах створюються серії плакатів, присвячених архітектурним пам'яткам та культурним символам міст. Наприклад, постери Парижа чи Сіднея вирізняються стилізованим зображенням історичних споруд у поєднанні з яскравими кольоровими площинами та мінімалістичною типографікою. Їхня мета полягає у формуванні впізнаваного візуального бренду міста та підвищенні його туристичної привабливості.



Рис. 2. Туристичні постери міст [6].

Наступним аналогом є постери в стилі сучасного мінімалізму та Flat Design, тоб-то плаский дизайн. Їх особливості – архітектурні споруди в зображенні максимально спрощуються до базових геометричних примітивів (прямокутники, кола, лінії). Вони трактуються авторами як набір базових плоских геометричних шарів, накладених один на одного за принципом колажу чи аплікації. Відкидається дрібний декор, а впізнаваність об’єктів досягається завдяки точному відтворенню її характерного унікального силуету, пропорцій та ритму вікон чи арок (Рис. 3).

Композиція будується за фронтальним або фронтально-кутовим принципом, де споруда чітко домінує над тлом. Палітра плаката лаконічна і складається з обмеженого набору плашкових кольорів. Використовуються локальні, контрастні колірні плями без світлотіньового моделювання форм. Глибина і плановість простору (передній, середній та задній плани) передаються виключно через градацію тону та накладання плоских шарів вектору. Колірна гама має умовний або символічний характер, часто апелюючи до певного часу

доби, наприклад, теплі пастельні кольори для імітації вечірнього сонця або глибокі сині тони для нічного освітлення.

Шрифтове наповнення підпорядковане загальній концепції мінімалізму. Шрифтові блоки реалізуються за допомогою лаконічних гротесків. Назва міста чи пам'ятки інтегрується в загальну композиційну сітку як самостійний геометричний блок, що врівноважує ілюстративну частину. Шрифтовий елемент має високу контрастність щодо тла, що гарантує його миттєве зчитування.

Перевагою таких зображень є висока швидкість зчитування образу, адаптивність для цифрових екранів та міських сіті-лайтів, сучасний естетичний вигляд. Семантичний код повідомлення розшифровується глядачем менш ніж за 1-2 секунди, що є ідеальним показником для сприйняття в умовах динамічного міського середовища (транспортні артерії, пішохідні зони). Але спостерігається ризик втрати унікальних індивідуальних особливостей архітектурної пам'ятки через надмірне спрощення форми.



Рис. 3. Постери в стилі сучасного мінімалізму [7].

Наступні аналоги представляють стилізовані ілюстрації значущих локацій Італії, виконані у ретро-мінімалістичному або флет-дизайні. Вони є частиною ширшої колекції туристичних плакатів, що зображують мальовничі міста та сільську місцевість країни. Виконані по принципу «картинка в картинці», центральний пейзаж вписаний у вертикальну арку. Арка символізує вікно в інший світ або класичну італійську архітектуру.

Перший плакат фокусується на природній красі італійського регіону Тоскана (Рис 4). На ньому відтворено сільську місцевість з характерними пагорбами, фермерськими будинками та типовими для регіону деревами – кипарисами. Використання діагональних смуг на фоні додає динаміки та сучасного акценту класичному виду. Жовто-зелені лінії полів ведуть погляд глядача всередину. Текстуровані кучеряві хмари та синє небо надають зображенню багатоплановості. Зовнішнє тло заповнене чіткими діагональними смугами. Вони створюють контраст між статичною аркою та динамічним фоном, утримуючи увагу по центру. В плакаті використано природну, дещо приглушену (пастельну) палітру, що характерно для вінтажного друку.



Рис. 4. Плакат Тоскани [8].

Шрифтові знаки мають тонку, витончену геометричну форму. Напис «ITALY» інтегровано безпосередньо у верхню частину арки на тлі неба. Великі відстані між літерами (трекінг) додають плакату преміальності, легкості та відчуття «дихання». Шрифт не домінує, а доповнює візуальний образ. Плакат апелює до романтичного уявлення про ідилічне сільське життя в Італії, яке знайоме більшості через кінематограф чи літературу. Відсутність дрібних деталей робить постер легким для сприйняття з великої відстані. Це ідеальний приклад сучасного комерційного мінімалізму, який легко продається на маркетплейсах (Etsy, Shutterstock) як цифровий товар або готовий декор.

Другий плакат представляє архітектурний вигляд Флоренції, відомої як колыска Відродження. Цей плакат є зразком сучасної архітектурної ілюстрації, що поєднує впізнавані історичні силуети Флоренції з мінімалістичною графічною мовою плоского дизайну (Рис. 5).

Центральне місце займає собор Санта-Марія-дель-Фьоре з його впізнаваним куполом Брунеллескі, який є візитною карткою міста. Також видно Кампанілу Джотто (дзвіницю). Міський пейзаж з теракотовими дахами обрамлений зеленим листям, що створює ефект погляду крізь вікно або арку. Використано прийом природного фреймінгу (framing). Архітектура міста затиснута між двома шарами органічних елементів – зеленого листя зверху та знизу, що створює глибину без використання тривимірної перспективи. Житлові будинки на передньому плані розташовані хаотично, але формують чіткий горизонтальний ритм. Їхні дрібні квадратні вікна та кубічні форми контрастують із масивними та плавними лініями головних релігійних споруд на задньому плані.

Основою палітри є автентичний відтінок паленої глини (теракоти), характерний для дахів Тоскани. Використання кількох тонів одного кольору допомагає розділити будинки між собою. Стіни собору та дзвіниці виконані у світло-кремовому та пастельно-сірому кольорах. Це виділяє монументальну архітектуру на тлі монотонної житлової забудови. Глибокий смарагдовий та хвойно-зелений кольори листя по краях плаката слугують «ізолятором», який

закриває композицію та робить пастельне місто всередині більш яскравим і сонячним.



Рис. 5. Плакат Флоренції [8].

Композиція тримається на балансі двох архітектурних осей: вертикаль – струнка Кампаніла Джотто ліворуч, що «прорізає» простір арки та сфера – масивний купол Санта-Марія-дель-Фьоре праворуч, який закруглює композицію та утримує на собі основну візуальну вагу. Складні готичні та ренесансні деталі собору спрощені до базових геометричних фігур – ліній, прямокутників та півкіл. Це робить плакат легким для зчитування і придатним для сучасних інтер'єрів. Дизайнер відмовився від реалістичних світлотіней. Об'єм будівель та купола передається виключно за рахунок стилізованих плоских кольорних блоків (світліша та темніша сторони), що є класичним інструментом flat design.

Наступними аналогами розглянемо сучасні архітектурні фотоплакати в яких відтворено поєднання реального кадру з виразними графічними елементами: цифровою типографікою, журнальною версткою або елементами

колажу. Такий дизайн виглядає дуже стильно, технологічно та кінематографічно (Рис. 6).

Сучасні фотоплакати рідко використовують фото «в лоб». Зазвичай фотографи знімають будинки знизу вгору або виділяють абстрактні лінії фасадів. Будівля перетворюється на патерн із геометрії, скла та бетону. Фото часто піддають сильній обрізці, кадр фокусується лише на фрагменті будівлі – куті, радіусному вікні чи ритмічних балконах, перетворюючи реальний об'єкт на графічний паттерн.

Справжній хіт сучасного урбаністичного дизайну – глибокі чорно-білі знімки з високою контрастністю. Це дозволяє очистити кадр від колірної «шуму» (яскравих вивісок, машин) та зосередити увагу виключно на грі світла і тіні. Використання двох контрастних цифрових кольорів (наприклад, чорно-біле фото + кислотно-жовті геометричні плашки чи колажне синє небо) створює місток між реальністю фотографії та штучністю графічного дизайну.

Текст на такому плакаті грає не меншу роль, ніж саме фото. Написи верстаються за суворою модульною сіткою, як у дорогих архітектурних журналах. Сучасний тренд – накладати великі гротескні літери прямо поверх фотографії. Шрифт може частково ховатися за будівлею, створюючи інтерактивний об'ємний 3D-ефект взаємодії плоского тексту та глибокого фото. По кутах макета часто додають дрібні технічні написи: координати місця зйомки, параметри камери (ISO, витримка), фокусну відстань, або навіть штрих-коди та дрібну сітку креслень.

Найбільш просунутий рівень сучасних фотоплакатів – це комбінування фото з графікою. Реальна чорно-біла будівля вирізається за контуром та поміщається на чисте кольорове тло (наприклад, ідеально пласке помаранчеве коло-сонце). Додаються мальовані або векторні елементи (мінімалістичні силуети птахів, геометричні лінії), що створює стильний контраст між живою зернистою текстурою фото та ідеально рівним цифровим вектором.

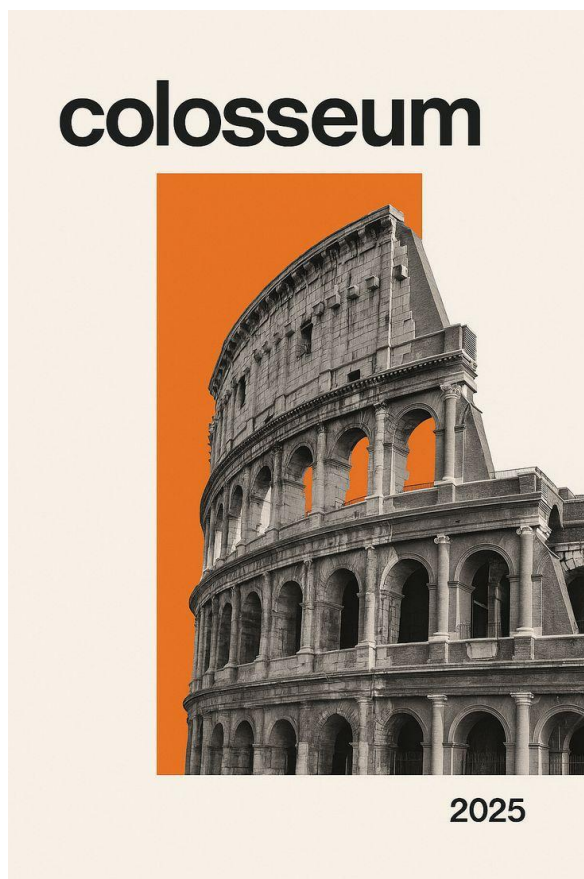
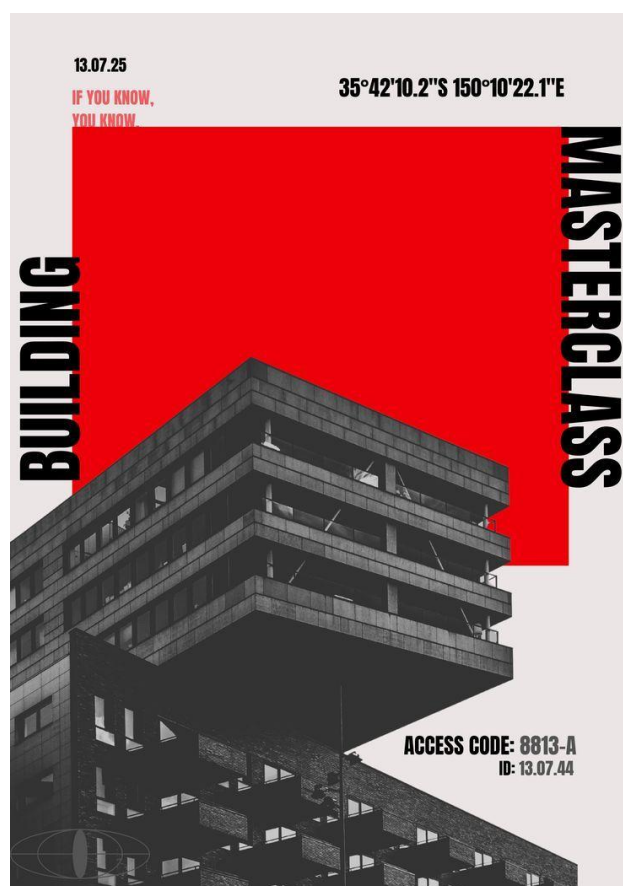


Рис. 6. Сучасні архітектурні фотоплакати [9-11].

Не можна обійти увагою серію плакатів «Україна» від дизайнерки Каті Карпенко та школи Bazilik, створених до 33-ї річниці відновлення Незалежності України (Рис. 7).

Аналіз плакатів «Київ» та «Львів» з благодійної серії демонструє глибокий зв'язок між сучасним візуальним мистецтвом, емоційною пам'яттю та контекстом війни в Україні. Попри те, що обидві роботи належать до одного циклу, вони мають унікальні художні та концептуальні відмінності

Перша робота побудована на поєднанні фотографічного шару та графічного дизайну. Базою стали живі, автентичні знімки столиці, які зробив фотограф Богдан Магдич. Специфіка плаката полягає у часовому розриві. Усі фотографії Києва були зроблені до лютого 2022 року та є уособленням мирного, звичного життя, тоді як текстові меседжі та графічні елементи дизайнерка наклала вже після початку повномасштабного вторгнення. Дизайн передає трансформацію міста та його мешканців. Плакат транслює ідею: «Київ – наш рідний дім. Він змінився за останні роки, як і кожен із нас» [12]. Це водночас ностальгія за минулим і фіксація нової, незламної реальності столиці.

Плакат «Львів» у цій серії виступає як символ збереження традицій, стабільності та простору, який став прихистком для мільйонів українців і багатьох релокованих проєктів. На відміну від динамічного чи дещо щемливого київського плаката, постер «Львів» більше апелює до затишку, архітектурної спадщини та атмосфери міста-укриття. Текстури та графічні елементи підкреслюють унікальний урбаністичний характер міста Лева. Плакат акцентує на важливості глибокого коріння, єдності та культурного коду, який об'єднує захід і центр країни в єдине ціле.

В усіх плакатах цієї серії прослідковується поєднання документального – фото та абстрактного – векторних плашок, ліній, що створює об'ємний контекст. Постери мають легку зернистість, що імітує друк на ретро-папері або плівкове фото. Це нівелює відчуття «холодного цифрового малюнка». Використання

широких чистих полів (паспорту) фокусує увагу глядача на центральному образі та робить плакат витонченим елементом інтер'єру.



Рис. 7. Постери від української дизайнерки Каті Карпенко [13].

Текстове наповнення у роботах є повноцінним графічним об'єктом, а не просто інформаційним блоком. Авторка поєднує мінімалістичні, чисті гротески шрифти без засічок із акцидентними написами. Тексти стають головною візуальною домінантою. Вони часто зміщені до країв або накладені поверх фотографій під кутом. Це створює відчуття репортажності, динаміки та «живого блокнота». Великі плакатні літери створюють жорсткий, майже плакатний ритм, що змушує глядача зупинити погляд і прочитати напис.

Проект є зразком актуального соціального дизайну, де естетика не існує окремо від контексту, а безпосередньо працює на благодійну мету. Обидва плакати є візуальними маніфестами сучасної України: Київ фіксує шрами й незламність війни, а Львів – надійність і тривалість нашої культури.

Аналіз аналогів показує, що сучасна плакатна графіка активно використовується для популяризації міст та їхніх архітектурних символів.

Спільними рисами є: стилізоване подання архітектури, використання яскравих кольорових акцентів, мінімалістична типографія та динамічна композиція. Запланована серія плакатів «Архітектурні символи Черкас» органічно вписується у ці тенденції, але має власну унікальність завдяки локальному контексту та акценту саме на архітектурних пам'ятках Черкас. Вона поєднує історичні образи з сучасними дизайнерськими прийомами, що робить її актуальною як для культурного середовища, так і для туристичної сфери.

РОЗДІЛ II

ОПИС ПРОЄКТНОЇ ЧАСТИНИ

При розробці проєкту було враховано, що ефективність плакату базується на суворих законах візуального сприйняття:

1. Принцип домінанти – плакат завжди має чіткий композиційний фокус, чим слугує зображення або велике акцентне слово, який привертає увагу в перші секунди контакту. Решта елементів вибудовується у підпорядковану ієрархію.

2. Синтез слова та зображення – текст у плакаті не є простим підписом під ілюстрацією. Він виступає як повноцінний графічний елемент. Шрифтове рішення має архітектонічно підтримувати художній образ, відповідати історичній епосі або стилістиці об'єкта.

3. Колористичний лаконізм – для забезпечення максимальної виразності та читабельності в плакаті зазвичай використовується обмежена, але контрастна колірна палітра. Колір виконує не лише декоративну, а й символічну та кодуючу роль.

Дана серія створена з метою популяризації культурної та історичної спадщини рідного міста, формування позитивного іміджу серед мешканців та гостей. Візуальні рішення поєднують сучасні графічні прийоми з локальними символами, архітектурними пам'ятками та природними мотивами.

Основними завданнями проєкту було: відобразити унікальність міста через художні образи; сформувати цілісну візуальну концепцію, що поєднує традиції та сучасність; створити плакати, які можуть використовуватися як у виставковому просторі, так і в міському середовищі.

У процесі роботи застосовано принципи композиції, кольорової гармонії та типографії. Кожен плакат має власну тему, але разом вони утворюють єдиний стильовий ряд, що підкреслює багатогранність міста.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання плакатів для культурних заходів, туристичних програм та освітніх проєктів. Вони

сприяють підвищенню інтересу до історії та сучасного життя міста, а також формують естетичне середовище.

Для розробки проєкту було обрано комбінований підхід. За основу взято композиційну монументальність класичного архітектурного плакату та лаконізм сучасного плаского дизайну. Це дозволило зберегти впізнаваність та історичну ідентичність споруд міста, забезпечивши водночас високу швидкість сприйняття візуального повідомлення в умовах сучасного урбаністичного простору.

Кожен плакат відображає окремий об'єкт – історичну будівлю, знакове місце чи культурний мотив, що формує унікальний образ міста. Візуальна мова поєднує реалістичні архітектурні форми з сучасними графічними елементами, що створює баланс між минулим і сучасністю. Основний акцент зроблено на архітектурному об'єкті, який займає центральну частину плаката (Додаток).

Використання контрастних кольорів, а саме яскравого синього фону та монохромного зображення будівлі, підкреслює значимість кожного архітектурного об'єкта. Чорно-біла гама для історичних споруд символізує їхню давність та автентичність. Використання обмеженої палітри кольорів забезпечує цілісність серії та впізнаваність стилю. Основні кольори – насичені відтінки синього та білого. Синій фон створює відчуття глибини, стабільності та культурної значущості. Білий використовується для графічних елементів (лінії, стилізовані крила), що додають легкості та символізують піднесення.

Графічні та абстрактні елементи додають сучасності та роблять плакати більш привабливими для молодшої аудиторії, водночас створюючи динаміку. Баланс між статичними формами будівлі та рухомими декоративними елементами забезпечує візуальну гармонію. Композиція побудована так, щоб архітектурний об'єкт залишався головним акцентом, а декоративні елементи лише підсилювали його значення. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям плакатної графіки, де простота та чіткість композиції забезпечують ефективність візуального повідомлення.

Шрифти обрані прості й чіткі, без надмірної декоративності, що відповідає сучасним тенденціям графічного дизайну. Використання великих літер у назвах

підсилює значимість об'єкта. Текст розташований у верхній частині плаката, що відповідає принципам ієрархії: спочатку глядач читає назву, потім звертає увагу на зображення. Лаконічність написів – назва будівлі та рік заснування, підкреслює інформативність, не перевантажує композицію та забезпечує легкість сприйняття інформації.

Такий дизайн відповідає сучасним трендам плакатної графіки: мінімалізм, контрастність, акцент на головному. Серія плакатів «Архітектурні символи Черкас» вирізняється стриманою, але виразною кольоровою палітрою, чіткою композицією та сучасною типографікою. Вона поєднує історичні архітектурні образи з актуальними дизайнерськими прийомами, створюючи гармонійний і впізнаваний візуальний бренд міста.

Порівняння з аналогами показує, що обрана концепція для серії плакатів Черкас відповідає сучасним тенденціям графічного дизайну, але має власну унікальність завдяки локальному контексту та акценту на архітектурних пам'ятках міста.

ВИСНОВКИ

Плакат є одним із найдавніших і водночас найактуальніших засобів візуальної комунікації. Серія плакатів «Архітектурні символи Черкас» є цілісним дизайнерським проєктом, що поєднує історичні будівлі міста з сучасними графічними прийомами. Вибір композиційних рішень, контрастної колірної палітри та лаконічної типографії забезпечує високий рівень візуальної виразності та актуальність у сучасному культурному контексті.

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було досліджено плакатну графіку як вид візуальної комунікації та її роль у популяризації культурної спадщини міста Черкаси. Об'єктом дослідження виступала плакатна графіка загалом, а предметом — серія плакатів «Архітектурні символи Черкас», що поєднала історичні архітектурні образи з сучасними дизайнерськими прийомами.

Результати роботи підтверджують, що плакатна графіка є ефективним інструментом формування позитивного іміджу міста, здатним поєднувати естетичну виразність із інформаційною функцією. Завдяки гармонійному поєднанню традицій та сучасності плакати виконують не лише естетичну, але й комунікативну функцію – вони формують позитивний імідж міста, підвищують його туристичну привабливість та сприяють збереженню культурної спадщини.

Розроблена серія плакатів має не лише художнє, але й практичне значення. Практична цінність роботи полягає у можливості використання плакатів у виставкових просторах, освітніх програмах та міському середовищі як елементів візуального брендингу Черкас. Вона сприяє формуванню сучасного візуального образу Черкас, підвищує їхню привабливість для туристів та мешканців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коротка історія плаката URL: <https://zoko.com.ua/blog/korotka-istoriya-plakatu>
2. Ван Шоучжі. Історія графічного дизайну. Пекін: Китайське молодіжне видавництво, 2002. 323 с.
3. Трепковський Т. Проектування плаката та графічний дизайн. Київ: Мистецтво, 2018. 145 с.
4. Вікіпедія. Ар-деко. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80-%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D0%BE>
5. Art Heroes. Друк плаката в стилі ар-деко. URL: <https://www.artheroes.com/en/artwork/Art-Deco-New-York-Poster-Print/1355895>
6. Joom. Плакати та принти. URL: https://www.joom.com/uk/products/64bb88707576990148b60928?srsltid=AfmBOorO-awush2ua-5i5RMaL6YauodKatCqlkLTzqKQQldH5GYm1w_g
7. Magnific. Шаблон плоский дизайн архітектурного плаката. URL: https://www.magnific.com/free-vector/flat-design-architecture-poster-template_28929163.htm#fromView=keyword&page=1&position=23&uuid=9a2ee8f4-33eb-4dec-9e7b-b1345a92a96e&query=Minimalist+building+poster
8. Міські плакати, зображення без авторських прав. URL: <https://www.shutterstock.com/search/city-posters>
9. Modern Architecture Poster Design Leaning Tower of Pisa. URL: <https://in.pinterest.com/pin/1126040713112974674/> URL:
10. Brutalist Event Poster Design Concept. URL: <https://in.pinterest.com/pin/941533865895545298/>
11. Minimal Poster of colosseum in rom URL: <https://in.pinterest.com/pin/1010354497665369365/>
12. Bazilik. Набір листівок «Київ комунікаційний. »URL: <https://www.bazilik-school.com.ua/products/set-of-postcards-kyiv-communication>

13. Bazilik. Постери «Україна» від дизайнерки Каті Карпенко. URL: <https://www.bazilik-school.com.ua/products/poster-lviv>
14. Адамс Шон. Як дизайн спонукає нас думати. К.: Видавництво: ArtHuss. 2022. 256 с.
15. Володимир Лесняк. Відтворення шрифтової спадщини: 40 оригінальних шрифтів. К.: Видавництво: ArtHuss. 2020. 160 с.
16. Гладун О. Соціальний плакат: нові завдання. Вісник. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. 2008. № 11. С. 26–31.
17. Дерек Бразелл, Джо Девіс. Як стати успішним ілюстратором. К.: Видавництво: ArtHuss. 2019. 208 с.

ДОДАТОК

ПРОЄКТНА ЧАСТИНА

Аркуш 1 ЧЕРКАСЬКИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ

Аркуш 2 БУДИНОК ЩЕРБИНИ

Аркуш 3 ГОТЕЛЬ СЛОВ'ЯНСЬКИЙ

Аркуш 4 ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ФІЛАРМОНІЯ