

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж
Циклова комісія дизайну

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до кваліфікаційної роботи (проєкту)
фахового молодшого бакалавра
на тему: «Дизайн серії плакатів на тему звільнення полонених»

Виконала студентка групи № 2Д-22
за спеціальністю 022 «Дизайн»
Вікторія КУЗЬМЕНКО

Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту)
Світлана КУКОЛЬ

Робота захищена _____ з оцінкою 99
Протокол ДКК № 1/1 від 22.06.2026р.

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

Студент 16 _____
Підпис

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I ПЕРЕДПРОЄКТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ	5
1.1. Загальні відомості про плакат	5
1.2. Види плаката	6
1.3. Теоретичні основи оформлення плаката	7
РОЗДІЛ II АНАЛІЗ АНАЛОГІВ	12
РОЗДІЛ III ПРОЄКТНА ЧАСТИНА	18
3.1. Концепція серії плакатів	18
3.2. Розробка ескізів та композиції	20
3.3. Дизайнерське рішення серії плакатів	21
ВИСНОВКИ	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
ДОДАТКИ	28

ВСТУП

У сучасній Україні в умовах повномасштабної війни набуло особливого значення питання звільнення військових та цивільних полонених. Тема полону – це не лише політична чи гуманітарна проблема, а й важлива частина суспільної пам'яті та національної єдності. Розголос цієї теми – це моральна підтримка людей, які очкують своїх рідних з полону. Привернути увагу до цієї важливої соціальної теми може допомогти візуальна комунікація. Наразі вона є інструментом впливу на свідомість людей та формування у них емпатії. Отже, тему кваліфікаційної роботи було обрано дизайн серії плакатів про звільнення полонених.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена необхідністю привернути увагу суспільства до проблеми полонених українців за допомогою графічного дизайну, особливо плакатного мистецтва. Плакат має можливість швидко доносити зміст, викликати емоції, переживання, формувати настрій глядача та провокувати його на осмислення соціальних важливих тем. В інформаційному просторі, де велику роль має візуальний контент, розробка серії тематичних соціальних плакатів є актуальним способом для розголосу проблеми звільнення полонених.

Об'єктом дослідження є соціальний плакат як предмет візуальної комунікації в умовах важливих подій для суспільства.

Предметом дослідження є художні та графічні особливості створення серії соціальних плакатів на тему звільнення полонених, використання засобів візуальної комунікації, символічних образів і графічних елементів для передачі емоційного змісту та впливу на глядача.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка плакатів на соціальну тему – звільнення полонених, які спрямовані на привернення уваги до проблеми полону та необхідності повернення українських полонених.

В ході роботи над проєктом було поставлено завдання:

- дослідити особливості соціального плакату як методу візуальної комунікації,
- проаналізувати сучасні напрями графічного дизайну та плакатів,
- розробити концепцію плакатів на тему звільнення полонених,
- створити композиції до серії плакатів,
- визначити стилі та кольори плакатів,
- виконати серію авторських соціальних плакатів.

При створенні серії авторських плакатів зверталась увага на сучасні графічні способи комунікації та візуальні композиційні рішення для привернення уваги та висвітлення теми звільнення полонених. В плакатах запропоновано власні рішення, які дозволяють посилити емоційний вплив на глядача за допомогою графічних елементів, які символізують очікування, втрату і надію на повернення.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання розробленої серії плакатів у соціальних чи інформаційних кампаніях, виставках, соціальних мережах, друкованій продукції та заходах для підтримки полонених. Результати роботи можуть використовуватись для застосування графічного дизайну у розголосі важливих соціальних проблем і є готовими до використання у візуальному комунікаційному середовищі.

Кваліфікаційна робота складається з пояснювальної записки та практичної частини. Пояснювальна записка має 40 сторінок. Вона містить вступ, три розділи, висновки та додатки А, Б та В. Практична частина складається з серії п'яти плакатів на тему звільнення полонених.

РОЗДІЛ І

ПЕРЕДПРОЕКТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Загальні відомості про плакат

Однією з найважливіших частин графічного дизайну є плакат, основним призначенням якого є швидке донесення інформації до глядача через поєднання зображення, тексту та графічних елементів. Завдяки своїй простоті та чіткості плакат має швидко привертати увагу людини, викликати емоції та формувати в ній певне ставлення до події чи висвітлених проблем [9].

Плакат є дуже важливою складовою в сучасному інформаційному просторі. Він зустрічається у громадських місцях, закладах, транспорті, на вулицях міст та у соціальних мережах. Через свою поширеність плакат не лише надає певну інформацію, а й виконує функції реклами.

Плакат особливий тим, що передає складні теми чи інформацію за допомогою мінімальної кількості різних елементів. Він має сприйматись глядачем легко і швидко, на відміну від інших друкованих продуктів дизайну, тому плакат має виглядати чітко та зрозуміло. Хороший плакат має складатись з яскравого візуального вигляду, з підібраних кольорів, шрифтів та логічно поданої інформації [10].

За допомогою різноманітних символів, образів, графічних елементів та прийомів у плакатах дизайнер може не тільки надавати інформацію аудиторії, а й впливати на емоції людей. Саме тому плакати часто використовують для висвітлення важливих соціальних тем та актуальних проблем.

Від унікальних творів образотворчого мистецтва плакат відрізняється тим, що він більш масштабний. Він має швидко розповсюджуватись серед великої кількості людей. Саме через це всі елементи плакату мають бути простими і зрозумілими для людей різного віку, соціального статусу чи менталітету.

Разом з усім графічним дизайном змінювався і плакат. Його вигляд залежав від потреб суспільства та від технічних можливостей дизайнерів. Сьогодні плакат може бути не тільки у друкованому вигляді, а й у цифровому форматі. Це значно полегшує можливості його використання та поширення. Він пройшов довгий шлях від першої надрукованої афіші до сучасних цифрових плакатів, але його основна функція – швидка та зрозуміла передача інформації, завжди залишалась незмінною [11].

Для цієї кваліфікаційної роботи – серії плакатів на тему звільнення полонених – плакат є засобом не просто для інформування глядача, а для соціальної комунікації. За допомогою художніх образів, кольорової гами, композиції він може привернути увагу суспільства до проблеми полону, викликати співчуття та нагадати про необхідність розголосу про повернення додому українських громадян, які знаходяться в полоні. Тому плакат є актуальним елементом дизайну, який має великий вплив на свідомість суспільства.

1.2. Види плаката

Плакати поділяються на різновиди:

- Рекламний плакат призначений для поширення товарів, брендів чи послуг, які надає замовник. Головне завдання такого плакату – привернути увагу та зацікавити споживача у об'єкті, який рекламується. Такі плакати зазвичай роблять яскравими з виразними зображеннями та шрифтами.

- Політичний плакат має поширювати політичні ідеї, агітації. Найчастіше його використовують у виборчих кампаніях та політичних подіях. В таких плакатах головне – короткий, але переконливий текст.

- Інформаційний плакат може містити повідомлення про правила, розклади подій чи інші відомості. Його основним завданням є донесення зрозумілої та читабельної інформації до великої кількості людей.

– Культурний або мистецький плакат рекламує вистави, концерти, фестивалі та інші культурні події. У таких плакатах можуть згадуватись чи використовуватись відомі постаті, історичні пам'ятки і інші елементи національної ідентичності.

– Навчальний плакат використовується в освітньому середовищі, де необхідно швидко і легко засвоювати матеріал. В таких плакатах поєднуються схеми, ілюстрації та текст.

– Соціальний плакат призначений для привернення уваги до важливих соціальних тем та проблем. У таких плакатах можуть бути використані теми навколишнього середовища, прав і обов'язків людини, теми війни і звільнення полонених та інші важливі і актуальні питання. Головним у соціальних плакатах є викликати у людини емоції, співчуття, змусити задуматися над проблемами і спонукати до шляху їх вирішення [9].

Отже, плакат через свою різноманітність може використовуватися у різних сферах в залежності від потреб суспільства і є важливим елементом у графічному дизайні. Основою плакату залишається можливість швидко і зрозуміло подавати інформацію незалежно від його виду та призначення.

1.3. Теоретичні основи оформлення плаката

Плакатне мистецтво є важливою частиною графічного дизайну. Воно може різними способами впливати на людину. Теоретичні основи створення плакатів складаються зі знань в композиції, кольорознавстві, типографії та особливості психологічного сприйняття людей.

Весь графічний дизайн спрямований на те, щоб швидко та ефективно доносити інформацію від автора до глядача за допомогою графічних елементів. У плакатах цей процес має відбуватись найшвидше, оскільки людина, зазвичай, має лиш декілька секунд, щоб побачити та зрозуміти певну інформацію [6].

У візуальній комунікації плакат розглядають як систему знаків і символів, які передають потрібний зміст. Кожен його елемент: колір, шрифт, зображення,

має свій сенс та вплив на емоційний стан аудиторії. За допомогою поєднання усіх цих елементів дизайнер може створити те, що спонукає суспільство на потрібні емоції та почуття. Важливою у плакатах є психологія сприйняття людини. Оскільки вона реагує в першу чергу на візуальний вигляд, хороший плакат має бути контрастним, незвичайним, яскравим і нестандартним. Після того як плакат привернув до себе увагу своїм зовнішнім виглядом, він має забезпечити швидке сприйняття і розуміння ідеї та залишитись в пам'яті глядача [1].

Створення плаката також має відбуватись з використанням принципів композиції, таких як:

- Цілісність, яка забезпечує гармонійне поєднання всіх елементів плаката в єдину систему. Текст, зображення та графічні елементи мають поєднуватись між собою та розкривати основну тему плакату.

- Ієрархія елементів, яка має визначати головні та другорядні елементи плакату. Спочатку глядач має побачити найважливішу інформацію, а потім звертати увагу на додаткову. Для цього використовують розміри, кольори та розташування елементів на плакаті.

- Баланс, який створює візуальну рівновагу в композиції. Він може бути симетричним – всі елементи розподілені рівномірно та асиметричним – всі елементи розташовані хаотично, різного розміру та форми.

- Ритм, який створюється за допомогою елементів, які повторюються. Він допомагає зосередити увагу глядача у потрібному місці.

- Пропорційність, яка забезпечує правильне співвідношення між кожним елементом плакату. Розміри тексту, зображення, графічних частин мають залежати від їх важливості та правильно передавати інформацію.

- Лаконічність, яка не дозволяє перенавантажити композицію та ускладнити сприйняття інформації [9].

Отже, принципи композиції допомагають створити якісний плакат, акцентувати увагу на важливих деталях та дають можливість аудиторії швидко сприймати потрібну інформацію.

Важливим елементом у дизайні є колір. Він відповідає не лише за візуальний вигляд, а й допомагає комунікувати з глядачами. Колір дозволяє викликати емоції у людей, створювати настрій та посилювати сенс. Наприклад: червоним кольором зазвичай позначають напругу, небезпеку, зеленим – спокій, довіру, жовтим – енергію, затишок. Саме тому вибір кольорів є одним з найважливіших етапів у створенні плакату [10].

Не менш важливим елементом є типографія – робота зі шрифтами. Від форми, розміру та розташування тексту залежить читабельність і загальне візуальне сприйняття плаката. Всі шрифти мають бути зрозумілими та поєднуватись з іншими графічними елементами плакату і тільки тоді його сприйняття буде простим та швидким [11].

В сучасному дизайні багато уваги приділяють використанню метафор та символів. За допомогою цього можна передавати складні теми та ідеї через прості і зрозумілі форми. З цими елементами плакат може мати глибший зміст. Важливим є застосування метафор та символів у соціальних плакатах. Це допомагає більше привернути увагу суспільства до важливих проблем.

Акцент та контраст є важливими частинами створення плакату. Вони допомагають зосередити увагу глядача на головних елементах, підсилити емоції, які має викликати плакат та допомогти швидко сприйняти інформацію.

Акцент – це елемент композиції, який привертає увагу і є головною частиною плакату. Це може бути графічний елемент, зображення або текст. Головне, щоб якась з цих складових одразу донесла до глядача ідею плакату. Для того, щоб зробити акцент на певній складовій дизайнер може збільшити розмір об'єкта, зробити яскравий колір, нестандартну форму або розташування [9].

В соціальних плакатах акцент є особливо важливим. Він допомагає швидко викликати емоції та звернути увагу людини на висвітлену в плакаті проблему. Акцент, який використаний правильно, змусить глядача краще запам'ятати плакат.

Контраст – це протилежні за кольором, формою, розміром елементи. За допомогою контрасту виділяють головні елементи та створюють динаміку, композиція стає більш виразною та зрозумілою. Найпоширеніші контрасти – кольорові. Наприклад: поєднання світлих і темних кольорів, поєднання протилежних кольорів. Також часто використовують поєднання великих і малих форм, тонких і товстих ліній [9].

Акцент і контраст дуже пов'язані між собою. Контрастні елементи і є тим акцентом, який привертає увагу глядача. Ці дві частини допомагають зробити плакат більш інформативним та впливовим, виділити головну ідею плакату та зробити її зрозумілою.

Негативний простір це ще один важливий елемент в графічному дизайні. Це пусті ділянки в композиції, які відіграють важливу роль у сприйнятті загального вигляду плакату та допомагають побудувати цілісну композицію. Основна функція негативного простору є забезпечення візуальної рівноваги. Коли у плакаті є вільний простір, глядачу легше побачити і зосередитися на головних елементах. Об'єкт більше привертає увагу тоді, коли навколо нього нічого немає. Це допомагає виділити основні елементи без використання інших, додаткових [9].

У сучасному дизайні за допомогою негативного простору дизайнери часто створюють приховані образи, які глядач може побачити не одразу. Це робить плакати цікавішими та легшими у сприйнятті. Негативний простір допомагає уникнути перенавантаження композиції. Особливо важливим він є в соціальних плакатах, тому що дає можливість сконцентрувати увагу на головній ідеї та підсилити емоції.

Візуальна ієрархія визначає порядок, за яким глядач буде сприймати інформацію. Вона допомагає швидко виділити основні елементи композиції. Якщо візуальна ієрархія побудована правильно, плакат стає більш зрозумілим для людини. Найважливіша інформація має першою привертати увагу, тому її можуть виділити за допомогою кольору, розміру, розташування. Менш важливі

елементи мають тільки доповнювати головні. Розподіл елементів за рівнем їхнього значення є основою візуальної ієрархії [2].

Масштаб є одним з головних інструментів візуальної ієрархії. Великі елементи привертають увагу в першу чергу, тому головну інформацію – заголовки або зображення, роблять більшою за розміром. Важливими також є колір, контрасти та кількість вільного простору навколо основних елементів.

Акцент також важливою частиною у візуальній ієрархії. Його роблять на об'єктах які найбільше мають привертати увагу. Велика кількість акцентів у плакаті може розсіювати увагу глядача, тому потрібно виділяти один головний елемент, а другорядні мають тільки підсилювати його [11].

Отже візуальна ієрархія та акценти допомагають правильно розподілити інформацію на плакаті. Вони можуть керувати увагою глядача, зміщувати її на основний зміст та сприяти швидкому розумінню плакату.

Для кваліфікаційної роботи теоретичні відомості плакатного мистецтва є основними для створення соціальних плакатів про полонених. Правильне використання композиції, кольорів та символів дає можливість створити роботи які не лише несуть в суспільство інформацію про полонених, а й викликають у людей емоції. Теоретичні знання у графічному дизайні допомагають створювати плакати, які будуть виконувати свою функцію – швидко і якісно доносити інформацію до суспільства.

РОЗДІЛ II

АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Для аналізу аналогів було обрано такі роботи: плакат Стаса Колотова «Free Azov», плакати Тетяни Ромахи «Скажи світу, що тут пекло» та «Четверте різдво у полоні», плакат Белого Валентина «Полон не є життя», плакат Влади Ліберевої «Полон – смерть», плакат Ольги Лаговської «Ми не маємо права втратити пам'ять про них», плакати Стаса Колотова «Free Azov» та «Нескорені», плакат Сергія Снурника «Ми виходимо з тіні», плакат Андрія Єрмоленка «Єднаймося, братаймося».

Першим аналогом для аналізу було обрано плакат Стаса Колотова «Free Azov» (Додаток А Рис. А. 1.) [12]. На цій роботі центральний образ – це руки, перемотані мотузкою. Такий сюжет одразу привертає увагу і дає зрозуміти, що основна тема плакату це обмеження свободи, тобто полон.

Напис «Free Azov» у верхній частині передає головну ідею – заклик до звільнення полонених. Текст зображений червоним кольором і тому він добре виділяється та контрастує з темним фоном. Типографія проста і статична. Текст акцентує на себе увагу за допомогою кольору та масштабу.

Композиція плакату центрична. Руки знаходяться по центру і виділені за допомогою світлішого фону. Кольорова гама обмежена темними відтінками та червоними. Такі кольори додають плакату напруженості та драматизму. Типографія проста і статична. Текст акцентує на себе увагу за допомогою кольору та масштабу. Темний фон і прості шрифти додають контрастів та підвищують доступність інформації. Художня цінність плакату полягає у його простому образу, але сильному емоційному впливі.

Другий аналог – плакат Тетяни Ромахи «Скажи світу, що тут пекло» (Додаток А Рис. А. 2.) [13]. Темний фон і силуети людей у нижній частині плакату створюють напругу і привертають увагу. Червоні підсвічування додають ще більшого драматизму та відчуття небезпеки.

Кольори використані контрастні: чорний, білий та червоний. Така кольорова гама дозволяє виділити важливі елементи та передати настрій плакату.

Центральним акцентом композиції є напис «Четвертий рік полону». Він одразу привертає увагу через простий шрифт, великий масштаб та світлий колір, який контрастує на темному фоні. Менший за масштабом текст пояснює основну ідею плакату – привернути увагу до жахливих подій, які відбуваються з полоненими.

Композиція плакату статична. Червона сітка позаду розташована вертикально по центру. Текстові блоки також статичні. Легкої динаміки додають силуети людей, які зображені в перспективі. На плакаті присутні ритмічні повторення. Вони є на фоні у вигляді червоної та чорної сітки, а також у вигляді силуетів людей, які повторюються.

Силуети людей унизу також слугують фоном для основного напису. Плакат легко сприймається. Написи привертають увагу через контрасти. Також вони поділяються на головні та другорядні. Це дозволяє швидко засвоїти інформацію.

Третій аналог – плакат Тетяни Ромахи «Четверте Різдво у полоні» (Додаток А Рис. А. 3.) [13]. Першим увагу привертає образ зв'язаних рук у різдвяному вінку, які знаходяться в центрі композиції. Цей елемент символізує обмеження свободи і додає емоційного контрасту через вінок, який асоціюється зі святами. Напис «Четверте Різдво у полоні» одразу привертає увагу через великий масштаб та червоний колір на темному фоні. Також він передає основну ідею плакату. Другорядний текст є менший за масштабом, несе функцію інформаційного плакату і повідомляє про подію.

Композиція плакату побудована так, що основну увагу привертає центральне зображення рук та вінка, яке нагадує про ідею полону та святкового часу. Воно побудовано на контрасті червоного та чорного кольорів. Композиція є статичною. Елементи розташовані пропорційно на всій площині плакату.

Блоки з шрифтами знаходяться на рівні з основним зображенням. Разом всі ці частини вписуються в один прямокутник.

Плакат добре сприймається через свою зрозумілу ієрархію. Спочатку глядач фокусує увагу на центральному зображенні, потім на великому заголовку і другорядному тексту. Загальний вигляд плакату виразний, символічний та інформативний. Саме тому він є хорошим для висвітлення такої важливої соціальної проблеми.

Четвертий аналог – плакат Белого Валентина «Полон не є життя» (Додаток А Рис. А. 4.) [14]. В центрі композиції знаходиться силует людини з мішком на голові та колючим дротом на шії. Ці елементи символізують обмеження свободи. Текст «Полон не є життя» розташований вертикально. Така незвичайна композиція одразу привертає до себе увагу. Сам текст чітко формулює головну ідею. Також є другорядний текст, який виконує функцію додаткової інформації.

На чорному фоні є ритмічні повторення з сірого тексту, який слугує фоном і не відволікає від основних елементів, виділених білим та червоним кольорами.

Композиція плакату має акцент на силуеті людини, наступним привертає увагу вертикальний текст. Заголовок легко читається через простий шрифт та яскравий червоний колір на темному фоні.

В плакаті є ритмічні повторення у вигляді вертикального тексту на задньому фоні, який повторюється. Він також додає динамічності композиції.

Плакат легко сприймається через правильно побудовану ієрархію: спочатку глядач помічає центральний силует і заголовок, а потім деталі, які додають глибшого змісту та пригніченої атмосфери до плакату.

П'ятий аналог – плакат Влади Ліберевої «Полон – смерть» (Додаток А Рис. А. 5.) [15]. Великий напис передає головну ідею плакату, а другорядний, менший за розміром, текст вказує на тривалість страждань і надає додаткову інформацію.

Палітра композиції дуже обмежена. Вона складається з червоних тонів фону та білого тексту. Це створює відчуття страху та напруги. Композиція складається з силуету людини на задньому плані та колючого дроту на передньому, що створює відчуття глибини.

Текст знаходиться у нижній половині плакату. Він добре читається за рахунок контрасту з фоном, великих літер та білого кольору на темному тлі. Завдяки червоним тонам і напруженій композиції плакат має сильний емоційний вплив.

Контраст між людиною і колючим дротом створює напружену атмосферу, а фотографія та текст поєднуються у цілісний символічний образ.

Шостий аналог – плакат Ольги Лаговської «Ми не маємо права втратити пам'ять про них» (Додаток А Рис. А. 6.) [16]. Першим привертає увагу великий білий текст, який передає весь сенс плакату. У нижній половині плакату знаходиться силует людини, який не промальовується чітко. Це вказує на зникнення та забуття полонених і підкреслює трагізм ситуації.

Кольорова палітра стримана, в сірих тонах. Цей колір символізує пригніченість і не відволікає увагу глядача від основного тексту.

Плакат не має багато елементів, але його композиція виглядає статичною через великий основний текст, який розташований рівно та займає всю верхню частину плакату. Легкої динамічності додають тільки чорні начерки на силуеті людини.

Композиція створена з контрасту між великим білим текстом і сірим фоном. Це робить заголовок читабельним. Плакат добре сприймається через зрозумілу ієрархію: текст привертає увагу, силует людини підтримує зміст і емоції плакату. Контраст сірого і білого кольорів дає легке читання, а проста композиція дозволяє швидко засвоїти основну ідею плакату.

Сьомий аналог – плакат Стаса Колотова «Free Azov» (Додаток А Рис. А. 7.) [12]. В центрі композиції знаходиться рупор на червоному фоні. Внизу великий, короткий напис, який формулює заклик про звільнення полонених.

Кольорова гама обмежена, складається з червоного фону, чорних елементів та білих контурів на шрифтових блоках та графічному елементі – рупорі.

Шрифт динамічний, чорного кольору на світлому фоні, що підсилює контраст і забезпечує легку читабельність. Від рупору до країв композиції розташовані блоки з текстом, які додають динамічності, формують ритм і направляють увагу глядача на всю композицію.

Композиція плакату динамічна. Це досягається тим, що зображення рупора і тестових блоків розташоване по діагоналі. Також текст має перспективне скорочення.

Плакати легко сприймається. Спочатку глядач фокусує свою увагу на рупорі і поступово по текстових блоках переходить по всій композиції. На глядача також впливають чіткі контури, контрастні кольори та динамічне розташування текстових блоків, що викликає емоції та має інформаційний вплив.

Восьмий аналог – плакат Стаса Колотова «Нескорені» (Додаток А Рис. А. 8.) [12]. Головний образ – чоловік у військовій формі, який тримає в руках шеврон, що символізує прапор України. Цей образ вказує на національну ідентичність. Унизу розташований головний напис, який передає зміст плакату.

Композиція побудована на реалістичному зображенні у пригніченій кольоровій гамі, що створює відчуття напруги та тривоги. Яскравим кольоровим акцентом є синьо-жовтий прапор, який також має великий зміст у плакаті.

Яскравий жовтий напис виділяється через контраст із темним фоном та привертає увагу. Плакат має чітку ієрархію: спочатку глядач помічає постать військового, а потім напис в нижній частині.

Дев'ятий аналог – плакат Сергія Снурника «Ми виходимо з тіні» (Додаток А Рис. А. 9.) [17]. Першим привертає увагу великий білий текст у верхній частині плакату. По центру знаходиться постать військового, який

виділяється синім фоном. Також є додаткова інформація другорядним чорним шрифтом.

У плакаті використане художньо оброблене фото силуету, яке додає драматичності і контрастує на синьому фоні. Також контраст підсилює білий текст заголовку, який є акцентом і легко читається.

Плакат має ієрархію, в якій глядач спершу бачить центральний напис, потім фото військового і останнім – текст з додатковою інформацією. Художня обробка фото, контраст кольорів та композиція плакату створюють образ, який передає напругу та закликає підтримати полк.

Десятий аналог – плакат Андрія Єрмоленка «Єднаймося, братаймося» (Додаток А Рис. А. 10.) [18]. Першим привертає увагу глядача зображення чоловіка зі зброєю. Він зображений яскравим червоним кольором на контрасті з чорним фоном.

У верхній частині плакату знаходиться основний текст, який передає основний зміст плакату. Напис створений простим статичним шрифтом, червоного кольору. Також є другорядний текст білого кольору, який більше розкриває сенс плакату.

Палітра кольорів обмежена, складається з чорного фону, червоного зображення та основного напису, білого другорядного тексту.

Ієрархія плакату побудована так, що глядач спочатку звертає увагу на зображення чоловіка, потім на великий заголовок і в кінці помічає другорядний текст. Плакат сприймається легко через обмежену палітру кольорів та не велику кількість елементів, хоча може передати зміст та головну ідею плакату.

Отже, за результатами аналізу аналогів встановлено, що в плакатах на тему полонених найчастіше використовують контрастні, пригнічені кольори. Зазвичай – червоний, чорний, білий. Також зустрічаються спільні символічні образи, такі як: зв'язані руки, колючі дроти, силуети людей. На кожному плакаті має бути чітка композиція та зрозуміла візуальна ієрархія. Саме це допоможе привернути увагу до головної проблеми та вплинути на сприйняття плакатів глядачами.

РОЗДІЛ III

ПРОЄКТНА ЧАСТИНА

3.1. Концепція серії плакатів

В сучасному українському суспільстві важливою та дуже актуальною є проблема полонених. Через війну тисячі військових і цивільних людей опинились в полоні, а їхні близькі постійно знаходяться в стані очікування та невідомості. Кожен полонений має дітей, батьків, друзів та коханих. Всі вони постійно відчують біль через відсутність своїх близьких. Саме це стало основою для створення соціальних плакатів про звільнення полонених.

Концепція серії плакатів полягає у зображенні пустого місця, на якому мала б знаходитись людина у звичайному побуті. У кожному плакаті відсутність людини показується не на пряму, а через пустий простір. Це символізує втрату та розлуку і водночас дає надію на повернення. Такий вигляд плакатів не показує жорстоку війну, а акцентує увагу глядача на тяжких долях людей, які очікують своїх рідних з полону.

Основною метою плакатів є привернення уваги суспільства до проблеми українських громадян, які перебувають в полоні. Плакати мають нагадати глядачеві про те, що кожного дня російський полон руйнує життя тих, хто знаходиться в ньому, та тих, хто постійно живе з втратою близької людини.

Серія складається з п'яти плакатів. Вони мають одну ідею та стиль виконання. В кожному плакаті зображено побутову ситуацію, в якій не вистачає однієї конкретної людини. Основним елементом, який привертає увагу глядача є пусте місце, біля якого є текстовий блок з уточненням, хто саме має знаходитись там. Це дає можливість глядачу зрозуміти сенс плакатів. Він бачить не лише пусте місце, а розуміє роль людини, яка б мала знаходитись там.

Перший плакат «Наречений має бути тут» зображує наречену, яка стоїть біля порожнього стільця. Весілля асоціюється з початком нового сімейного

етапу життя. Відсутність нареченого означає відкладення створення нової сім'ї та спільного майбутнього.

Другий плакат «Друг має бути тут» зображує гойдалку, один кінець якої залишається пустим. Гойдалка – це символ безтурботного дитинства, а пусте місце вказує на тяжку долю дитини та почуття інших дітей, які залишились без друга. Плакат показує, що полон псує все навіть дітям та позбавляє їх можливості проживати своє дитинство.

Третій плакат «Тато має бути тут» зображує сімейний стіл, за яким сидить вся родина, але один стілець пустий. Сімейний стіл – це традиційний образ родинного кола, а порожнє місце порушує гармонію та привертає увагу до відсутності близької людини. Цей плакат акцентує увагу на почуттях дітей та дружини, які очікують свого тата та чоловіка з полону.

Четвертий плакат «Мама має бути тут» зображує тата з дитячим візком. Біля нього є пусте місце, де мала би бути мама дитини. Плакат показує ситуацію, в якій дитина позбавлена материнської любові, а тато має самостійно виконувати обов'язки двох батьків. Акцентується увага на тому, що навіть найменші члени суспільства вимушені відчувати наслідки полону та не мають можливості зростати у повноцінній сім'ї.

П'ятий плакат «Син має бути тут» зображує літню жінку, яка сидить на лавці одна. Біля неї пусте місце, на якому мав би бути її син. Образ жінки – це образ матері, а отже безумовної любові та міцних родинних зв'язків. Порожнє місце на лавці показує біль та очікування, які переживають батьки полонених. Плакат акцентує на емоційному стані людей, які проживають розлуку зі своїми дітьми.

Всі п'ять плакатів мають спільний текстовий блок «Поверніть додому полонених». Він швидко та зрозуміло передає аудиторії основну ідею та тему. Короткий і чіткий заклик спонукає до дії та акцентує увагу на головній проблемі нашого сьогодення.

Негативний простір, тобто відсутність персонажа там, де він мав би бути має важливий сенс. В цьому полягає основна ідея плакатів. Цей художній

прийом додає глибшого змісту і викликає сильніші емоції без складних деталізованих елементів.

Отже, концепція серії плакатів про звільнення полонених має донести до суспільства те, що потрібно пам'ятати про українців які перебувають у полоні і викликати співчуття та емпатію до полонених та їхніх рідних, які страждають та очікують своїх близьких. Аудиторія, при перегляді цих плакатів, має усвідомити, що відсутність однієї людини може руйнувати життя багатьох інших. Також конкретно ці та подібні плакати можуть застосовуватись у акціях чи мітингах, в яких суспільство бореться за звільнення полонених.

3.2. Розробка ескізів та композиції

Процес створення плакатів розпочався з пошуків ескізів. Спочатку вони були відрисовані від руки простим олівцем на папері (Додаток Б Рис. Б. 1.). За допомогою цих начерків було визначено загальну ідею майбутніх плакатів, розташування основних елементів та композицію. Перші ескізи були створені в декількох варіантах для кожного плакату. Основним завданням було визначити розташування персонажів, відсутність людей, які перебувають в полоні та їхню взаємодію між собою. Саме на цьому етапі виникла ідея показати проблему полону порожнім місцем біля членів родини або близьких людей. Хоча спочатку на ескізах зображувались і родини полонених і самі полонені на різних частинах плакату. Початкові ескізи не були затверджені остаточно і потребували подальшого доопрацювання.

Наступним етапом у розробці ескізів було створення їх на графічному планшеті (Додаток Б Рис. Б. 2.). Ескізи були вже більш деталізовані та наповнені більшим сенсом. На цьому етапі було прийнято рішення створити реалістичні ілюстровані та деталізовані плакати. Але в процесі створення таких плакатів виявилось, що надмірна деталізованість заважає глядачу зрозуміти і зосередитись на змісті та головній ідеї. Також не було помітно акценту на пустому місці і ідея з відсутністю людини втрачала свій сенс. Тому дані варіанти також не були затверджені.

Далі було прийнято рішення створювати більш лаконічні і спрощені композиції (Додаток Б Рис. Б. 3.). Це виявилось вдалим варіантом, оскільки посилення плакатів було зрозумілим одразу. Потрібні акценти стали помітнішими і візуальний вигляд легшим для сприйняття. Для створення плакатів у новому стилі було використано програму Adobe Illustrator, яка дозволила створити стилізовані векторні зображення з чіткими контурами та мінімальними деталями.

Під час роботи над остаточним затвердженим варіантом кожного плакату багато уваги приділялось візуальній ієрархії, рівновазі композиції та контрасту. Головним елементом кожного плакату стало порожнє місце, яке показувало людину, що знаходиться в полоні. Воно виділялось за допомогою зведення до мінімуму деталей навколо та підсилювалось кольоровими контрастами. Порожнє місце має насичений червоний колір, підсвічується червоним світлом та відкидає контрастну тінь, а фон та інші другорядні персонажі менш насичені, в сірих відтінках. Тому увага глядача фокусується на основному елементі – порожньому місці.

У результаті пошуків ескізів, стилів, композицій та доопрацювань було створено остаточний варіант плакатів. Для того, щоб передати сенс плакатів більш зрозумілим, було використано спрощену векторну графіку. Створені композиції допомагають глядачу легко зрозуміти зміст і привернути увагу до проблеми повернення українських військових і цивільних громадян.

3.3. Дизайнерське рішення серії плакатів

Остаточний варіант серії плакатів на тему звільнення полонених виконаний у лаконічному векторному стилі з обмеженою палітрою контрастних – червоних, чорних і бежевих, кольорів та мінімальної кількості елементів та деталей. Такий спосіб створення плакатів зосереджує глядача на головній ідеї плакатів та забезпечує швидке розуміння змісту.

Серія плакатів складається з п'яти композицій, які об'єднані єдиною концепцією та стилем візуального оформлення. Кожен плакат показує буденну

ситуацію, в якій є пусте місце для людини, яка знаходиться в полоні. Саме це місце є акцентом композиції та передає основну ідею.

Кольорова палітра була використана обмежена. Вона складається переважно з червоних та бежевих відтінків. Червоний колір є акцентним, але приглушеним. Він символізує біль, тривогу, небезпеку і боротьбу за повернення полонених. Світлий фон створює контраст з затемненим червоними кольорами і забезпечує легку читабельність тексту.

У кожному плакаті є використання світла та тіні. Зробити акцент на порожньому місці допомагає спрямоване червоне світло та тінь, яка залишається після нього. Це допомагає одразу помітити композиційний центр при швидкому перегляді. Також це допомагає підкреслити значущість відсутньої людини.

Персонажі у плакатах зображені узагальненими силуетами, без деталей та рис обличчя. Це дозволяє провести асоціацію із будь-якими реальними людьми, які також очікують своїх рідних з полону. Також відсутність деталей допомагає зробити акцент на головному елементі – порожньому місці.

Типографія серії плакатів проста і легка для сприйняття. Використаний шрифт: Avenir Next Cyr-Bold. Основний текст розташований у нижній частині кожного плаката. Він добре виділяється за допомогою більшого масштабу та темного кольору, який контрастує зі світлим фоном. Також є додаткові написи, які інформують кого саме не вистачає на плакатах. Вони менші за розміром і менш контрастні за кольором, тому привертають до себе менше уваги.

Цілісну серію плакатів вдалось створити завдяки спільним композиційному стилю, кольоровій палітрі та використанню образу пустого місця, яке символізує полоненого. Фінальний варіант найкраще розкриває поставлену мету – привернути увагу суспільства до проблеми повернення полонених.

ВИСНОВКИ

У результаті роботи над кваліфікаційною роботою було розроблено серію з п'яти плакатів на тему звільнення полонених. Ця тема є дуже актуальною у сучасному суспільстві, оскільки в полоні роками перебувають українські захисники та цивільні громадяни, які потребують розголосу та постійного привернення уваги суспільства до своєї проблеми. В розробленій серії плакатів вдалось створити візуальні повідомлення, які спрямовані на підтримку людей, які перебувають в полоні та їхніх родин. Також плакати є нагадуванням про потребу постійної боротьби за повернення українських полонених додому.

Під час роботи було виконано наступні завдання:

- досліджено особливості соціального плакату як методу візуальної комунікації,
- проаналізовано сучасні напрями графічного дизайну та плакатів,
- розроблено концепцію плакатів на тему звільнення полонених,
- створено композиції до серії плакатів,
- визначено стилі та кольори плакатів,
- виконано серію авторських соціальних плакатів.

Аналіз сучасних елементів графічного дизайну дозволив визначити найефективніші засоби візуальної комунікації, які дозволять розкрити обрану тему.

Для досягнення поставленої мети була проведена робота над аналізом аналогів, пошуком художнього стилю та композицій плакатів. Застосування цих елементів на практиці дозволило створити символічні, емоційні та зрозумілі роботи. Велику увагу було приділено вибору кольорової гами і створенню об'єктів, які дозволять передати зміст плакатів та додати їм емоційності.

Результатом роботи є створена серія з п'яти плакатів, яка виконана у єдиному художньому стилі. Композиція кожного з них має чітку ієрархію, помітні акценти та зрозумілий зміст. Основна ідея сприймається швидко і

викликає у глядача потрібну реакцію через правильне використання засобів графічного дизайну.

Практична цінність роботи полягає в тому, що створені плакати можна використовувати у соціальних та благодійних заходах, які присвячені підтримці українських полонених. Ці матеріали можуть використовуватись як в друкованій продукції так і в соціальних мережах та на інших веб ресурсах. Це розширює способи поширення плакатів та полегшує їх донесення до різних категорій аудиторії.

Достовірність отриманих результатів підтверджується аналізом теорії, аналогів, та використання технік сучасного графічного дизайну. Усі процеси створення серії плакатів виконувались поетапно. Спочатку – збір інформації, формування концепції, потім – створення ескізів і фінального вигляду плакатів.

Перспективою подальшого розвитку проєкту може бути можливість додавати в майбутньому нові плакати, які будуть висвітлювати інші проблеми російсько-української війни. Також є можливим створення анімованих версій плакатів чи створення рекламних елементів на їх основі.

Отже, поставлену мету кваліфікаційної роботи досягнуто. Усі завдання виконано. Отримані результати підтверджують ефективність привернення уваги суспільства до проблеми звільнення полонених за допомогою такого графічного елементу як плакат. Створена серія плакатів має соціальний вплив на суспільство та відповідає сучасним вимогам графічного дизайну, тому може використовуватись як дієвий інструмент впливу на свідомість громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексіс Бойлен. Візуальна культура. Київ, ArtHuss, 2021. 208 с.
2. Бразел Дерек, Девіс Джо. Як зрозуміти ілюстрацію. Київ, ArtHuss, 2019. 208 с.
3. Гілл Сондерс, Маргарет Тіммерс, Кетрін Флад, зоріан Клейтон. The poster: a visual history. Thames & Hudson, 2020. 304 с.
4. Ніл Леонард, Гевін Емброуз. Генерування ідей. Київ, ArtHuss, 2019. 192 с.
5. Олег Маламуж. Швидкий малюнок: дизайн песонажів та анімація. Київ, ArtHuss, 2025. 272 с.
6. Шон Адамс, Пітер Доусон, Джон Фостер, Тоні Седон. Заповіді графічного дизайну. Київ, ArtHuss, 2025. 384 с.
7. Юрген Дорінг. The poster: 200 years of art and history. Prestel, 2020. 384 с.
8. Нікіта Тітов, плакатист, з плакатом не можна брехати, треба казати те, що відчуваєш URL: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/nikita-titov-plakatyst>
9. Плакат. Основні види. Терміни та визначення. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82>
10. Розробка дизайну плакату. URL: <https://basov.com.ua/plakat.html>
11. Як створити дизайн постерів у 2024. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/dizajn-posteriv.html>
12. Instagram сторінка графічного дизайнера Стаса Колотова. URL: <https://www.instagram.com/staskolotov/>
13. Instagram сторінка волонтера Тетяни Ромахи. URL: <https://www.instagram.com/romahatetiana/>
14. Instagram сторінка навчального закладу. URL: https://www.instagram.com/prjctr_institute?igsh=NWZvbDZibDU0aGht

15. Instagram сторінка фотографа Влади Ліберевої. URL:
<https://www.instagram.com/libkos/?hl=uk>
16. Instagram сторінка графічного дизайнера Ольги Лаговської. URL:
https://www.instagram.com/lagowska_art/
17. Instagram сторінка дизайнерського агенства. URL:
https://www.instagram.com/prjctr_institute?igsh=NWZvbDZibDU0aGht
18. Instagram сторінка графічного дизайнера Андрія Єрмоленка. URL:
https://www.instagram.com/andriy_yermolenko?igsh=ZWJ3dGo2aG53YnF2

ДОДАТКИ

Додаток А

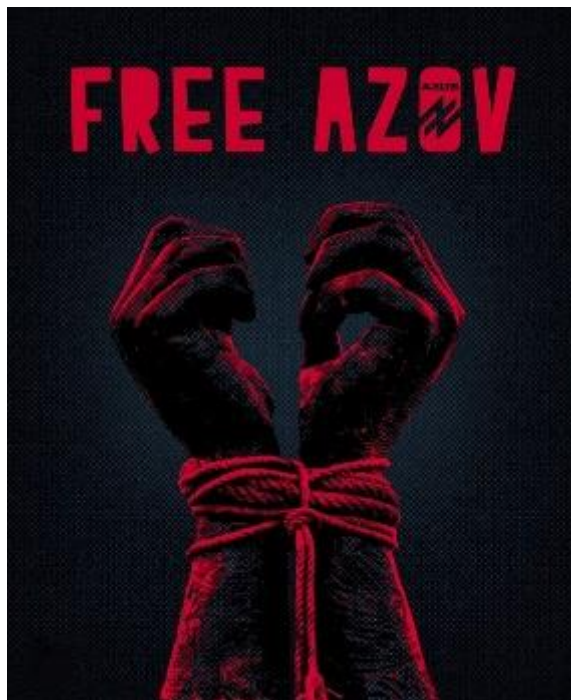


Рис. А. 1. Плакат Стаса Колотова. «Free Azov» [12]



Рис. А. 2. Плакат Тетяни Ромахи «Скажи світу, що тут пекло» [13]



Рис. А. 3. Плакат Тетяни Ромахи «Четверте Різдво у полоні» [13]

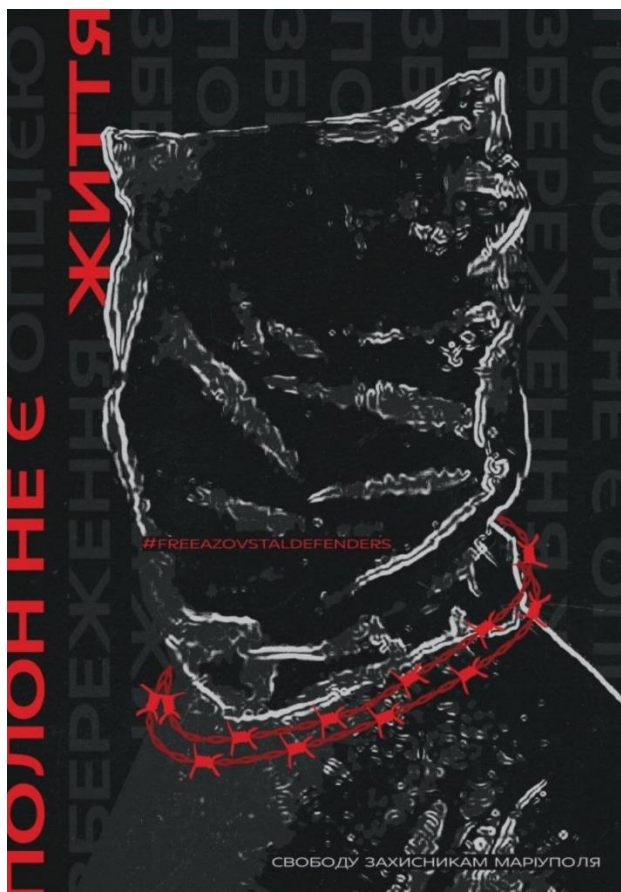


Рис А. 4. Плакат Белого Валентина «Полон не є життя» [14]



Рис. А. 5. Плакат Влади Ліберевої «Полон – смерть» [15]



Рис. А. 6. Плакат Ольги Лаговської
«Ми не маємо права втратити пам'ять про них» [16]



Рис. А. 9. Плакат Сергія Снурника «Ми виходимо з тіні» [17]

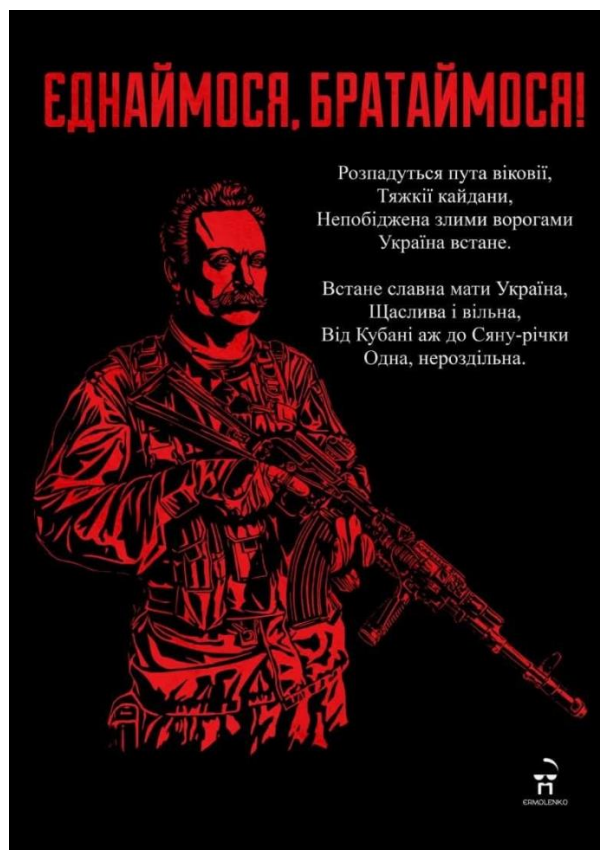


Рис. А. 10. Плакат Андрія Єрмоленка «Єднаймося, братаймося» [18]

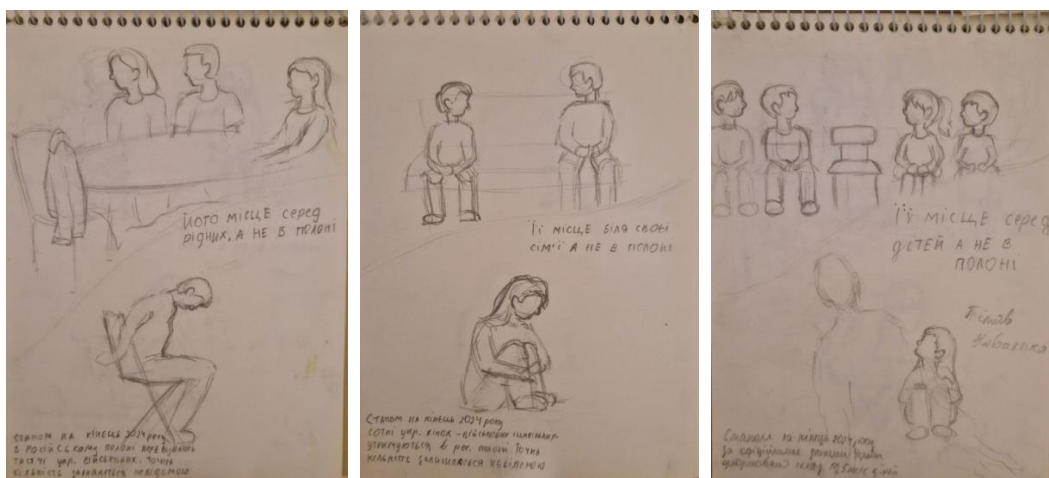


Рис. Б. 1. Перші ескізи створені вручну

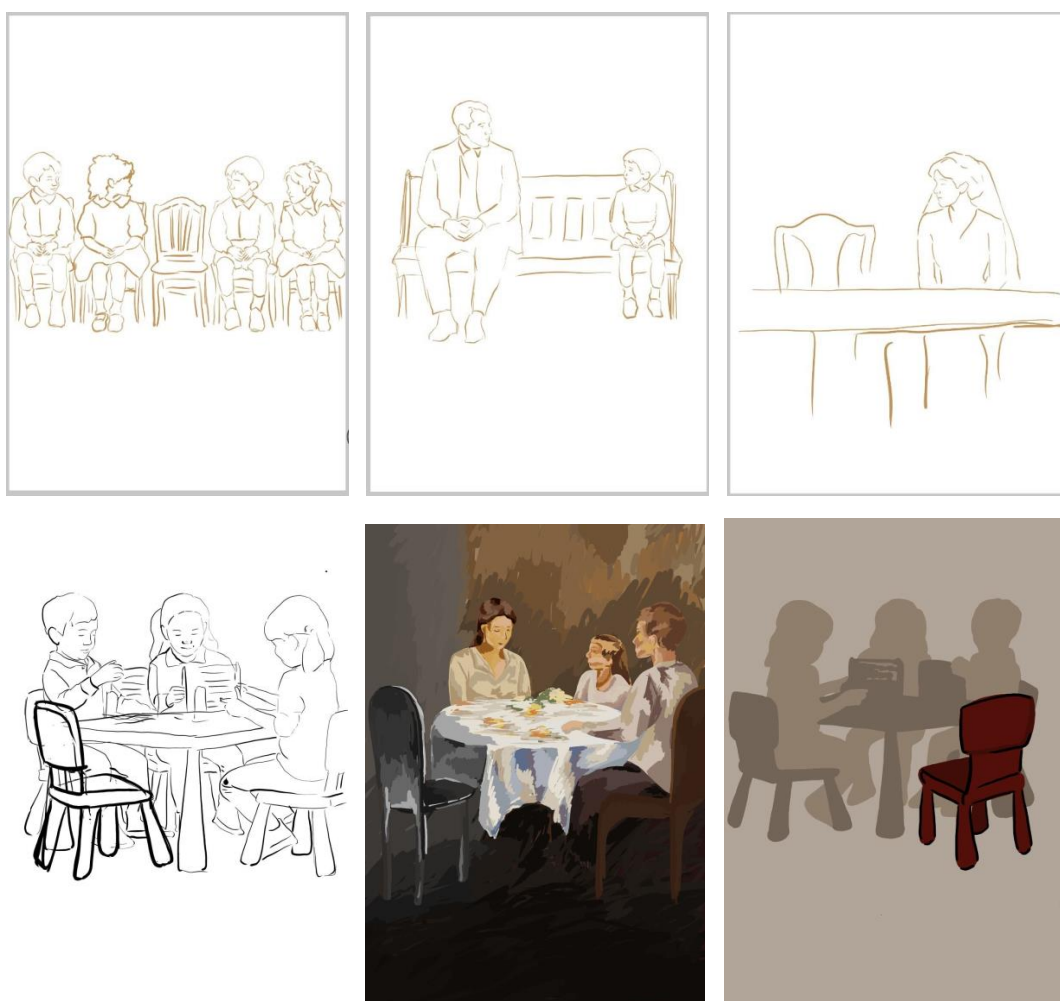


Рис. Б. 2. Ескізи створені на графічному планшеті



Рис. Б. 3. Початок роботи над спрощеними композиціями

ПРОЄКТНА ЧАСТИНА

Серія плакатів «Поверніть додому полонених»

Аркуш 1 «Наречений має бути тут»

Аркуш 2 «Друг має бути тут»

Аркуш 3 «Тато має бути тут»

Аркуш 4 «Мама має бути тут»

Аркуш 5 «Син має бути тут»