

забезпечує гармонію та цілісність. Форма - зовнішнє вираження ідеї, яке може бути як традиційним, так і інноваційним. Образ - художнє узагальнення, що формує емоційний та культурний контекст. Для українського дизайну важливо, щоб форма та структура не лише відповідали сучасним вимогам, але й зберігали національну самобутність. Образ у цьому контексті стає носієм культурної пам'яті та ідентичності. Поєднання традиції та сучасності у графічному дизайні дозволяє створювати унікальні візуальні рішення.

Традиційні мотиви можуть бути переосмислені через сучасні технології, такі як цифрова графіка, 3D-моделювання та інтерактивні медіа, що відкриває нові можливості для формоутворення, зберігаючи при цьому культурну спадщину. Дослідження теми «структура, форма, образ» у контексті української ідентичності є надзвичайно важливим для студентів-графічних дизайнерів, оскільки воно допомагає зрозуміти, як традиція може стати основою для сучасних рішень, а сучасність — інструментом для розвитку національної культури. Творчість Г. Нарбута, В. Кричевського та успішних дизайн-студій є яскравим прикладом того, як структура, форма та образ можуть поєднувати традицію з сучасністю, формуючи нову мову українського графічного дизайну.

Список використаних джерел

1. Мудрак, Мирослава. Образний світ Георгія Нарбута і творення українського бренду: Монографія / Мудрак, Мирослава; Пер. з англ. Я.Стріха. - К.: Родовід, 2021. – 160с.
2. Ковальчук О. «Композиція у графічному мистецтві». Львів, 2018.
3. Drozdova N. «Ukrainian Visual Identity in Contemporary Design». Journal of Design Studies, 2021.
4. Сидоренко В. «Василь Кричевський: традиція та новаторство». Харків, 2010
5. Василь Кричевський: орнаментні композиції : альбом / передм. М. Р. Селівачов, А. О. Пучков ; упоряд. О. О. Савчук. — Харків : Видавець Олександр Савчук, 2023. — 312 с. : 220 іл.
6. Журавель-Змеєва Л., Стрельцова С. «Сучасні тенденції в проєктуванні графічного дизайну України початку XXI ст.» <https://doi.org/10.24919/2308-4863/84-1-23>

ПОСТЕР ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Ілля ГОРДІЄНКО

студент групи ГД – 24

кафедри інформаційних,

мультимедійних технологій та дизайну

Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, м. Черкаси

Науковий керівник: викладач кафедри інформаційних,

мультимедійних технологій та дизайну

Іван МАНЗЕНКО

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

Постер є одним із найдієвіших та найпопулярнішим засобом візуальної комунікації, оскільки вдало поєднує в своїй структурі: графічні, текстові та композиційні елементи для швидкого й зрозумілого висвітлення та подачі інформації для широкої аудиторії. У сучасному світі, переповненому інформацією, де люди щодня стикаються з великою кількістю різної якості контенту, постер виконує роль миттєвого візуального сигналу, який не лише привертає увагу, а й передає ключову ідею та залишає емоційний або смисловий слід.

Візуальна комунікація як спосіб передачі інформації, що формується через образи створені за допомогою гармонійно використаних форм, кольору, композиції та символіки, забезпечує швидке й ефективне сприйняття змісту, що впливає на емоційний стан публіки, сприяє формуванню цілісного уявлення про спожитий образ, символ чи повідомлення. У цьому контексті постер виступає концентрованою формою повідомлення, де кожна деталь має своє значення і працює на реалізацію загальної мети. Головною характеристикою постеру є його здатність миттєво сприйматися: здебільшого глядач витрачає на перегляд кілька секунд, тому він має бути лаконічним, зрозумілим, та візуально виразним.

Історично постери виникли як спосіб масової комунікації XIX століття завдяки розвитку друкарських технологій які дозволили створювати яскраві афіші для реклами вистав, концертів і товарів. У XX столітті вони активно використовувались для пропаганди, соціальної комунікації та мистецького самовираження. З часом постери адаптувались до сучасних технологій та форматів, проте їхня головна функція – швидка передача повідомлення, залишилась незмінною.

На сьогодні постери використовуються не тільки в друкованому виді, а й у цифровому. Соціальні мережі, вебсайти й мобільні платформи стали новими каналами їх поширення. Сучасні плакати створюються адаптивними, враховуючи різні варіації розміру, і вирізняються більшою наповненістю та візуальною чіткістю, задля ефективної конкуренції за увагу глядача.

Композиція відіграє ключову роль у створенні ефективного постера, оскільки саме вона визначає порядок розташування елементів, що впливає на послідовність та чіткість сприйняття інформації глядачем. Організація та використання простору безпосередньо впливає на те, наскільки швидко аудиторія сприйме основний зміст постеру. Використання композиційного центру дає змогу виділити головний елемент для фокусування уваги, тоді як допоміжні елементи підкреслюють та підтримують основну ідею. Важливим фактором є баланс, що створює гармонійний розподіл візуальної ваги між елементами, який створює естетичну рівновагу композиції. Симетричні рішення зазвичай додають впорядкованості та стабільності, тоді як асиметричні підходи надають динамічності та виразності. Не менш значущою є ієрархія елементів: композиційне рішення має чітко визначати головні та другорядні елементи.

Колір є важливим елементом кожного постеру, він слугує потужним інструментом візуального впливу, що створює потрібні емоційні асоціації. Правильне використання кольору здатне вплинути на бажану психологічну реакцію, заохотити до погодження із змістом повідомлення плакату. Контрасти дозволяють акцентувати увагу на основні елементи, особливо при швидкому перегляді, тоді як гармонійна палітра сприяє цілісності та естетичній привабливості. Водночас надмірне використання кольорів може перевантажувати візуальне сприйняття, тому для досягнення чіткості та єдності, зазвичай використовують обмежену колірну палітру.

Типографіка також є невід'ємною складовою дизайну постера, поєднуючи практичну функцію текстової інформації з художньою виразністю. Вона забезпечує зручне сприйняття тексту, водночас впливаючи на загальну атмосферу та стиль роботи через вибір шрифту, його розмір та розташування. Особливо в мінімалістичних постерах типографіка відіграє головну роль, впливаючи на характер, композицію та об'єми, роблячи текст не лише носієм інформації, а й естетичним елементом.

У сучасному світі постер грає важливу роль як універсальний інструмент візуальної комунікації, що активно застосовується в освіті, культурі, рекламі та соціальних проєктах. Поєднання тексту та зображення дозволяє швидко, лаконічно й ефективно передати інформацію широкій аудиторії, привертаючи її увагу та формуючи ставлення до певної події, ідеї чи продукту. У цифрову епоху значущість постерів лише зростає: вони поширюються через соціальні мережі та онлайн-майданчики, постійно адаптуються до нових форматів і способів подання інформації. Це сприяє зміні в підході до створення постерів, оскільки потрібно враховувати особливості сприйняття на екрані та поведінкові моделі користувачів у цифровому середовищі. Плакати адаптують для ще швидкого сприйняття.

Використовуються ще більш різкі контрасти, великі елементи, мінімізація та ієрархія. Важливим етапом стає адаптивний підхід: макети розробляються з урахуванням різних співвідношень сторін, що забезпечує масштабованість без втрати читабельності основних елементів. Також не менш важливим стало врахування роздільної здатності екранів та їх кольоропередачу. До того ж цифрові постери дедалі частіше інтегруються з мультимедійними форматами, включаючи motion-дизайн та короткі відео. Це дає змогу підвищити залученість аудиторії і посилювати ефективність комунікації за допомогою динамічних візуальних засобів.

Таким чином, плакат залишається актуальним інструментом впливу і комунікації в сучасному інформаційному просторі. Завдяки універсальності він успішно працює як у реальному середовищі, так і в цифровому форматі, привертаючи увагу аудиторії та формуючи її емоційну реакцію.

Список використаних джерел

1. Йоганнес Іттен. Мистецтво кольору. Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Київ: ArtHuss, 2022. 96 с.
2. Костенко О. В. Основи графічного дизайну. – Київ: Видавництво КНУКіМ, 2018.
3. Шпак В. М. Візуальні комунікації в сучасному дизайні. – Харків: ХДАДМ, 2020.
4. Meggs P. B., Purvis A. W. History of Graphic Design. – 6th ed. – Hoboken: Wiley, 2016.
5. Heller S., Vienne V. 100 Ideas that Changed Graphic Design. – London: Laurence King Publishing, 2012.
6. Norman D. A. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. – New York: Basic Books, 2004
7. Plass J. L., Um E. Emotional design in multimedia learning. Journal of Educational Psychology. – 2012. – Vol. 104, No. 2.

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ 2D ПЕРСОНАЖІВ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВІД ІДЕЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ

Сергій ЗАПІСОЧНИЙ

викладач кафедри інформаційних,

мультимедійних технологій та дизайну

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

Сучасні технології сильно змінили те, як ми створюємо зображення, особливо у дизайні та ілюстрації. Одна з важливих тем - створення 2D персонажів. Вони потрібні для книг, коміксів, мультфільмів, ігор, реклами. Персонаж – це не просто картинка, він допомагає передати думку, почуття та характер. Тому важливо вивчити, як саме створюються 2D персонажі на комп'ютері, використовуючи як мистецтво, і сучасні програми [1].

Мета цієї роботи - зрозуміти, з чого складається процес створення 2D персонажів на комп'ютері, і як зробити їх виразними, щоб передати задум автора за допомогою класичних методів малювання та сучасних технологій [1; 2].

Створення 2D персонажа - це складний процес, який включає продумування ідеї та її технічне втілення. Спочатку треба вигадати, яким буде персонаж. Це залежить від завдання, для кого він робиться і для чого потрібний, яку суть та ідею він несе в собі. На цьому етапі вирішують, який у нього буде характер, які емоції він відчуватиме, як поводитиметься, яка в нього історія і в якому стилі він буде намальований.