

ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
УКРАЇНСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ  
Кафедра «графічного дизайну»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
спеціальності 022 «Графічний дизайн»  
на тему:

**«Проектування серії рекламно-інформаційних плакатів (постерів) на теми: християнських цінностей, біблійних істин та морального вибору в сучасному світі»**

Роботу виконано:  
студента групи ДЗ-21  
Богдана СУХОРАБА  
Науковий керівник:  
кандидат технічних наук,  
доцент кафедри дизайну  
Юрій ВАРЧЕНКО

Буча  
2025

## ЗМІСТ

<b>АНОТАЦІЯ</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ПЛАКАТ У МИСТЕЦТВІ, РЕКЛАМІ ТА ДУХОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ</b> .....	8
1.1 Формування плакату як жанру .....	8
1.2 Плакат як засіб трансляції християнських цінностей і морального вибору.....	12
1.3 Сучасний стан застосування плакатів у християнському вихованні та популяризації.....	18
<b>РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ ЕТАП РОЗРОБКИ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ</b> .....	22
2.1 Аналіз аналогів і прототипів .....	22
2.2 Вибір концепції та стилю серії плакатів .....	35
2.3 Шляхи реалізації задуму .....	38
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТУВАННЯ СЕРІЇ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ПЛАКАТІВ</b> .....	43
3.1. Створення ескізного ряду і опис.....	43
3.2. Вибір розмірів, кольорів, шрифтів .....	51
3.3. Проектування серії плакатів .....	56
<b>ВИСНОВОК</b> .....	64
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	67

## АНОТАЦІЯ

Ця робота присвячена створенню серії рекламно-інформаційних плакатів, що розкривають теми християнських цінностей, біблійних істин та морального вибору в сучасному соціокультурному контексті. Плакат як потужний засіб візуальної комунікації дозволяє передавати складні духовні ідеї через прості та виразні образи.

У теоретичній частині досліджено розвиток плакату, його функції, а також роль смислового дизайну, де візуальні елементи несуть глибокий духовний зміст. Аналізовано типографіку, композицію, кольорову гармонію і символіку як засоби посилення меседжу.

Практична частина включає розробку п'яти тематичних плакатів, що відображають віру, любов, боротьбу добра зі злом, моральні виклики сучасності, вибір життєвого шляху. Плакати створені з урахуванням психології сприйняття і актуальних трендів соціального дизайну.

Результатом стала цілісна серія плакатів, які можуть бути застосовані у освітніх, соціальних і церковних проєктах. Робота має практичну і методологічну цінність для дизайнерів та дослідників візуальної культури.

**Ключові слова:** графічний дизайн, соціальний плакат, християнські цінності, біблійні істини, моральний вибір, візуальна комунікація, символізм, типографіка.

## ANNOTATION

This work is devoted to the creation of a series of advertising and informational posters that reveal the themes of Christian values, biblical truths, and moral choices in the modern socio-cultural context. As a powerful means of visual communication, the poster allows us to convey complex spiritual ideas through simple and expressive images.

The theoretical part explores the development of the poster, its functions, as well as the role of semantic design, where visual elements carry a deep spiritual meaning. Typography, composition, color harmony, and symbolism are analyzed as means of strengthening the message.

The practical part includes the development of five thematic posters reflecting faith, love, the struggle between good and evil, moral challenges of our time, and the choice of life path. The posters were created taking into account the psychology of perception and current trends in social design.

The result is a complete series of posters that can be used in educational, social, and church projects. The work has practical and methodological value for designers and researchers of visual culture.

**Keywords:** graphic design, social poster, Christian values, biblical truths, moral choice, visual communication, symbolism, typography.

## ВСТУП

У ХХІ столітті візуальна комунікація стала невід'ємною частиною повсякденного життя, формуючи не лише інформаційний простір, а й ціннісні орієнтири суспільства. Згідно з дослідженнями сучасних соціологів і культурологів, саме візуальні образи мають найбільший вплив на емоційну сферу людини, сприяють швидкому сприйняттю та запам'ятовуванню інформації, а отже - є потужним інструментом формування громадської думки та світогляду [1]. Особливої актуальності набуває питання створення якісного візуального контенту, який не лише інформує, а й виховує, надихає, формує моральні орієнтири.

Плакат - це не просто засіб реклами чи інформування, а унікальний жанр графічного мистецтва, який поєднує художню виразність із соціальною функцією. Від моменту свого виникнення і до сьогодні плакат залишається ефективним інструментом візуальної комунікації, здатним транслювати складні філософські, духовні та етичні ідеї через лаконічні образи, символи, кольори та типографіку. У сучасних умовах, коли інформаційний простір переповнений контентом, саме плакат дозволяє миттєво привернути увагу, викликати емоційну реакцію, донести важливий меседж до широкої аудиторії.

Особливе місце серед різновидів плакатного мистецтва займають соціальні та просвітницькі плакати, присвячені темам духовності, морального вибору, християнських цінностей. У періоди соціальних трансформацій, кризи ідентичності, втрати традиційних орієнтирів саме ці теми стають надзвичайно важливими для суспільства. Християнська етика, біблійні істини, ідеї любові, милосердя, прощення, вибору між добром і злом - це універсальні цінності, які залишаються актуальними незалежно від епохи чи культурного контексту. Водночас сучасна молодь і широка

аудиторія потребують нових, креативних форм подачі таких ідей - зрозумілих, емоційних, адаптованих до сучасної візуальної культури [2].

Створення серії рекламно-інформаційних плакатів на теми християнських цінностей та морального вибору є актуальним завданням для сучасного дизайнера. Такий проєкт вимагає не лише володіння художньо-технічними прийомами, а й глибокого розуміння психології сприйняття, знання основ семіотики, символіки, принципів композиції, типографіки, а також здатності до концептуального мислення. Важливо враховувати як світові тенденції у графічному дизайні (мінімалізм, акцент на типографіці, використання візуальних метафор), так і локальний культурний контекст, особливості цільової аудиторії.

**Актуальність дослідження** полягає в тому, що сучасний інформаційний простір вимагає від дизайнерів створення не просто естетичних, а змістовно наповнених, концептуально цілісних візуальних продуктів, здатних впливати на формування духовно-моральних орієнтирів суспільства. Плакат на християнську тематику може стати ефективним інструментом просвітництва, духовної підтримки, формування позитивного світогляду, особливо серед молоді.

**Мета дипломної роботи** - розробити серію рекламно-інформаційних плакатів, які візуалізують християнські цінності, біблійні істини та моральний вибір у сучасному світі, з урахуванням актуальних тенденцій графічного дизайну та потреб цільової аудиторії.

Завдання дослідження:

1. Розглянути плакат, як елемент мистецтва, реклами та духовної комунікації.
2. Провести передпроектні роботи по розробці серії плакатів: встановити аналоги та прототип, вибрати концепцію та стиль проєктування, визначити шляхи реалізації задуму.
3. Спроекувати серію рекламно-інформаційних плакатів.

**Об'єкт дослідження** - процес створення рекламно-інформаційних плакатів у сучасному графічному дизайні.

**Предмет дослідження** - художньо-графічні прийоми, методи візуального впливу та концептуального мислення, застосовані у розробці серії тематичних плакатів.

Таким чином, дана робота є не лише дизайнерським експериментом, а й спробою знайти актуальні форми вираження вічних духовних істин, адаптовані до потреб сучасного суспільства, де плакат може стати мовою діалогу між традицією і сьогоденням.

# РОЗДІЛ 1. ПЛАКАТ У МИСТЕЦТВІ, РЕКЛАМІ ТА ДУХОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

## 1.1 Формування плакату як жанру

Плакат як жанр візуальної комунікації має багат шарову історію розвитку, що охоплює тривалий період людської цивілізації. Його витoki сягають глибини давнини, коли первісні суспільства використовували зображення та символічні форми для передачі важливої інформації, вираження соціальних настанов, закликів до дії або навіть сакрального впливу. Упродовж століть візуальна мова була потужним засобом впливу на колективну свідомість, виступаючи інструментом формування культурних кодів, моральних уявлень і ідеологічних парадигм.

Найдавніші прояви візуальної комунікації дослідники вбачають у наскельному живописі та піктографічних зображеннях доби палеоліту, які виконували не лише декоративну, а й комунікативну функцію. Такі образи часто слугували засобом фіксації важливих подій, знань про довкілля, а також способом передавання інформації між поколіннями [1]. Протягом часу ці візуальні форми ускладнювалися й змінювалися: у Стародавньому Єгипті з'являються ієрогліфічні системи, у Месопотамії — клинописні таблички, які супроводжувалися зображеннями. В античному світі, зокрема в Греції та Римі, поширювалися написи, що містили як текстову, так і візуальну інформацію — перші спроби поєднання слова й образу.

У Стародавньому Римі практикували виготовлення настінних написів та вивісок, які мали характер інформаційного чи агітаційного повідомлення. Вони стосувалися здебільшого соціального життя: гладіаторських боїв, розпродажів, виборів. Ці повідомлення містили короткий текст і часто — спрощене зображення, що дозволяло ефективно доносити зміст до широкого загалу. Археологічні знахідки в Помпеях і Геркуланумі

підтверджують масовість подібних інформаційних об'єктів, які за своїм змістом і функцією вже наближались до сучасного розуміння плаката [3].

Якісно новий етап розвитку жанру пов'язаний з технічним проривом — винаходом друкарства у XV столітті. З появою друкованих листівок, брошур, оголошень зростає потреба в масовому поширенні інформації. У цей період формуються перші ознаки плакатного мовлення: лаконічність, ясність, звернення до емоційної складової. Друковані плакати починають використовуватись для поширення релігійних ідеологій, оголошень про публічні події, а згодом — для торгівельної реклами, що розширює функціональні горизонти жанру.

Особливо вагомим стало впровадження літографії у 1796 році, винайденої Алоїзом Зенефельдером. Завдяки цій технології з'явилася можливість масово виробляти кольорові зображення високої якості, що суттєво змінило характер плакату — він набув естетичної привабливості й почав домінувати у візуальному просторі європейських міст [4]. Вулиці, площі, театральні фасади заповнилися барвистими плакатами, які не тільки інформували, а й формували новий тип візуального досвіду.

Кінець XIX — початок XX століття вважається «золотою добою» плакатного мистецтва. У цей час відбувається взаємодія між образотворчим мистецтвом, типографією та комунікаційними технологіями. У Франції, Великій Британії, Німеччині та США з'являються авторські плакати, що поєднують функціональність із високим рівнем художнього виконання. Такі митці, як Анрі Тулуз-Лотрек, Альфонс Муха, Жюль Шере, внесли значний вклад у розвиток плакатного стилю, надаючи йому рис витонченого мистецтва [3].

У цей період плакат активно використовується для:

- реклами театральних вистав, концертів, товарів широкого вжитку;
- політичної агітації під час виборчих кампаній, закликів до мобілізації;

- соціальної пропаганди (санітарна освіта, профілактика захворювань, просування здорового способу життя).

Плакат стає універсальним інструментом візуального впливу, здатним швидко адаптуватися до тематики, контексту та цільової аудиторії. Завдяки своїй простоті, наочності й емоційній силі, він перетворюється на засіб масової комунікації з високою ефективністю. Його характерною особливістю є здатність передавати складні повідомлення за допомогою мінімальних засобів — яскравого образу, стиснутого тексту, чіткого композиційного рішення. Це робить плакат надзвичайно дієвим у ситуаціях, де потрібне швидке сприйняття інформації, наприклад, у публічному просторі, на вулицях, у транспорті або на масових заходах.

У ХХ столітті функції плакату ще більше розширюються — він охоплює не лише комерційну сферу, а й стає потужним інструментом політичної мобілізації, національного самоусвідомлення, соціального впливу. Під час воєн, революцій та соціальних зрушень плакат використовується як засіб пропаганди, заклику до дії, формування уявлень про ворога або ідеального громадянина. Яскравим прикладом є радянська, нацистська та американська візуальна агітація 1930–1940-х років, де плакати слугували основою ідеологічного впливу та масового залучення громадян до певної діяльності [5].

У радянській Україні плакат стає важливою складовою державної інформаційної політики. Його використовують для поширення ідей соціалізму, виховання «нової людини», пропаганди праці, боротьби з релігією, прославлення героїв праці та армії. Плакат втрачає індивідуальність і перетворюється на стандартизований засіб трансляції офіційної ідеології, хоча водночас зберігає високий рівень художнього виконання, зокрема завдяки школі професійних радянських графіків [5].

Паралельно на Заході плакат еволюціонує у бік комерційної та культурної реклами. Він набуває характеру творчого експерименту, стає

платформою для нових художніх напрямів, таких як поп-арт, концептуалізм, постмодернізм. Відомі графіки й митці, як-от Пол Ренд, Соль Бас, Мілтон Глейзер, інтегрують у плакатні композиції інноваційні шрифти, символічні метафори, колажні техніки. Плакат більше не лише інформує чи рекламує — він провокує, переосмислює соціальні явища, стає частиною публічного дискурсу.

У другій половині ХХ — на початку ХХІ століття плакат активно відгукується на глобальні виклики — екологічні проблеми, права людини, пандемії, політичні кризи. Він трансформується відповідно до розвитку цифрових технологій: з'являються цифрові афіші, інтерактивні постери, анімаційні GIF-плакати, застосовуються QR-коди, доповнена реальність (AR). Це дозволяє не лише розширити канали розповсюдження, а й поглибити рівень взаємодії зі споживачем, залучаючи його до комунікаційного процесу.

Важливим залишається й естетичний аспект плакату. Незважаючи на технічну простоту, він здатен виявляти глибокі художні сенси. Як зазначає Володимир Косів, «плакат — це візуальний акт комунікації, де образ часто превалює над словом, формуючи смисловий центр». Ця характеристика дозволяє плакату залишатися актуальним у добу візуального перенасичення: серед великої кількості зображень саме добре створений плакат має силу привернути увагу та залишити емоційний слід у свідомості.

Отже, на сучасному етапі плакат постає як багатофункціональний жанр, що інтегрує в собі елементи дизайну, мистецтва, медіа, соціальної критики. Його гнучкість, візуальна сила та здатність реагувати на зміну контекстів забезпечують йому подальше існування в різноманітних формах — від друкованих постерів до цифрових інтерактивних інтерфейсів. Таким чином, плакат не лише зберігає свою комунікативну сутність, але й актуалізується відповідно до вимог часу, залишаючись невіддільним компонентом візуальної культури людства [2].

## **1.2 Плакат як засіб трансляції християнських цінностей і морального вибору**

Плакат є одним із найефективніших засобів візуальної комунікації, здатним передавати складні духовні та моральні ідеї у доступній для широкої аудиторії формі. У контексті християнського виховання його роль особливо значуща: плакат слугує не лише інформативним носієм, але й потужним виховним, просвітницьким інструментом, який допомагає у формуванні моральної свідомості і духовних орієнтирів. Завдяки поєднанню образу, символу і тексту, плакат може миттєво привернути увагу, викликати глибокий емоційний відгук і стимулювати до роздумів над складними питаннями морального вибору та духовного зростання [7].

Візуальні образи в історії християнства завжди відігравали важливу роль у поширенні ідей і духовних істин. Першими візуальними «плакатами» можна вважати іконографію, фрески та мозаїки, які виконували функцію наочного посібника для неписьменних вірян. Вони служили своєрідним «вікном у духовний світ», через яке можна було зрозуміти біблійні сюжети, моральні уроки та християнські настанови. Ці мистецькі твори поєднували глибокий символізм, теологічну глибину та яскраве зображення, що сприяло емоційному залученню та запам'ятовуванню духовних істин.

З появою друкарства у XV столітті стало можливим масове розповсюдження релігійних текстів і зображень, що значно розширило можливості візуальної проповіді. Поширення гравюр і листівок із біблійними сюжетами дало змогу донести християнські цінності до ще ширшого кола осіб, зробивши релігійну інформацію більш доступною. Такі візуальні матеріали не лише інформували, а й сприяли духовному вихованню, формуючи уявлення про моральний вибір і відповідальність за власні вчинки.

У XIX і XX століттях, з розвитком літографії і масового друку, плакат став одним із основних інструментів релігійної пропаганди і виховання. Християнські організації активно використовували плакати для закликів до віри, милосердя, моральної відповідальності. Вони виступали засобом боротьби з негативними соціальними явищами: алкоголізмом, насильством, аморальністю, байдужістю. Через плакат християнські спільноти могли комунікувати свої цінності і закликати до активної життєвої позиції, що ґрунтується на біблійних істинах [8].

Традиційна символіка християнських плакатів багата на образи, які мають глибоке теологічне і моральне значення. Ці символи не лише несуть конкретний смисл, а й викликають асоціації, що допомагають глядачам зрозуміти і відчутти духовний меседж плакату:

- Хрест — символ жертви Ісуса Христа, спасіння людства, віри і надії на вічне життя.
- Світло — уособлення Божої присутності, просвітлення душі, надії та духовного відродження.
- Серце — символ любові, милосердя, співчуття, заклик до відкритості і доброти.
- Дорога — метафора життєвого шляху, вибору між добром і злом, покликання до духовного зростання.
- Голуб — знак Святого Духа, миру, чистоти і благодаті.
- Якір — символ надії, стабільності у вірі, впевненості у Божій підтримці.

В сучасних християнських плакатах активно застосовуються сучасні стилістичні прийоми, які допомагають зробити меседж більш зрозумілим і привабливим, особливо для молодіжної аудиторії. До таких прийомів належать мінімалізм, flat design, контрастна типографіка, що сприяють чіткій передачі ідеї без зайвих деталей. Інтеграція QR-кодів та інших інтерактивних елементів відкриває нові можливості для комунікації,

сприяючи залученню аудиторії у глибше вивчення теми через цифрові ресурси.

Для ілюстрації ролі плакату у трансляції моральних і духовних цінностей наведемо приклади відомих робіт, які легко знайти в інтернеті:



Рисунок 1.1. – «НОРЕ» (2008) Шепарда Фейрі - культовий плакат виборчої кампанії Барака Обама, що символізує надію та зміни.



Рисунок 1.2. – «Americans will always flight for liberty» (1943, США) - военний плакат, який показав прагнення народу до свободи.



Рисунок 1.3. – Бенксі - плакат «кольоровий дощ» - соціально політичне графіті з гострим меседжем



Рисунок 1.4. – «Не бійся, бо я з тобою» - соціальний плакат із цитатою з Біблії Матвія 11:28.



Рисунок 1.5. – «Jesus is Love» ( digital poster) - сучасний flat design плакат.

Плакати, які транслюють християнські цінності, виконують кілька надзвичайно важливих і багатогранних функцій, що значно впливають на формування духовності та моральності в суспільстві.

- **Духовне виховання:** такі плакати активно сприяють формуванню чітких моральних орієнтирів у свідомості людей. Вони не лише підтримують і укріплюють віру, але й надихають до добрих справ, жертвовності, милосердя та співчуття. Через образи і символи, що мають глибоке духовне значення, плакати допомагають вірянам усвідомити своє покликання до любові, служіння і моральної відповідальності. Вони виконують роль постійного нагадування про важливість чеснот і духовних цінностей у повсякденному житті.

- **Соціальна пропаганда:** християнські плакати служать потужним інструментом боротьби з різноманітними негативними явищами, що підривають моральний стан і здоров'я суспільства. Серед них – насильство, різні форми залежностей (алкоголь, наркотики, ігроманія), бездуховність, аморальність і байдужість. Через свої меседжі та образи плакати формують у людей розуміння шкоди цих явищ, закликають до здорового способу життя, духовної чистоти та відповідального ставлення до себе і ближніх. Вони допомагають мобілізувати суспільство на захист духовних і моральних устоїв.

- **Комунікація з молоддю:** сучасні дизайн і форма подачі інформації в християнських плакатах роблять їх особливо привабливими та зрозумілими для молодого покоління. Використання мінімалізму, контрастної типографіки, сучасних графічних прийомів та інтерактивних елементів дає змогу максимально ефективно донести меседжі, близькі та зрозумілі саме молодим людям. Це сприяє їхньому зацікавленню у духовних темах, підтримує формування світогляду, ґрунтованого на християнських цінностях, і допомагає протистояти негативним культурним впливам.

**- Підтримка у кризові часи:** плакати з духовними цитатами, біблійними посланнями і зображеннями несуть в собі особливу силу підтримки і натхнення. Вони допомагають людям зберігати надію, внутрішній спокій і стійкість у складних життєвих ситуаціях — хворобах, втраті, стресах, кризах віри та інших випробуваннях. Завдяки образам, що передають силу Божої підтримки, а також словами, які нагадують про Божу любов і турботу, такі плакати стають духовним притулком і моральною опорою.

Плакат як явище є унікальним інструментом, що органічно поєднує в собі мистецтво, комунікацію і духовність. Ретельний аналіз як світових, так і вітчизняних прикладів показує, що успішний християнський плакат використовує не лише традиційну символіку, а й лаконічність, продуману композицію та сучасні дизайнерські прийоми для максимально ефективного донесення біблійних істин і моральних цінностей до різних аудиторій.

Власні творчі проєкти в цій сфері повинні базуватися на цих усталених традиціях, однак водночас бути адаптованими до сучасних культурних умов, інноваційних інформаційних технологій і специфічних потреб цільової аудиторії. Такий підхід дозволяє створювати плакати, які не просто інформують, а глибоко впливають на духовний світ людини, формують її моральний вибір і підтримують духовне зростання у сучасному суспільстві. Таким чином, плакат стає потужним засобом не лише комунікації, але й трансформації духовної культури і моральних основ життя. [9], [10].

### **1.3 Сучасний стан застосування плакатів у християнському вихованні та популяризації**

У сучасному українському суспільстві, яке перебуває в стані активного переосмислення власної ідентичності, значну увагу приділяють

духовно-моральному вихованню молоді. Цей процес є надзвичайно актуальним на тлі викликів, що постають перед молодим поколінням: інформаційне перенасичення, зниження авторитету традиційних моральних орієнтирів, війна, соціальна нестабільність. У таких умовах відродження християнських цінностей у системі освіти та громадському житті стає не лише світоглядним, а й практичним засобом формування зрілої, відповідальної особистості. У цьому контексті особливо важливим є використання дієвих методів і засобів виховного впливу, серед яких помітне місце займає плакат як ефективний інструмент візуальної комунікації [11, 12].

Християнський плакат, поєднуючи художню форму і змістовне християнське послання, здатен водночас інформувати, виховувати, переконувати та надихати. Його лаконічність, емоційна виразність, символізм і асоціативність дозволяють легко засвоювати складні морально-етичні ідеї, що є надзвичайно важливим у роботі з дітьми, підлітками та молоддю. Плакати з біблійними цитатами, ілюстраціями притч, зображеннями християнських символів (хрест, риба, світло, вогонь, голуб миру, серце) та сюжетами зі Святого Письма сприяють формуванню глибшого розуміння християнського вчення через візуальне осмислення [13, 14].

У системі формальної освіти плакат активно використовується під час викладання курсів морально-етичного та духовного спрямування: «Основи християнської етики», «Біблійна історія», «Духовне виховання дошкільнят», «Культура християнського життя» тощо. Педагоги та методисти відзначають, що візуальні матеріали, зокрема плакати, відіграють важливу роль у забезпеченні інтегрованого підходу до навчання, сприяють емоційному залученню учнів, формують навички рефлексії, критичного мислення, комунікації на основі християнських моральних норм [13]. Додатковою перевагою є адаптивність плакату: його можна

швидко оновити, змінити відповідно до теми уроку, вікових особливостей чи контексту конкретної події (Різдво, Великдень, День подяки тощо).

У позашкільному середовищі християнський плакат використовується в організації виховної, місіонерської, благодійної та просвітницької діяльності. Його можна побачити в недільних школах, релігійних гуртках, християнських таборах, на вуличних акціях, у молодіжних центрах, під час благодійних фестивалів. Тематика таких плакатів охоплює широкий спектр питань — від загальнолюдських цінностей (дружба, прощення, милосердя, любов до ближнього) до соціально важливих тем: збереження сім'ї, протидія залежностям, відповідальність перед Богом і суспільством [11, 15]. Значна частина таких візуальних матеріалів спрямована не лише на віруючих, а й на широку аудиторію — як засіб діалогу між церквою та суспільством.

Завдяки своїй гнучкості, плакат може ефективно застосовуватися як засіб актуалізації християнської тематики в суспільному просторі. Наприклад, у часи соціальних криз або воєнного стану плакати, які закликають до молитви, віри, єдності, взаємодопомоги, справедливості, здатні об'єднувати людей навколо спільних духовних цінностей. Вони стають своєрідним візуальним маніфестом спільноти, що формує моральний клімат у суспільстві. У цьому аспекті християнський плакат виконує й місіонерську функцію, апелюючи не тільки до віруючих, а й до світоглядно відкритих людей, які шукають моральні орієнтири [12].

Сучасні тенденції в галузі дизайну та комунікації значно розширили можливості християнського плаката. Цифрові технології дозволяють створювати високоякісні графічні продукти: динамічні постери, анімаційні плакати, візуальні сторіс, каруселі для соціальних мереж. Це дозволяє досягати глибшого рівня комунікації з молодіжною аудиторією, яка орієнтується на візуально-цифровий формат сприйняття. Особливо популярним стало використання QR-кодів, що дають змогу інтегрувати

плакат у ширший інформаційний простір — наприклад, перенаправити користувача до відео проповіді, біблійного плану читання, тематичної статті чи блогу [16]. Таким чином, плакат перестає бути статичним об'єктом і перетворюється на інтерактивний медіа засіб, який формує нову модель духовного діалогу.

Окремо варто згадати роль інституцій (церков, освітніх та медіа організацій), які розробляють, поширюють та адаптують християнські плакати. Деякі громадські ініціативи та благодійні фонди розробляють цілий цикл візуальних матеріалів до конкретних тем, що охоплюють річні плани виховної чи духовної роботи. Такі плакати можуть мати єдину стилістику, логотип, концепцію — що сприяє формуванню візуальної культури християнської громади і послідовної інформаційної політики. Водночас постає завдання підвищення професійного рівня дизайнерів та авторів, які працюють над створенням таких матеріалів: необхідна тісна співпраця між фахівцями в галузі богослов'я, педагогіки, графічного дизайну, маркетингу [11, 13].

Досвід застосування християнських плакатів доводить їхню ефективність у формуванні духовно багаті, морально стійкої, відповідальної особистості. Вони допомагають не лише засвоїти знання, але й викликають емпатію, спонукають до рефлексії, надихають на добрі вчинки. Особливо важливим є те, що завдяки плакатам християнські істини набувають актуального звучання у світському контексті, стають доступними для ширшої аудиторії. Проте, аби зберегти цю ефективність, необхідно постійно вдосконалювати змістовне наповнення та візуальну форму плакатів відповідно до вимог часу, культурних особливостей, інформаційних звичок цільових груп. У майбутньому християнський плакат може посісти ще вагомніше місце у вихованні нового покоління, якщо залишатиметься живим, актуальним, креативним засобом духовної комунікації [13, 14, 15].

## РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ ЕТАП РОЗРОБКИ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ

### 2.1 Аналіз аналогів і прототипів

Перед розробкою власної серії плакатів було проведено детальний аналіз сучасних аналогів і прототипів, які відображають актуальні тенденції графічного дизайну, типографіки, кольорових рішень, композиції та візуальної мови. Для аналізу було обрано добірку плакатів, які різняться за стилістикою, проте об'єднані спільними принципами сучасного візуального комунікування [17].

Приклади плакатів, що стали натхненням для власної серії, наведено на рис.

Приклад 1. «i have 99 problems but ai isn't» (2024) надихає використанням ефекту скла, багат шаровості та незвичайної роботи з текстурою. Його графічна подача та іронічний меседж стали прикладом сучасного підходу до візуальної комунікації, що вплинуло на пошук оригінальних ідей у процесі створення власних плакатів.



Рисунок 2.1. – «i have 99 problems but ai isn't» (2024) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Приклад 2. Плакат «life moves pretty fast» (2024) цікавий як натхнення завдяки експериментам із типографікою та ефектом розмиття, що створює відчуття руху й динаміки. Незвичайна подача тексту акцентує увагу на змісті й підсилює емоційне сприйняття меседжу. Такий підхід мотивує використовувати сучасні візуальні ефекти для посилення ідеї у власних роботах.



Рисунок 2.2. – «life moves pretty fast» (2024) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Приклад 3. Плакат «forget me not» (2024) надихає своєю грою з прозорістю, кольоровими переливами та багат шаровістю шрифту. Ефект "скляної" типографіки та розмиття додає глибини й сучасності композиції. Такий стиль спонукає до пошуку нових графічних рішень для передачі складних емоцій через текст і форму.



Рисунок 2.3. – «forget me not» (2024) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Приклад 4. Плакат «circle» (2023) надихає своєю геометричною простотою та концептуальним підходом. Основний візуальний елемент - велике помаранчеве коло, яке символізує цілісність і завершеність. Додаткові вертикальні смуги та текстові вставки підкреслюють ідею нескінченності та єдності. Такий стиль спонукає звертати увагу на символіку простих форм у графічному дизайні.



Рисунок 2.4. – «circle» (2023) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Приклад 5. «a lot of lines» (2023) цікавий як натхнення завдяки поєднанню великої типографіки з ритмічно розташованими горизонтальними помаранчевими лініями. Лінії частково перекривають текст, створюючи ефект багатошаровості та акцентуючи увагу на ключових словах. Такий прийом додає композиції динаміки та сучасного вигляду, а також мотивує експериментувати з накладанням елементів у власних проєктах.



Рисунок 2.5. – «a lot of lines» (2023) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Приклад 6. «dune» (2023) надихає використанням хвилястих жовтих ліній, які асоціюються з піщаними дюнами та створюють відчуття руху. Великі літери інтегровані у композицію так, що частково приховані за хвилями, що додає плакату глибини та інтриги. Такий підхід мотивує використовувати природні форми й асоціативність у графічному дизайні.

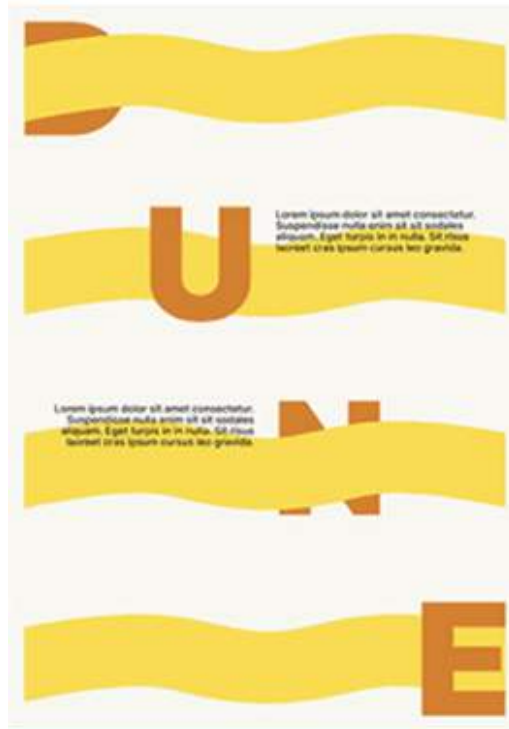


Рисунок 2.6. – «dune» (2023) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Приклад 7. «flight» (2023) цікавий завдяки вертикальному розташуванню слова «flight» і яскравим рожевим геометричним елементам, які ніби «розлітаються» по площині. Динамічна композиція та контрастна кольорова гама створюють відчуття руху, польоту й енергії. Плакат надихає на сміливі експерименти з розміщенням тексту та кольоровими акцентами.



Рисунок 2.7. – «flight» (2023) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Приклад 8. «i have no ideas at all» (2022) плакат вирізняється сміливою типографікою та використанням червоних акцентних блоків, які частково перекривають великі чорні літери. Такий прийом створює ефект багатшаровості й акцентує увагу на ключових словах («я маю», «немає ідей», «зовсім»). Динамічна композиція мотивує експериментувати з накладанням текстових і кольорових елементів, а також показує, як можна припинити навіть творчу кризу на стильний дизайнерський хід.



Рисунок 2.8. – «i have no ideas at all» (2022) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Плакат 9. «clean» (2023) надихає завдяки мінімалістичному підходу: великі чорні літери слова «CLEAN» розташовані по центру, а вертикальні сірі лінії створюють чітку позицію. Деякі літератури виділені червоним кольором, що додає композиції акцент. Такий плакат демонструє, як можна досягти чистоти й структури за допомогою простих форм і обмеженої палітри.



Рисунок 2.9. – «clean» (2023) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Плакат 10. «just roll with it» (2022) плакат цікавий завдяки органічним хвилястим лініям жовтого та фіолетового кольорів, які вільно перетинають площину. Текст розміщено вздовж цих ліній, що створює відчуття руху та легкості. Плакат мотивує використовувати природні форми, асоціативність і нестандартне розташування тексту для створення невимушеного, ігрового настрою.



Рисунок 2.10. – «just roll with it» (2022) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Плакат 11. «todo sea restaurado» (2023) цей плакат містить велику типографіку з ілюстрацією: на фоні великих бежевих літер розташовано прозорий малюнок розбитого глечика з палачою свічкою всередині. Така багат шарова композиція створює глибину, а поєднання тексту й образу надає плакату символізм. Плакат надихає на сміливе поєднання завершено та типографіки для передачі глибоких ідей.



Рисунок 2.11. – «todo sea restaurado» (2023) - приклад сучасного плакат, як референс для власного (зібрано з відкритих джерел, 2021–2024 рр.)

Тенденції, виявлені під час аналізу

### 1. Акцент на типографіку

Більшість прикладів плакатів використовують типографіку як головний візуальний елемент. Великі, контрастні шрифти, експерименти з розташуванням тексту, деформація літер, накладання та повтори створюють динамічний ритм і підсилюють емоційний вплив. Такий підхід дозволяє передати ключовий меседж навіть без складної ілюстрації [18].

### 2. Використання яскравої палітри та градієнтів

У багатьох плакатах домінують яскраві, насичені кольори, плавні переходи, неонові відтінки, що відповідає сучасним digital-трендам. Градієнти,

контрастні поєднання, а також використання білого простору допомагають виділити основний зміст і зробити плакат помітним у візуальному шумі [17].

### 3. Геометричні форми та абстракція

Часто у композиціях використовуються прості геометричні елементи – кола, лінії, хвилі, квадрати, які структурують простір, створюють глибину та ритм. Абстрактні фони та патерни підкреслюють сучасність і універсальність меседжу [19].

### 4. Мінімалізм і лаконічність

Частина прикладів демонструє мінімалістичний підхід: обмежена кількість кольорів, прості композиції, відсутність зайвих деталей. Це дозволяє зосередитися на головному – тексті або ключовому символі [20].

### 5. Інтеграція фотографії та ілюстрації

Деякі плакати поєднують фотографічні елементи з графічними, що створює багат шаровість і додає глибини змісту. Це особливо актуально для соціальних і культурних тем, де важливо підкреслити реальність або емоційну складову [21].

### 6. Динаміка композиції та експеримент із форматами

Помітна тенденція до порушення класичних сіток, асиметрії, розміщення елементів під кутом, що створює відчуття руху та сучасності. Деякі плакати виконані у форматі серій – із варіаціями кольору, шрифту чи композиції, що дозволяє зберігати впізнаваність і водночас урізноманітнювати візуальний ряд [22].

Аналіз аналогів і прототипів (прикладі на рис. 2.1 -2.11) дозволив визначити такі ключові принципи для створення власної серії плакатів:

- Використання експериментальної типографіки як основного засобу візуальної комунікації.
- Застосування яскравої палітри, контрастних поєднань для залучення уваги.

- Мінімалізм у композиції, відмова від зайвих деталей.
- Орієнтація на емоційний вплив і простоту сприйняття.

## **2.2 Вибір концепції та стилю серії плакатів**

Вибір концепції та стилю серії плакатів є одним із найважливіших і найвідповідальніших етапів у процесі їх створення, оскільки саме від цього залежить, наскільки успішно і результативно плакати будуть виконувати свої комунікативні, виховні та емоційні функції. Концепція не просто окреслює тему і напрямок роботи, а виступає фундаментом для всієї візуальної і смислової складової проєкту. Вона має поєднувати в собі чіткість, простоту, глибину змісту й водночас емоційну насиченість, що дозволить досягти високої ефективності впливу на цільову аудиторію. Саме тому основною ідеєю для формування концепції було вибрано донесення зрозумілих і водночас глибоких меседжів, які передаються через лаконічні візуальні образи. Ці образи базуються на сучасних дизайнерських практиках і водночас збагачені символічним і тематичним змістом, що робить плакати не просто інформаційними, а й мистецькими творами [23].

У процесі розробки концепції було враховано різнопланові аспекти, які визначають характер і призначення плакату як жанру. Плакат у сучасному світі — це не просто носій інформації, це потужний інструмент візуальної комунікації, який, по-перше, має бути доступним і зрозумілим широкому загалу, по-друге, здатним викликати емоції, по-третє, стимулювати глядача до рефлексії, переосмислення та дій. Наукові дослідження в галузі графічного дизайну підкреслюють, що ефективність плакату багато в чому залежить від того, наскільки вдало втілені такі компоненти, як ясність ідеї, виразність символіки, простота композиції та колористична контрастність. Всі ці складові не тільки допомагають швидко залучити увагу, а й забезпечують довготривале запам'ятовування,

формують емоційний зв'язок із глядачем, що є особливо важливим у контексті соціального і духовного виховання [24].

Окрім того, під час формування концепції враховувалися особливості цільової аудиторії — як за віковими, так і за культурними, соціальними, інформаційними критеріями. Оскільки плакати мають бути універсальним засобом комунікації, вони повинні охоплювати широкий спектр споживачів — від дітей і молоді до дорослих різних професій і світоглядів. Тому була обрана концепція, що поєднує мінімалізм і експериментальну типографіку — стиль, що забезпечує максимальну зрозумілість і водночас має виразний художній характер. Мінімалізм, з його чіткими геометричними формами, обмеженою кольоровою палітрою і лаконічною композицією, унеможлиблює інформаційне перенавантаження і сприяє фокусуванню на ключових елементах. Експериментальна типографіка додає унікальності, динаміки і емоційності, використовуючи нестандартні рішення зі шрифтами — великі розміри, контрасти, деформації, накладання текстових елементів, що робить повідомлення більш помітним і запам'ятовуваним [25].

У сучасних тенденціях графічного дизайну простежується особливий інтерес до синтезу мінімалізму з виразною типографікою, що дозволяє отримати гармонійний баланс між естетикою і функціональністю. Стиль серії плакатів спирається на кілька ключових напрямів: - **Мінімалізм як основа візуальної мови.** Відмова від зайвих декоративних елементів, використання чистих ліній, геометричних фігур, обмежена палітра кольорів (переважно базові й контрастні відтінки) — усе це сприяє простоті й зрозумілості. Такий підхід не тільки робить плакати легкими для сприйняття, а й забезпечує сучасний вигляд, відповідає естетичним вимогам аудиторії, що звикла до мінімалістичних дизайнів у цифровому середовищі.

- **Експериментальна типографіка як спосіб підкреслити ключові меседжі.** Великий текст, контрастні шрифти, використання різних розмірів, нахилів, деформацій, накладання літер створюють динаміку, драматизм і роблять написане не просто інформацією, а частиною художнього образу. Такий прийом допомагає акцентувати увагу на важливих словах і посиланнях, а також створює запам'ятовувані візуальні «якорі», що полегшують сприйняття і розуміння змісту.

- **Контрастні кольори для формування настрою і уваги.** Поєднання яскравих, інтенсивних тонів із більш спокійними і нейтральними відтінками є дієвим інструментом для створення фокусу і передачі емоційного забарвлення. Кожен колір у палітрі був ретельно підібраний з огляду на психологічний вплив і семантику візуального знака. Такі поєднання допомагають не лише привернути увагу, а й передати певний настрій або заклик до дії.

- **Символізм і метафоричність — глибина змісту.** Плакати не є простими ілюстраціями, вони наповнені символами, які викликають багатозарові асоціації. Використання християнських символів, біблійних образів, а також універсальних метафор дозволяє зробити плакати не лише інформативними, а й глибоко змістовними, спонукаючи до роздумів і самопізнання.

Крім художніх аспектів, при розробці серії плакатів враховувалися технічні та функціональні вимоги. Плакати повинні бути універсальними, тобто однаково добре сприйматися у різних форматах і на різних носіях — друківаних і цифрових. Важливо було забезпечити оптимальну читабельність із різної відстані, чітку ієрархію інформації та комфорт для глядача. Особлива увага приділялася балансу між естетичною виразністю і максимальною зрозумілістю, адже плакат має не лише радувати око, а й ефективно комунікувати з максимально широкою аудиторією, враховуючи різний рівень підготовки, освіти і культурних особливостей.

Вибір концепції також опирався на аналіз тенденцій у сучасній візуальній культурі, що свідчить про зростаючу популярність мінімалізму і використання експериментальної типографіки у комунікаційних проєктах соціального спрямування. Це обумовлено тим, що такі стилістичні рішення добре відповідають потребам сучасної аудиторії, яка звикла сприймати інформацію швидко і ефективно, особливо в умовах цифрового інформаційного перенавантаження.

Таким чином, обрана концепція і стиль серії плакатів представляють собою синтез актуальних дизайнерських трендів та глибокого смислового наповнення, що робить їх ефективним інструментом комунікації важливих соціальних і духовних ідей. Вони не тільки сприяють формуванню емоційного зв'язку з глядачем, а й стимулюють усвідомлене сприйняття і активну життєву позицію, що є ключовими завданнями в рамках духовного виховання та просвітництва.

### **2.3 Шляхи реалізації задуму**

Під час роботи над серією плакатів я ретельно досліджувала різноманітні шляхи реалізації задуму, прагнучи забезпечити не лише високу якість дизайну, а й повну відповідність затвердженій концепції, а також максимальну ефективність комунікації з цільовою аудиторією. Втілення ідей у візуальній формі — це складний і багатогранний процес, що вимагає поєднання творчого підходу, глибокого аналізу, технічних навичок і розуміння психології сприйняття. Усе це дозволяє створити плакати, які не лише привертають увагу, а й викликають необхідні емоції, стимулюють до роздумів і дій. Для досягнення цих цілей я пройшла низку послідовних і взаємопов'язаних етапів, кожен з яких мав своє значення у загальному процесі розробки серії.

Перший і один із найважливіших кроків — це детальне вивчення наявних зразків плакатів, як сучасних, так і класичних. Я аналізувала різноманітні приклади з різних тематик і стилів, звертаючи увагу на їхні сильні та слабкі сторони. Цей аналіз включав вивчення композиції, кольорових рішень, типографіки, використання символіки та ідейного наповнення. Особливо важливо було оцінити, як ці плакати сприймаються різними категоріями глядачів, якою мірою вони відповідають потребам цільової аудиторії. Такий комплексний підхід допоміг мені сформуванню загального бачення майбутньої серії, а також визначити ключові ідеї та символи, які я прагнула донести у своїх роботах. Аналіз чужого досвіду став для мене не лише джерелом натхнення, а й способом уникнути типових помилок, а також відкрив можливості для творчих експериментів і пошуку унікального стилю.

Наступним етапом було формування концепції дизайну, що включало вибір стилістичних рішень, колірної палітри, типографіки та композиційних принципів. Це завдання вимагало не лише художньої інтуїції, а й розуміння теоретичних аспектів дизайну, зокрема ролі кольору і шрифту в передачі настрою та смислу. Я прагнула створити єдність стилю для всієї серії, щоб плакати були не просто окремими зображеннями, а виглядали як цілісний проєкт, легко впізнаваний і запам'ятовуваний. Для цього я активно використовувала референси — зразки з інших робіт, що відповідали обраному напрямку, а також створювала мудборди, які допомагали тримати єдиний вектор розвитку дизайну. Мудборди склалися з підбірок кольорів, текстур, шрифтів, стилізованих образів і навіть фотографій, що разом формували загальне уявлення про естетику і концепцію проєкту.

Для технічного втілення задуму я обрала програми Adobe Photoshop та Figma. Photoshop дозволяє працювати з растровою графікою, дає змогу створювати детальні композиції, обробляти зображення і накладати

різноманітні ефекти. Це особливо важливо для опрацювання текстур, фотографій і створення складних візуальних елементів. Figma, зі свого боку, стала незамінним інструментом для побудови композиції, розробки макетів, роботи з типографікою та створення інтерактивних прототипів. Завдяки Figma легко координувати дизайн і вносити зміни у реальному часі, що суттєво підвищувало продуктивність і гнучкість у роботі над проектом. Використання цих програм допомогло мені поєднати творчі і технічні можливості, забезпечити високу якість зображень і гнучкість у подальшому редагуванні.

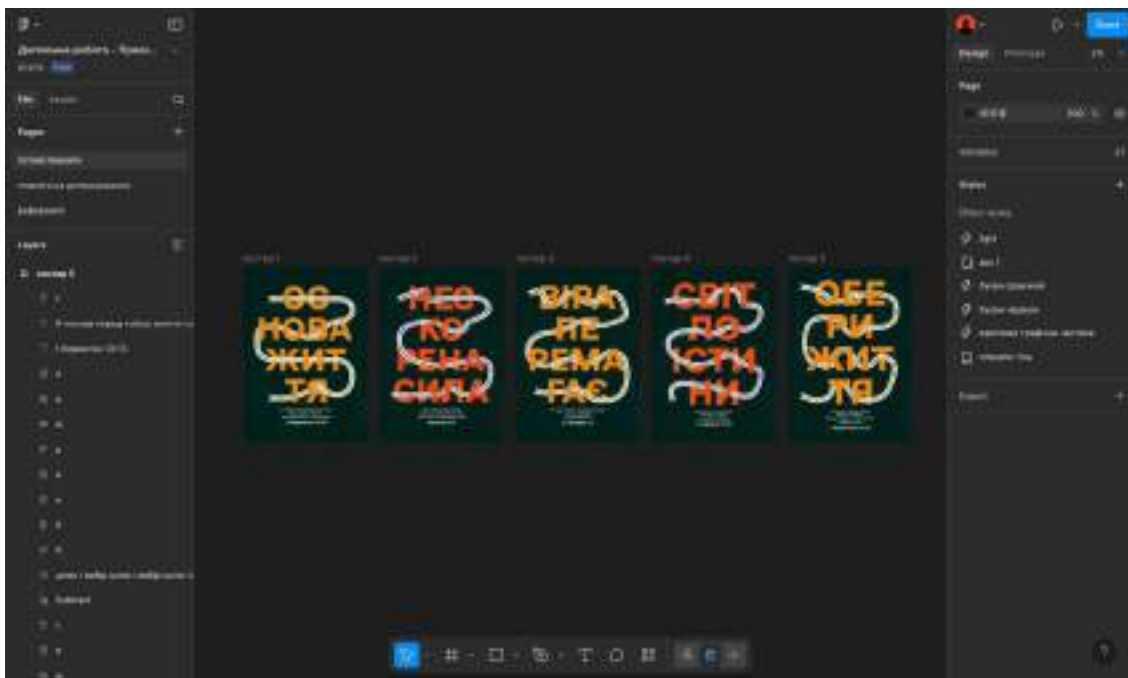


Рисунок 2.12. – вигляд готових плакатів, в програмі Figma, та вигляд інструментів для роботи над плакатами

Одним із ключових етапів була розробка ескізів і попередніх макетів, що дало змогу візуалізувати основні ідеї та композиційні рішення на початковому рівні. В процесі створення ескізів я особливу увагу приділяла таким аспектам, як читабельність тексту, баланс між текстовими і графічними елементами, а також адаптивність дизайну до різних розмірів і

форматів плакатів. Важливо було, щоб основні меседжі були легко зрозумілі навіть з далекої відстані, а візуальні образи працювали на підсилення змісту. Після створення та узгодження ескізів з керівниками проєкту і колегами я переходила до деталізації і доопрацювання, що включало опрацювання кольорів, текстур, дрібних деталей і технічних параметрів.

Враховуючи технічні аспекти виготовлення, я досліджувала різні технології друку, щоб обрати оптимальний варіант для реалізації плакатів у фізичному форматі. Зупинилася на цифровому друці, який має ряд переваг: забезпечує яскраві, насичені кольори, високий рівень деталізації, можливість швидкого тиражування і не потребує великих початкових затрат, на відміну від традиційних методів, таких як офсетний друк. Крім того, я ретельно підбирала матеріали — папір, покриття та інші компоненти, що впливають на довговічність, стійкість до зовнішніх факторів і якість відтворення зображень. Важливо було, щоб плакати не втрачали яскравості і цілісності під час експлуатації в різних умовах, зокрема на відкритому повітрі або в приміщеннях із підвищеною вологістю.

Особливу увагу я приділяла плануванню презентації плакатів, яка включала не лише демонстрацію готових робіт, а й детальний опис концепції, ідейного наповнення і технічних особливостей. Такий комплексний підхід дозволяє максимально ефективно донести ідеї до цільової аудиторії, пояснити вибір стилю і кольорових рішень, а також звернути увагу на важливість кожного символу і текстового елемента. Враховувала також можливості розміщення плакатів у різних форматах і медіа — як у друкованому вигляді (публічні простори, навчальні заклади, соціальні і культурні заклади), так і в цифровому форматі (соціальні мережі, офіційні сайти, електронні видання). Це дозволяє забезпечити максимальний охоплення аудиторії і адаптувати комунікацію під різні

канали, що особливо актуально у сучасних умовах інформаційного перенавантаження.

Таким чином, пошук шляхів реалізації задуму виявився системним і багатогранним процесом, який поєднував дослідницькі, творчі і технічні завдання. Кожен із цих етапів був необхідним для створення якісної та ефективною серії плакатів, які не тільки відповідають естетичним і концептуальним вимогам, а й здатні справді впливати на сприйняття глядача, формувати у нього необхідні настрої, думки і вчинки.

## РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТУВАННЯ СЕРІЇ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ПЛАКАТІВ

### 3.1. Створення ескізного ряду і опис

На початковому етапі роботи над серією плакатів я провела ґрунтовний мозковий штурм, спрямований на формування ключових ідей та образів, які повинні були відобразити головні християнські цінності. Цей процес включав ретельний аналіз тематики, пошук символів та візуальних метафор, що могли б найкраще передати глибокий духовний зміст, одночасно залишаючись доступними і зрозумілими для широкої аудиторії. Особливо важливим завданням було досягнення балансу між простотою і лаконічністю форм та глибиною змісту, адже дизайн повинен був бути не тільки естетично привабливим, а й нести сильний емоційний та інтелектуальний заряд.

Після того, як ключові ідеї були визначені, я перейшла до безпосереднього створення ескізного ряду (рис 3.1 – рис 3.7). Для цього я комбінувала традиційні техніки ручного малювання з цифровими інструментами, такими як Photoshop і Figma, що дозволяло оперативно експериментувати з композиціями, кольоровими рішеннями, розташуванням текстових елементів і графічних символів. У процесі розробки ескізів особливу увагу приділяла типографіці, оскільки текст у плакатах відіграє не просто роль інформаційного наповнення, а є ключовим носієм меседжу, який має бути максимально читабельним і виразним. Вибір шрифтів, розмірів, інтервалів та розташування тексту підлягав ретельному опрацюванню для досягнення гармонії з образною частиною.

Однією з ключових вимог було забезпечення адаптивності композицій, тобто здатності плакатів зберігати цілісність, гармонійність і читабельність при відтворенні на різних носіях і форматах: від великих

друкованих банерів до електронних зображень для соцмереж і сайтів. Це вимагало продуманого розміщення основних візуальних і текстових елементів, а також гнучкості колірних схем. Я прагнула, щоб кожен плакат був впізнаваним і міг ефективно працювати в різних контекстах, зберігаючи свій основний меседж.

Для серії плакатів було створено кілька варіантів ескізів, що відрізнялися композицією, розташуванням тексту, кольоровою гамою та графічними елементами. Це дало змогу оцінити різні підходи до візуалізації ідей і вибрати найбільш вдалий.

Варіанти ескізів включали як більш класичні, мінімалістичні рішення з акцентом на типографіку і динамічних елементів. Кожен варіант був спрямований на те, щоб максимально чітко і емоційно донести ключові ідеї плакатів (рис 3.1, рис 3.2).



Рисунок 3.1 - перший ескіз для майбутньої серії плакатів на основі ідеї для першого плакату



Рисунок 3.2 - другий ескіз для майбутньої серії плакатів на основі ідеї для першого плакату

Після аналізу і порівняння всіх варіантів було обрано фіналі ескізи, які найкраще відповідали концепції серії та вимогам до комунікативної ефективності.

Отже було розроблено п'ять основних ескізів, кожен із яких має власну ідею, але всі об'єднані спільним стилем і кольоровою палітрою.

Плакат 1: «Основа життя»

Центральною ідеєю є християнські цінності як фундамент людського життя. Стрічка з написом «християнські цінності» проходить крізь великі літери, підкреслюючи нерозривний зв'язок між вірою та повсякденністю.

Внизу подано цитату з 1 Коринтян 13:13, яка акцентує на вірі, надії та любові.



Рисунок 3.3 - ескіз до плакату 1

#### Плакат 2: «Нескорена сила»

Плакат присвячений темі внутрішньої стійкості та прикладів з Біблії. Стрічка з написом «біблійні приклади» переплітається з літерами, символізуючи силу, що проходить крізь випробування. Внизу наведено цитату з Євангелія від Матвія 5:15 про світло для світу.



Рисунок 3.4 - ескіз до плакату 2

### Плакат 3: «Віра сильніша»

Основний меседж – перевага духовної сили над страхом. Стрічка з написом «духовне протиставлення» підкреслює ідею боротьби та перемоги віри. Внизу розміщена цитата з 2 Тимофія 1:7 про силу, любов і розсудливість.



Рисунок 3.5 - ескіз до плакату 3

#### Плакат 4: «Сяйво віри»

Цей плакат акцентує на істинності біблійних принципів і ролі віри як світла для інших. Стрічка з написом «біблійні істини» створює динамічний рух, а цитата з 1 Самуїла 17:47 підкреслює, що перемога належить Господу.



Рисунок 3.6 - ескіз до плакату 4

#### Плакат 5: «Обери життя»

Центральною ідеєю плаката є тема вибору життєвого шляху та відповідальності за власні рішення. Візуально композиція побудована на великій помаранчевій типографіці, через яку проходить хвиляста стрічка з повторюваним написом «шлях і вибір». Такий прийом символізує складність і багатовимірність життєвого вибору. Внизу плаката розміщено біблійську цитату: «Я поклав перед тобою життя і смерть, благословення і прокляття. Обери життя» (1 Коринтян 13:13), що підсилює головний меседж і надає роботі глибокого змісту. Плакат вирізняється динамічною композицією, контрастною кольоровою гамою та сучасним графічним стилем.



Рисунок 3.7 - ескіз до плакату 5

Створення ескізного ряду було надзвичайно важливим етапом у моїй роботі. Воно дозволило не лише експериментувати з різними композиційними і стилістичними рішеннями, а й чітко визначити візуальну ідеологію серії, що відповідає загальній концепції. Цей процес забезпечив цілісність і впізнаваність усіх плакатів, заклавши міцну основу для подальшої розробки детальних макетів і фінального дизайну. В результаті була створена гармонійна серія, яка здатна ефективно комунікувати християнські цінності, надихати і підтримувати глядачів у різних життєвих ситуаціях.

Таким чином, робота над ескізним рядом стала не просто технічним етапом, а творчим пошуком, що дав змогу глибше осмислити змістові

акценти та візуальні засоби передачі меседжу. Вона відкрила нові перспективи для художнього вираження і допомогла створити унікальний стиль, який відображає духовну сутність теми і водночас відповідає сучасним тенденціям графічного дизайну. Цей етап сформував чітке бачення майбутньої роботи, яке буде подальшим орієнтиром у реалізації проєкту.

### **3.2. Вибір розмірів, кольорів, шрифтів**

Визначення оптимальних параметрів для серії плакатів — це один із ключових етапів роботи, який безпосередньо впливає на ефективність сприйняття та емоційний вплив на аудиторію. Формат, кольорова палітра та типографіка формують унікальну візуальну мову, що повинна відповідати концепції проєкту, бути гармонійною та привабливою, а також забезпечувати зручність читання і доступність повідомлення. На цьому етапі важливо було поєднати технічні та художні вимоги, адже саме правильний вибір розмірів і кольорів дозволяє створити цілісну та впізнавану серію плакатів, які будуть ефективними у різних умовах експозиції.

Для реалізації серії було обрано формат A1 (594 × 841 мм) — класичний, універсальний розмір, який широко використовується у друкованих матеріалах. Цей формат є зручним для друку і транспортування, а також ідеально підходить для розміщення у виставкових залах, освітніх установах та інших публічних просторах. Він дозволяє розмістити великі, виразні типографічні елементи і графічні деталі, зберігаючи при цьому компактність і зручність експонування.

Кольорова палітра серії побудована на контрастних і гармонійних поєднаннях, які підсилюють візуальний вплив і роблять плакати більш

виразними. Використані відтінки ретельно підібрані відповідно до загальної тематики і концепції.

1. Фон — темний, насичений колір із параметрами СМУК: 91, 0, 11, 85, що створює глибокий контраст і підкреслює основні елементи композиції.



Рисунок 3.8 – колір для фону плакатів (постерів)

2. Колір великих букв для плакатів 1, 3, 5 — СМУК: 0, 41, 91, 9.



Рисунок 3.9 – колір для великих букв на плакатах (постерах) 1, 3, 5

3. Колір великих букв для плакатів 2, 4 — СМУК: 0, 73, 91, 9.



Рисунок 3.10 – колір для великих букв на плакатах (постерах) 2,4

4. Колір стрічки для плакатів 1, 3, 5 — CMYK: 0, 2, 16, 2.



Рисунок 3.9 – колір стрічки на плакатах (постерах) 1, 3, 5

5. Колір стрічки для плакатів 2, 4 — CMYK: 2, 5, 0, 6.



Рисунок 3.9 – колір стрічки на плакатах (постерах) 2,4

6. Колір елементів на фоні: CMYK: 0, 12, 16, 2., CMYK: 2, 5, 0, 6., CMYK: 0, 2, 4, 2, CMYK: 0, 31, 42, 14



Рисунок 3.10 – колір частини елементів на постерах



Рисунок 3.11 – колір частини елементів на постерах

6. Колір тексту на стрічці — темний насичений колір, який ще використовується для фону СМУК: 91, 0, 11, 85, який контрастує з кольором стрічки і підтримує загальну палітру.

7. Колір тексту з Біблії — СМУК: 0, 0, 0, 0, що забезпечує максимальну читабельність і комфортне сприйняття на темному фоні.



Рисунок 3.12 – колір тексту з Біблії, розташований знизу на плакатах (постерах)

Типографіка відіграє одну з найважливіших ролей у формуванні загального враження від серії плакатів. Для цієї роботи обрано гарнітуру e-Ukraine — сучасний український шрифт без зарубок, розроблений агенцією Федорів на замовлення Міністерства цифрової трансформації України. Цей шрифт поєднує простоту, читабельність і сучасний вигляд, що ідеально підходить для плакатної графіки і підкреслює національний характер проєкту.

Основні параметри шрифтів у серії:

- Основний шрифт для великих букв — e-Ukraine Bold, розмір кегля 2100 пт, що забезпечує високу виразність заголовків і ключових слів.

**ОСНОВА ЖИТТЯ, НЕСКОРЕНА СИЛА, ВІРА ПЕРЕМАГАЄ, СВІТЛО ІСТИНИ, ОБЕРИ ЖИТТЯ**

- Шрифт для тексту на стрічці — e-Ukraine Regular, розмір 180 пт, легке накреслення, яке гармонійно доповнює основний текст і не перевантажує композицію.

**християнські цінності, біблійні приклади, духовне протиставлення, біблійні істини, шлях і вибір**

- Текст з Біблії — e-Ukraine Regular, розмір 180 пт, забезпечує комфортне і чітке читання цитат, розташованих внизу плакатів.

**Ви - світло для світу, не може сховатися місто, що стоїть на вершині гори.**

- Назва книги з Біблії — e-Ukraine Medium, розмір 250 пт, виділяє назву книги, створюючи ієрархію тексту та полегшуючи орієнтування глядача.

**Матвія 5:15**

Обрані розміри, кольори і шрифти органічно поєднуються і створюють цілісну, гармонійну та сучасну візуальну мову, що відповідає концепції проєкту. Вони не лише підвищують читабельність і

привабливість плакатів, але й формують емоційний зв'язок із аудиторією, надихаючи та підтримуючи її у духовному пошуку.

Таким чином, ретельно продуманий вибір розмірів, кольорової палітри та типографіки став фундаментом, що забезпечив естетичну цінність і функціональність усієї серії, зробивши її ефективним інструментом у донесенні важливих християнських меседжів до сучасного суспільства.

### **3.3. Проектування серії плакатів**

Процес проектування серії плакатів був надзвичайно важливим і комплексним етапом, який передбачав створення єдиної, цілісної візуальної системи. Головним завданням було поєднати сучасну типографіку, символічний елемент у вигляді стрічки, а також біблійні цитати, які б підсилювали загальний меседж. Особливу увагу приділяли збереженню стилістичної цілісності та гармонійному поєднанню кольорових рішень, шрифтових параметрів і композиційних прийомів. Всі елементи мали працювати на посилення ідеї серії, бути впізнаваними і зрозумілими для різних категорій глядачів.

Для реалізації цієї концепції усі плакати створено у форматі А1 (594 × 841 мм), що є класичним і зручним для друку, транспортування та розміщення у різних просторах — від виставкових залів до освітніх установ, церков та громадських центрів. Використання формату А1 також дозволило зберегти баланс між деталізацією графіки та компактністю виробу, роблячи плакати максимально доступними для сприйняття візуальної інформації на різній відстані.

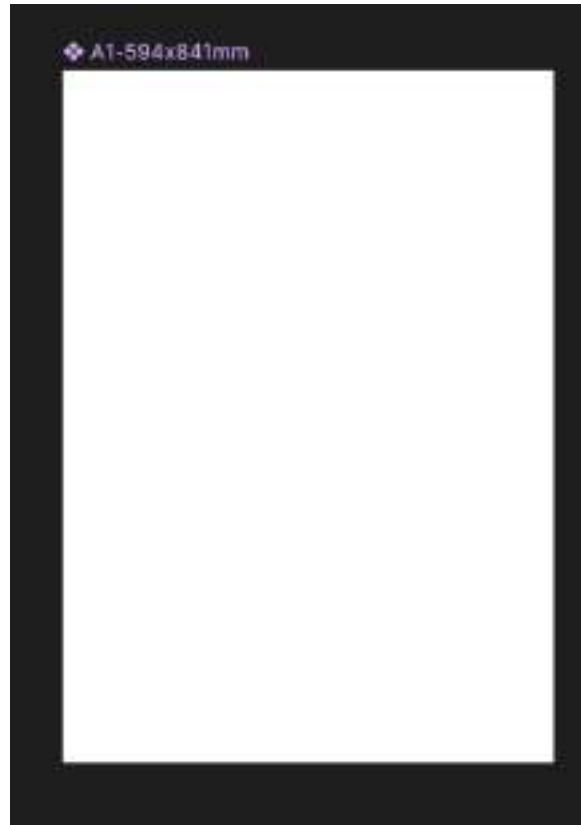


Рисунок 3.13 – вигляд формату для початку роботи над створенням плакатів (постерів)

В основі типографічного рішення — гарнітура e-Ukraine, сучасний український шрифт без зарубок, який відповідає духу часу та підкреслює національну ідентичність. Для ключових слів обрано великі літери розміром 2100 pt із накресленням Bold, що створює потужний і виразний візуальний акцент, здатний привернути увагу з першого погляду. Ці великі літери формують основний меседж кожного плакату.



Рисунок 3.14 – початковий вигляд великих букв на першому плакаті (постері)

Через текст плакатів проходить стрічка — графічний елемент із повторюваним написом, який виконує кілька символічних функцій: це і візуальний зв'язок між плакатами, і символ шляху, вибору або цінностей, залежно від тематики конкретного виробу. Стрічка додає динаміки і посилює загальну композицію, не порушуючи цілісності образу.



Рисунок 3.15 – а) графічний елемент стрічка, на першому плакаті (постері)  
 б) графічний елемент стрічка, на першому плакаті (постері) з додавання тексту

в) графічний елемент стрічка на п'ятьох плакатах (постерах) з додання тексту

Колірна палітра серії витримана у поєднанні насичених темних і яскравих контрастних відтінків, що забезпечують сучасний вигляд і ефективний візуальний вплив. Такий вибір кольорів підтримує глибину змісту, створює емоційний настрій і робить плакати виразними та запам'ятовуваними.



Рисунок 3.15 – основна колірна палітра для плакатів (постерів)

#### Плакат 1. «ОСНОВА ЖИТТЯ» (рис. А.1)

Цей плакат акцентує увагу на фундаментальних християнських цінностях, які є основою справжнього і змістовного життя. Великі літери утворюють чіткий і сильний заголовок, а крізь них проходить стрічка з повторюваним написом «християнські цінності», що підкреслює важливість теми. Композиція побудована таким чином, щоб глядач відчував цілісність, стабільність і надійність, які дають ці цінності. Внизу плаката розташована

біблійна цитата з 1 Коринтян 13:13, що додає духовного підґрунтя і завершеності образу.

#### Плакат 2. «НЕСКОРЕНА СИЛА» (рис. А. 2)

На цьому плакаті великими літерами виділено ключове слово, що символізує незламність і внутрішню силу. Біла стрічка з написом «біблійні приклади» проходить через текст, створюючи враження руху і наполегливості, яка долає перешкоди. Така композиція має на меті надихати глядача не здаватися перед життєвими труднощами, а черпати силу з духовних джерел. Внизу плаката наведена цитата з Євангелія від Матвія 5:15, яка підсилює ідею світла і сили у темряві.

#### Плакат 3. «ВІРА ПЕРЕМАГАЄ» (рис. А. 3)

Цей плакат присвячений темі віри як могутньої сили, що допомагає долати страхи, сумніви і життєві виклики. Великі літери гармонійно поєднуються зі світлою хвилястою стрічкою з написом «духовне протиставлення», що символізує боротьбу між внутрішнім світлом і темрявою. Композиція навмисно створена динамічною, щоб передати ідею перемоги віри над негативними емоціями. Внизу розміщена біблійна цитата з 2 Тимофія 1:7, що підтримує основний меседж плаката.

#### Плакат 4. «СВІТЛО ІСТИНИ» (рис. А.4)

Цей плакат підкреслює важливість біблійних істин як духовного орієнтира і світла на життєвому шляху. Великі червоно-оранжеві літери плавно поєднуються зі світлою стрічкою, на якій повторюється фраза «біблійні істини». Такий візуальний прийом символізує поширення мудрості і просвітлення, які допомагають людині знайти правильний шлях. Внизу наведено цитату з 1 Самуїла 17:47, яка акцентує увагу на важливості Божої істини.

#### Плакат 5. «ОБЕРИ ЖИТТЯ» (рис. А.5)

Тематика цього плакату присвячена вибору життєвого шляху і відповідальності за нього. Великі жовтогарячі літери привертають увагу і

створюють позитивний настрій, а світла стрічка з повторюваним написом «шлях і вибір» підкреслює тему вибору і можливостей. Внизу плаката розміщена цитата з 1 Коринтян 13:13, що резюмує ідею цінності життя і важливості правильного вибору.

Також варто розповісти про етапи створення плакатів, які вище не були описані. Після того, як я додала графічний елемент стрічку, я вирішила зробити фон плакатів зробити цікавішим, додавши деякі текстуру, яка додала плакатам глибини. Отже, спочатку я додала текстуру шорсткості



Рисунок 3.16 – додавання на плакати (постери) текстури шорсткості

Коли графічні елементи додалися до загального вигляду, для цікавішого ефекту, я додала текстуру, а саме зернистість



Рисунок 3.17 – додавання текстури на 5 плакатах (постерах)

І на завершення, я додала дуже важливий елемент в плакатах, вірш з Біблії



Рисунок 3.18 – додавання біблійних тестів на плакати (постери)

Проектування цієї серії плакатів стало основою для створення цілісного і впізнаваного візуального ряду, що органічно поєднує сучасний дизайн із глибоким духовним змістом. Єдність стилю, ретельно продумана композиція, збалансованість кольорової палітри і типографіки сприяють ефективному донесенню головних ідей до різноманітної аудиторії. Кожен плакат виконує не лише інформаційну функцію, а й має значний емоційний, символічний вплив, надихаючи глядача на внутрішні зміни і духовний розвиток.

Таким чином, серія плакатів стала не просто набором окремих робіт, а цілісним арт-простором, який візуально і концептуально підтримує християнські цінності, мотивує до рефлексії і є сучасним медіумом для передачі важливих меседжів у контексті сучасного українського культурного простору.

## ВИСНОВОК

Дипломна робота «Проектування серії рекламно-інформаційних плакатів (постерів) на теми: християнських цінностей, біблійних істин та морального вибору в сучасному світі» присвячена створенню ефективного візуального продукту, який поєднує естетичну привабливість із глибоким соціально-культурним і духовним змістом. В процесі роботи було розроблено концептуальну основу та практичні рішення, що забезпечують цілісність, зрозумілість та емоційний вплив серії плакатів.

Проблематика дослідження базується на актуальності теми морального вибору і ціннісних орієнтирів у сучасному суспільстві, де посилення ролі духовності і християнських цінностей стає важливою складовою виховання та самоідентифікації людини. Використання плакатної графіки як форми комунікації дозволяє ефективно донести ключові ідеї до широкої аудиторії, стимулюючи роздуми, надихаючи на внутрішні зміни та формуючи позитивні соціальні настанови.

У ході роботи було проведено комплексний аналіз існуючих дизайнерських практик і релігійної символіки, що дало змогу виробити унікальний візуальний стиль серії. Визначення оптимальних форматів, кольірних рішень і типографіки сприяло створенню гармонійної композиції, яка відповідає як сучасним естетичним трендам, так і глибоким смисловим акцентам. Використання шрифту e-Ukraine, продумані розміри текстових елементів, а також ретельне опрацювання кольорової палітри забезпечили високу читабельність та впізнаваність.

Окрему увагу було приділено розробці символічного елемента — стрічки з повторюваними написами, яка не лише об'єднує композицію, але й підсилює основні меседжі плакатів, створюючи метафору духовного шляху, цінностей та морального вибору. Завдяки цьому візуальний ряд набуває не лише інформаційної, а й емоційної та символічної глибини.

Результатом роботи стала п'ятимовна серія плакатів, кожен з яких акцентує увагу на певній темі — основі життя, незламній силі віри, духовній перемозі, світлі істини та виборі життєвого шляху. Кожен плакат містить біблійну цитату, що підсилює ключовий меседж і допомагає глядачеві зануритися в роздуми над сутністю християнських цінностей і моральних орієнтирів.

Практична значимість розробленої серії плакатів полягає у можливості її використання в різних сферах: освітніх закладах, релігійних спільнотах, соціальних кампаніях та культурних заходах. Такий формат візуальної комунікації сприяє формуванню моральної свідомості, поширенню біблійних істин і підтримці духовних цінностей у суспільстві. Крім того, створена візуальна мова є сучасною, привабливою і здатна зацікавити молодь, що є особливо важливим у контексті збереження і передачі культурної та релігійної спадщини.

Впровадження результатів цієї роботи в практику соціальної реклами дозволить підвищити ефективність просвітницьких кампаній, спрямованих на підтримку моральних і духовних цінностей, а також посилити вплив християнської етики у формуванні суспільної свідомості. Відповідно, це сприятиме створенню більш гармонійного та відповідального суспільства.

Отже, виконана робота не лише демонструє можливості сучасного графічного дизайну у контексті духовного та морального виховання, а й підкреслює важливість використання художніх засобів для комунікації складних соціальних і культурних ідей. Вона відкриває перспективи для подальших досліджень у сфері візуальних комунікацій, релігійного дизайну та інтеграції традиційних цінностей у сучасне мистецтво.

Підсумовуючи, можна зазначити, що створена серія плакатів є вдалим прикладом того, як дизайн може слугувати не лише естетичній функції, а й виконувати важливу соціальну місію — формувати ціннісні орієнтири,

підтримувати духовність і надихати людей на моральний вибір у складному і швидкозмінному світі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Косів В. Графічний дизайн як візуальна мова. Проблеми спілкування. - Львів: ЛНАМ, 2016.
2. Лебедєва О. Візуальна комунікація як інструмент соціального впливу // Вісник КНУКіМ. - 2020. - № 42.
3. Meggs, P. B. A History of Graphic Design. - John Wiley & Sons, 2016.
4. Samara, T. Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop. - Rockport Publishers, 2017.
5. Авраменко А. В. РАДЯНСЬКИЙ ПЛАКАТ 1920–1930-х рр. ЯК ЗАСІБ ПРОПАГАНДИ / Національний університет "Києво-Могилянська академія". URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f2b5e0a5-4e34-44c6-aecc-93ac91f01992/content>.
6. Гринько І. Соціальний плакат: історія, функції, сучасність // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. - 2019. - № 1.
7. Еллен Л. Графічний дизайн, Нові основи / пер. М. Ірина. ArtHuss, 2020.
8. Семенюк В. В. Морально-етична основа християнських духовних цінностей. *Інформаційно-науковий вісник*. 2013. С. 72–78.
9. Пирог Г. В. Християнські цінності у сучасному українському суспільстві. *Науковий вісник Чернівецького Університету*. 2004.
10. Донець О.М. Український друкований плакат другої половини 1980 — початку 1990 років як хроніка соціокультурних зрушень періоду. *Рукописна та книжкова спадщина України*. Київ, 2012. Вип. 15. С. 92—105.
11. Християнська педагогіка: теоретико-методологічні основи виховання дітей / За ред. В. Онищенко. – К.: Інститут проблем виховання НАПН України, 2018. – С. 17–23. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/720319/1/18%D0%9A%D0%BD%D0%B8%D0>

[https://tsinnosti.com/wp-content/uploads/2023/09/etyka-5-kl\\_blokn.pdf](https://tsinnosti.com/wp-content/uploads/2023/09/etyka-5-kl_blokn.pdf)

12. Основи християнської етики: навчальний посібник для 5 класу / В.М. Жуковський, Г.С. Самолюк та ін. – К.: Літера ЛТД, 2023. – 128 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://tsinnosti.com/wp-content/uploads/2023/09/etyka-5-kl\\_blokn.pdf](https://tsinnosti.com/wp-content/uploads/2023/09/etyka-5-kl_blokn.pdf)

13. Програма «Духовно-моральне виховання дітей дошкільного віку на християнських цінностях». – К.: МОН України, 2021. – 36 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/doshkilna/2021/Prohramy/25.01/Prohrama%20Dukhovno-moralne%20vykhovannya%20ditey%20doshkilnoho%20viku.pdf>

14. Шиян О., Франкевич О. Зерно любові: Програма та методичні рекомендації з духовно-морального виховання дітей дошкільного віку. – 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shyr2.dytsadok.org.ua/parcialna-programa-duhovno-moralnogo-vihovannya-ditej-doshkilnogo-viku-zerno-ljubovi-21-40-45-27-03-2024/>

15. Онищенко В.Д. Християнська етика: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Острог: НаУОА, 2014. – 248 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/11318/1/%D0%9E%D0%BD%D0%B8%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%92.%20%D0%A5%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82.%20%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-2014.pdf>

16. Етики Х. Навчальний посібник для 5 класу / За ред. В.М. Жуковського. – К.: Літера ЛТД, 2023. – 128 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/9462/1/Etyka5.pdf>

17. Кутепова М.С. Аналіз аналогів і прототипів плакатів. – Кривий Ріг: КДПУ, 2021. – Режим доступу:

<https://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/7176/%D0%9A%D1%83%D1%82%D1%94%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9C.%D0%A1..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

18. Залєсова П.З. Дизайн серії плакатів для кінофестивалю «СТРІЧКА». – Запоріжжя: ЗНУ, 2023. – Режим доступу:

<https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/12824/1/%D0%9F%D0%97%20%D0%97%D0%B0%D0%BB%D1%94%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>

19. Романенко О., Омельченко І. Розробка дизайну плакатів для популяризації української мови. – Київ: КНУТД, 2022. – Режим доступу:

[https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18553/1/Diplom022\\_Romanenko\\_Omelchenko.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18553/1/Diplom022_Romanenko_Omelchenko.pdf)

20. Методичні вказівки до виконання курсового проекту. – Луцьк: ЛНТУ, 2020. – Режим доступу: [https://e-](https://e-tk.lntu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=11072)

[tk.lntu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=11072](https://e-tk.lntu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=11072)

21. Пугачова Д., Денисенко О. Жанр портрету в сучасному плакаті. – Київ: КНУТД, 2021. – Режим доступу:

[https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19422/1/Dyplom022\\_Puhachova\\_Denysenko.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19422/1/Dyplom022_Puhachova_Denysenko.pdf)

22. Волощенко К.С. Тенденції розвитку та концептуальні принципи створення сучасного плаката. – Кривий Ріг: КДПУ, 2023. – Режим доступу:

<https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7140/1/%D0%92%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%A1..pdf>

23. Дональд Н. Дизайн звичних речей. Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2023.

24. Йоганнес І. Книга Наука дизайну та форми. ArtHuss, 2021.

25. Безкровна В.А. Особливості типографіки постмодернізму в графічному дизайні. Всеукраїнська наукова конференція професорсько-

викладацького складу і студентів ХДАДМ за підсумками роботи 2016/2017 навчального року. Збірник статей. Харків, 2017. С. 72-73.

26. Василь К. Графічний дизайн як візуальна мова. Проблеми спілкування. *Вісник Львівської академії мистецтв*. 1999. С. 190–194

27. Henry S. A History of Advertising from the Earliest Times. Chatto and Windus. 1874. 33–120 с.

28. Станкевич М. Протодизайн, концепції і морфологія дизайну. Нариси з історії українського дизайну ХХ ст. Київ. 2012. 122-131 с.

29. Milton G. Art is Work. OVERLOOK PRESS, 2000.

30. Harold D. Lasswell, “The Structure and Function of Communication in Society” 1948, pp. 37-51

31. The poster. A visual history / G.Saunders та ін. Thames and Hudson.

32. Рудольф А. Мистецтво і візуальне сприйняття.

33. Йозеф М. Б. Сіткові системи в графічному дизайні. Київ: ArtHuss, 2025.

34. Андрейканіч А.І. Плакат: його види та жанри. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку №19(1): Рівне, 2013. 121-126 с.

35. Прищенко С. Художньо-образна система рекламної графіки: монографія. Київ: НАКККіМ, 2018. 512 с.

36. Адаптивна роль плакату в контексті розвитку сучасного мистецтва : моногр. / під наук. ред. М. В. Колосніченко. Київ: КНУТД, 2023. 220 с.

37. Кардашов В. М., Чемерис Г. Ю., Скребнев В. К. Етнічні особливості дизайн-проекування соціального плакату і рекламної афіші півдня України. Innovative Development Of Science And Education: Abstracts of IV International Scientific and Practical Conference Athens, Greece 21-23 June 2020. Греція, 2020 р. С. 188- 194.

38. Слепньова К. Мінімалізм в графічному дизайні / К. Слепньова, Ю. С. Бокарева // Збірник матеріалів 18-ї Міжнародної науково-технічної

конференції студентів і аспірантів «друкарство молоде», м. Київ, 2018 року.  
– Київ: ВПІ КПІ ім. І. Сікорського, 2018. – С. 235–236

39. Донець О.М. Український друкований плакат другої половини 1980  
— початку 1990 років як хроніка соціокультурних зрушень періоду.

Рукописна та книжкова спадщина України. Київ, 2012. Вип. 15. С. 92—105.

40. Абизов В.А., Грищенко В.В. Основні чинники, що визначають  
розвиток сучасного плакату. Вісник Харківської державної академії  
дизайну і мистецтв: зб. наук. пр. Харків: ХДАДМ, 2011. № 1. С. 71—75.

41. Калашнікова О.А. Зображальний аспект візуальної мови графічного  
дизайну (на матеріалі плаката). Ав-тореф. дис. на здобуття наук. ступеня  
канд. мистецтво знавства: спец. 17.00.07 «Дизайн». Харків: ХДАДМ, 2011.  
20 с.

42. Коваль Н.С. Еволюція форми плаката як засобу графічної  
комунікації. Вісник КНУТД. 2014 №3

43. Богучарська Г.С., Продан І.В. Особливості проектування рекламно-  
графічного комплексу. International scientific conference. December 28–29,  
2021. Riga, Latvia. С. 144-148

44. Потапенко М.В., Потапенко Г.М. Семіотика в дизайні плакату.  
Інноваційні культурно-мистецькі аспекти в сучасній картині світу.  
Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 вересня  
2019 р., Херсон: ХНТУ, 2019.С.141-143.



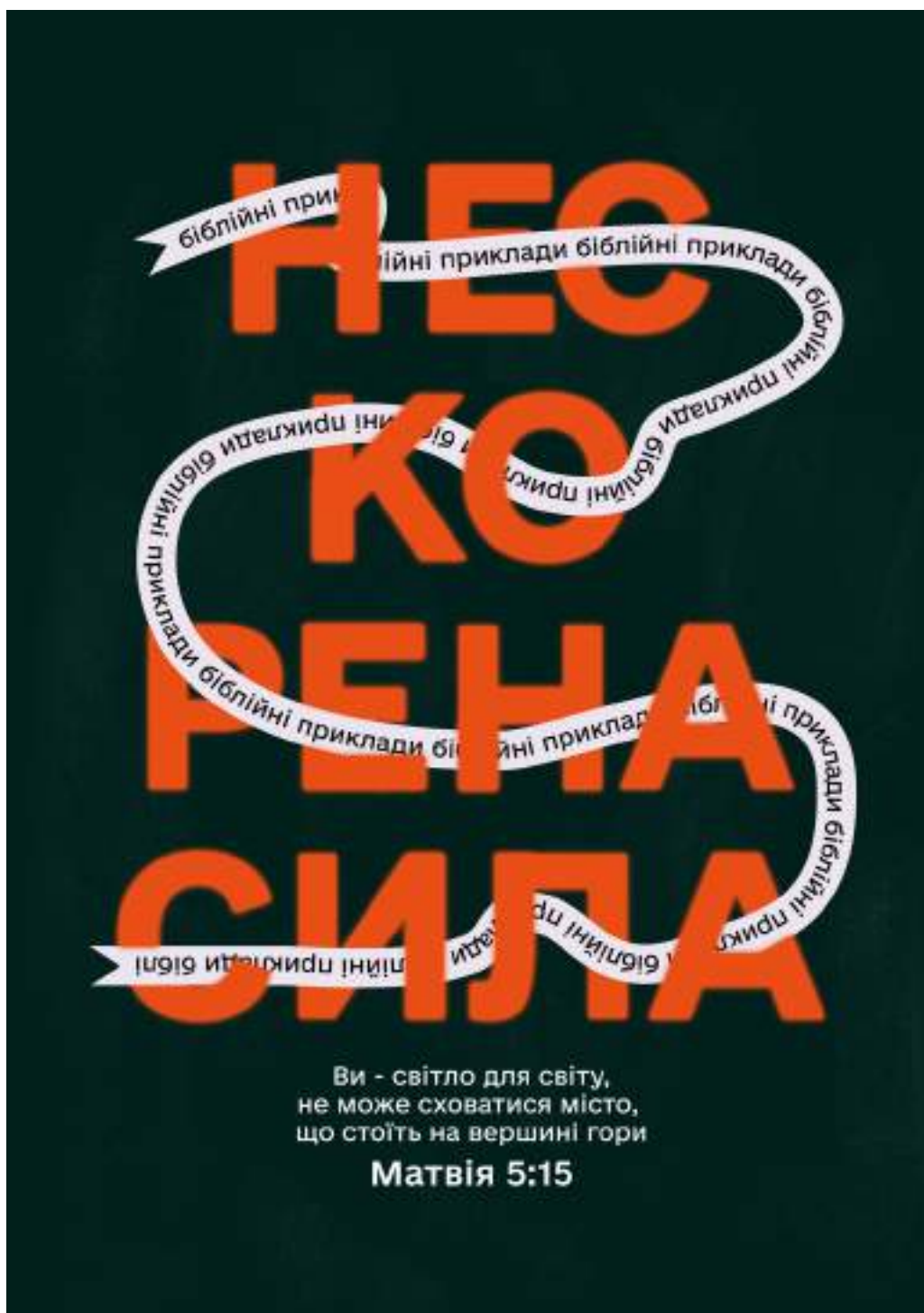


Рис. А. 2 - Плакат «Нескорена сила»

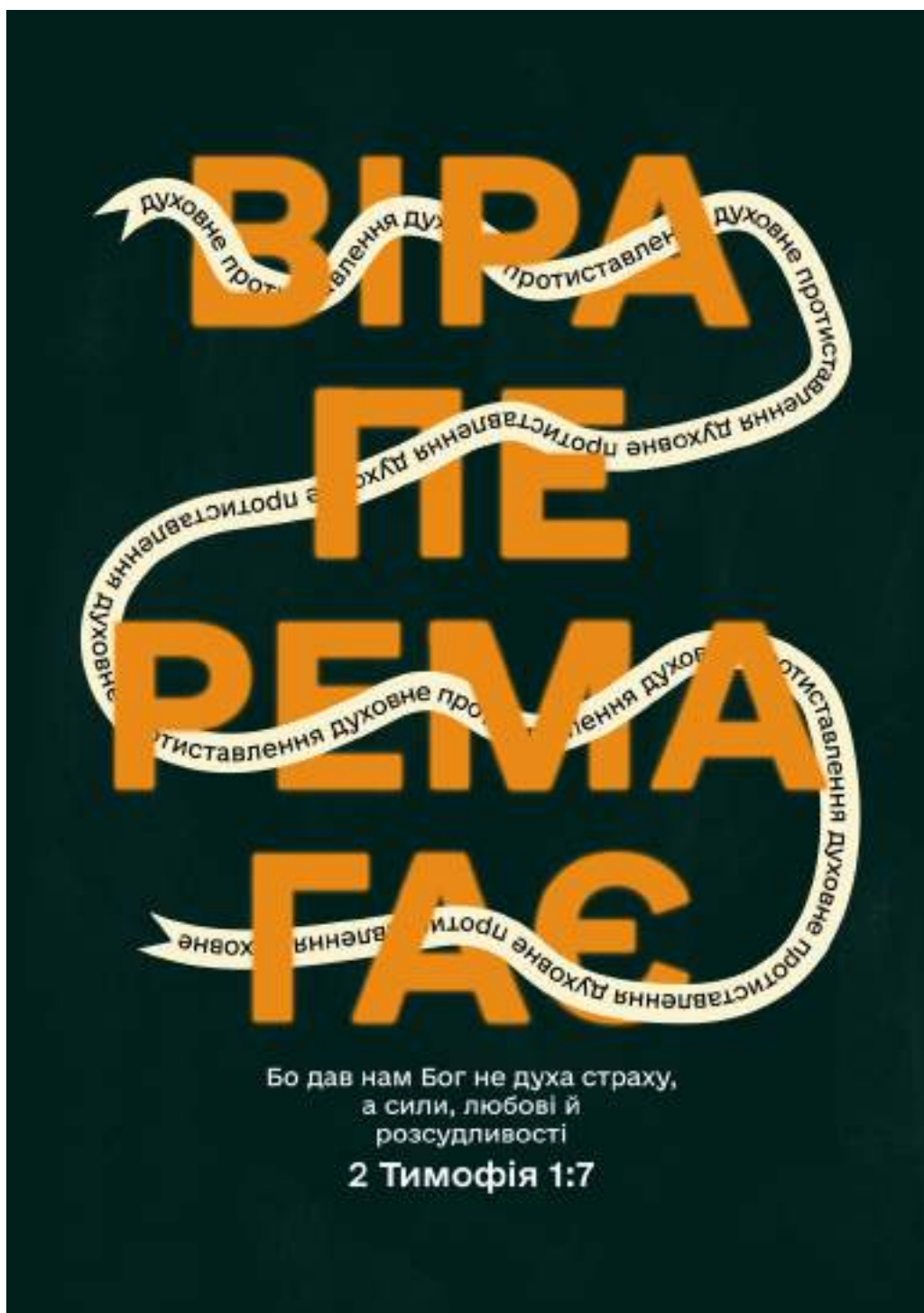


Рис. А. 3 - Плакат «Віра перемагає»



Рис. А. 4 - Плакат «Світло істини»

