

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра Графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Розробка серії плакатів за темою: «Космічні коти»

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг3-22 Желізна М. А.

Науковий керівник д. пед.н., проф. Єжова О.В.

Рецензент д. філ. Журавель-Змєєва Л.С.

Київ 2026

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра графічного дизайну

Рівень вищої освіти Перший

(бакалаврський) Спеціальність 022

Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри ГД

д.філос. Лілія ЖУРАВЕЛЬ-

ЗМЄСВА

\_\_\_\_\_  
(підпис)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 р.

## **ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Желізній Марії Анатоліївні

**1. Тема кваліфікаційної роботи** «Розробка серії плакатів за темою: «Космічні коти»»

**Науковий керівник роботи** Єжова Ольга Володимирівна, д. пед.н., проф. затверджені наказом КНУТД від «17» березня 2026 р. № 62-уч.

**2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи:** наукові публікації та джерела за темою та дослідження сучасних тенденцій плакатного дизайну.

**3 Зміст кваліфікаційної роботи** (перелік питань, які потрібно розробити): Вступ, Розділ 1. Теоретичні основи дизайну плакатів, Розділ 2. Проектно-аналітичний, Розділ 3. Реалізація дизайн-проекту серії плакатів «Космічні коти», Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

**Дата видачі завдання** лютий 2026

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| №<br>з/п | Назва етапу<br>кваліфікаційної роботи (проєкту)                                                         | Орієнтовний<br>термін<br>виконання | Примітка про виконання                                               |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1        | Вступ                                                                                                   | лютий 2026                         |                                                                      |
| 2        | Розділ 1. Теоретичні основи дизайну<br>плакатів                                                         | лютий 2026                         |                                                                      |
| 3        | Розділ 2. Проєктно-аналітичний                                                                          | березень 2026                      |                                                                      |
| 4        | Розділ 3. Реалізація дизайн-проєкту<br>серії плакатів «Космічні коти»                                   | квітень 2026                       |                                                                      |
| 5        | Висновки                                                                                                | травень 2026                       |                                                                      |
| 6        | Оформлення (чистовий варіант)                                                                           | травень 2026                       |                                                                      |
| 7        | Подача кваліфікаційної роботи<br>(проєкту) науковому керівнику для<br>відгуку (за 14 днів до захисту)   | червень 2026                       |                                                                      |
| 8        | Подача кваліфікаційної роботи<br>(проєкту) для рецензування (за 12<br>днів до захисту)                  | червень 2026                       |                                                                      |
| 9        | Перевірка кваліфікаційної роботи<br>(проєкту) на наявність ознак<br>плагіату<br>(за 10 днів до захисту) | червень 2026                       | Коефіцієнт подібності ____ %<br>Коефіцієнт цитування ____ %<br>_____ |
| 10       | Подання кваліфікаційної роботи<br>(проєкту) на завідувачу<br>кафедри (за 7 днів до захисту)             | червень 2026                       |                                                                      |

З завданням ознайомлений:

Студент \_\_\_\_\_

Марія ЖЕЛІЗНА

Науковий керівник \_\_\_\_\_

Ольга ЄЖОВА

## **АНОТАЦІЯ**

**Желізна М. А. Розробка серії плакатів за темою «Космічні коти». – Рукопис.**

**Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 «Дизайн» – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2026 рік .**

У роботі розроблено авторську серію плакатів «Космічні коти», присвячену популяризації космічної тематики засобами графічного дизайну. Проведено аналіз сучасних тенденцій плакатного дизайну та візуальних аналогів. У процесі проектування сформовано концепцію серії, створено персонажів, композиційні та колористичні рішення. Плакати виконано із застосуванням цифрових технологій і професійного програмного забезпечення.

Ключові слова: графічний дизайн, плакат, космос, цифрова графіка, авторська ілюстрація, візуальна комунікація.

## **SUMMARY**

**Zhelizna M.A. Development of a Poster Series on the Theme “Space Cats”. – Manuscript.**

**Bachelor’s qualification work in specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2026.**

The qualification work presents the development of an authorial poster series “Space Cats” dedicated to the popularization of space themes through graphic design. Modern trends in poster design and visual analogues were analyzed. During the project development, the concept of the series, character designs, compositional and color solutions were created. The posters were developed using digital technologies and professional graphic software.

Key words: graphic design, poster design, space, digital illustration, visual communication, Space Cats.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП .....                                                                                                                            | 6  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ПЛАКАТІВ .....                                                                                     | 9  |
| 1.1. Історія наукових досліджень плакату як виду графічного дизайну .                                                                  | 9  |
| 1.2. Основні принципи створення плакатів .....                                                                                         | 13 |
| Висновки до розділу 1 .....                                                                                                            | 16 |
| РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНИЙ.....                                                                                                    | 18 |
| 2.1. Дослідження сфери споживання, визначення групи споживачів і асортименту плакатів.....                                             | 18 |
| 2.2. Дослідження сучасних тенденцій плакатного дизайну. Аналіз аналогів. ....                                                          | 22 |
| 2.3. Аналіз використання тварин-маскотів у просвітницькому дизайні                                                                     | 38 |
| 2.4. Технологічний аналіз об'єкту дизайн-проектування. Дослідження новітніх матеріалів, технологій виготовлення сучасних плакатів..... | 41 |
| 2.5. Обґрунтування концепції серії «Космічні коти» .....                                                                               | 42 |
| Висновки до розділу 2 .....                                                                                                            | 45 |
| РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ «КОСМІЧНІ КОТИ» .....                                                               | 47 |
| 3.1. Обґрунтування художньо-стилістичного, колористичного, шрифтового та композиційного рішення дизайн-проекту .....                   | 47 |
| 3.2. Вибір технологічних засобів, програмного забезпечення та графічних технік реалізації .....                                        | 49 |
| 3.3. Етапи створення серії плакатів «Космічні коти» .....                                                                              | 52 |
| 3.4. Детальна характеристика та опис розроблених плакатів серії.....                                                                   | 55 |
| Висновки до розділу 3 .....                                                                                                            | 61 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                                          | 64 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                                                        | 66 |
| ДОДАТКИ.....                                                                                                                           | 75 |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В сучасних умовах розвитку цифрових технологій та візуальної культури графічний дизайн відіграє важливу роль у формуванні інформаційного простору та естетичного середовища. Одним із найпоширеніших і найефективніших засобів візуальної комунікації залишається плакат, який поєднує художню виразність, інформативність та емоційний вплив на аудиторію. Завдяки поєднанню композиції, кольору, типографіки та ілюстрації плакат здатний швидко передавати ідею, формувати певний настрій і привертати увагу глядача. Сучасний плакатний дизайн активно використовується не лише у друкованій продукції, а й у цифровому середовищі, соціальних мережах, рекламних кампаніях, тематичних виставках та творчих проєктах.

Космічна тематика є однією з найбільш актуальних та популярних у сучасній візуальній культурі, оскільки асоціюється з майбутнім, технологічним розвитком, фантастикою та безмежністю творчої уяви. Образи космосу часто використовуються у графічному дизайні завдяки своїй виразності, яскравості та можливості створення нестандартних композиційних рішень. Водночас образ котів є одним із найбільш популярних та впізнаваних у сучасній культурі й цифровому середовищі. Коти часто використовуються у дизайні, рекламі, сувенірній продукції та ілюстрації завдяки своїй емоційній привабливості, пластичності форм та здатності викликати позитивні асоціації у глядача. Поєднання космічної тематики з персонажними образами котів дозволяє створити оригінальну художню концепцію, яка поєднує фантастичність, емоційність та сучасну стилістику.

**Мета дослідження** – розробити дизайн-проєкт серії авторських плакатів «Космічні коти» з покращеними естетичними характеристиками шляхом створення сучасних композиційних, колористичних та стилістичних рішень відповідно до сучасних тенденцій графічного дизайну.

**Завдання дослідження:**

- виокремити теоретичні положення плакатного дизайну та візуальної комунікації;
- дослідити історію розвитку плакатного мистецтва та його роль у сучасному графічному дизайні;
- встановити види та особливості сучасних авторських плакатів;
- проаналізувати сучасні тенденції у сфері цифрової ілюстрації та плакатного мистецтва;

**Об’єкт дослідження** – серія авторських плакатів як об’єкт графічного дизайну.

**Предметом дослідження** є художньо-образні, композиційні, колористичні та стилістичні особливості створення серії плакатів «Космічні коти».

**Методи дослідження.** У роботі використано методи аналізу та узагальнення наукових, теоретичних і візуальних джерел, метод аналогового порівняння, метод композиційного та колористичного аналізу, а також метод художнього проєктування і цифрового моделювання для створення авторської серії плакатів. Використання зазначених методів дозволило комплексно дослідити особливості плакатного дизайну та сформулювати цілісне художнє рішення проєкту.

#### **Елементи наукової новизни одержаних результатів:**

отримали подальший розвиток принципи проєктування плакатів на науково-популярну тематику.

**Практичне значення одержаних результатів.** В роботі розроблено дизайн-проєкт серії з чотирьох плакатів «Космічні коти». Створені матеріали можуть бути використані у сфері рекламної продукції, оформленні інтер’єрів, цифровому контенті, тематичних виставках та творчих проєктах. Результати дослідження можуть бути корисними для дизайнерів, ілюстраторів, викладачів, студентів мистецьких спеціальностей, а також для подальших досліджень у сфері графічного дизайну та авторської ілюстрації.

**Апробація результатів проєкту.** Основні концептуальні положення, художньо-стилістичні рішення та практичні результати дипломного проєкту «Космічні коти» були апробовані на XI Міжнародній науково-практичній конференції «Modern science: trends, challenges, solutions» (4-6.06.2026 року, Ліверпуль, Великобританія) (сертифікат - Додаток А, рис. А.1) та опубліковані в її матеріалах [51], а також представлені на XXVI Міжнародному конкурсі молодих дизайнерів «Печерські каштани» (06.06.2026, м. Київ, КНУТД) (сертифікат - Додаток А, рис. А.2).

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота викладена на 65 сторінках комп'ютерного тексту (без додатків), складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (51 найменувань), додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ПЛАКАТІВ

### 1.1. Історія наукових досліджень плакату як виду графічного дизайну

Питання історії та теорії плаката як виду графічного дизайну активно вивчається у світовому та українському мистецтвознавстві. А. Вейл у монографії [50] здійснив всебічний історичний аналіз розвитку плаката від його появи в XIX столітті до кінця XX століття. Дослідник розглядає плакат не лише як рекламний засіб, а як важливе соціально-культурне явище, яке відображає дух епохи. А. Вейл детально аналізує технічні інновації (зокрема вдосконалення літографії), стилістичні трансформації та зміну функцій плаката - від декоративно-рекламної до агітаційно-пропагандистської. Автор підкреслює, що плакат став одним із перших масових засобів візуальної комунікації, здатних впливати на широку аудиторію.

В. Косів у монографії [19] провів глибокий історико-культурологічний аналіз розвитку українського плаката радянського періоду. Дослідник розглядає процес формування національної школи плаката, її взаємодію з європейськими мистецькими течіями та збереження національної самобутності в умовах ідеологічного тиску. Особливу увагу В. Косів приділяє метафоричності, символізму та використанню національних мотивів у творах українських плакатистів, показуючи, як плакат ставав засобом збереження культурної ідентичності [19].

О. В. Колосніченко у монографії [16] проаналізувала трансформацію плакатного мистецтва в умовах цифровізації. Дослідниця розглядає, як плакат еволюціонує від статичного друкованого носія до динамічного мультимедійного інструменту. Авторка акцентує увагу на адаптивних можливостях плаката, його здатності функціонувати в різних середовищах і виконувати соціально-комунікативні завдання в сучасному інформаційному просторі [16]. Окремі дослідники також зазначають, що еволюція плакатних форм інтегрує традиційні образотворчі засоби із новітніми мультимедійними

практиками, що дозволяє утримувати увагу глядача в умовах надмірного інформаційного шуму.

Н. В. Скляренко, О. В. Колосніченко, О. В. Єжова та інші автори у статті [38] провели дослідження еволюції функцій плаката в сучасних умовах. Автори аналізують перехід плаката від традиційного рекламно-агітаційного інструменту до потужного засобу соціальної комунікації. Дослідники розглядають, як плакат реагує на актуальні суспільні виклики (війна, інклюзія, екологія), та обґрунтовують необхідність адаптивної візуалізації. Особливу увагу вони приділяють принципам створення сучасного соціального плаката, його здатності формувати суспільну думку та впливати на ціннісні орієнтири аудиторії в умовах інформаційного суспільства.

У контексті дослідження генезису, еволюції та дефініцій плаката як провідної форми візуальної комунікації особливого значення набуває теоретичний доробок відомого вітчизняного дослідника та мистецтвознавця А. І. Андрейканіча [1]. У своїй науковій статті [1] автор здійснює ґрунтовний системно-структурний аналіз цього явища, розглядаючи його не просто як утилітарний продукт графічного дизайну, а як складну художньо-комунікативну систему, що активно реагує на соціокультурні запити суспільства [1].

А. І. Андрейканіч акцентує увагу на специфіці рецепції (сприйняття) плаката в динамічному публічному просторі [1]. Дослідник визначає плакат як специфічне, переважно тиражоване графічне або малярське зображення, якому притаманна лаконічна, візуально помітна, експресивна та інформативна форма [1]. Автор підкреслює, що головною функцією плаката є здатність миттєво привертати увагу глядача, транслювати чіткий меседж та спонукати до певної дії або роздумів, що досягається завдяки особливій мові графічного узагальнення та метафоризації [1].

На основі детального аналізу історичного поступу та сучасних тенденцій плакатної графіки, А. І. Андрейканіч пропонує уніфіковану структурну класифікацію за критерієм взаємодії та синергії вербального (текстового) та

візуального (зображального) компонентів [1]. Дослідник виокремлює три фундаментальні типи плаката:

Шрифтовий плакат. У цьому типі головним виразним, композиційним та образним елементом виступає акцидентна графіка. За визначенням автора, такі дизайнерські рішення відзначаються виваженою архітектонікою, суворою логікою шрифтових гарнітур, використанням виразних гарнітурних площин та, найчастіше, центрово-осьовим або динамічно-асиметричним вирівнюванням тексту [1].

Плакат із поєднанням шрифту та графічного зображення. Цей тип є найбільш масовим, репрезентативним та класичним для графічного дизайну. У таких творах текстова частина (слоган, заклики, інформування) та ілюстративний ряд (фотографія, колаж, векторна чи растрова графіка) перебувають у нерозривному синестетичному зв'язку, взаємно доповнюючи, інтерпретуючи та підсилюючи художньо-проектний образ [1].

Плакат у вигляді чистого графічного зображення. Цей тип характеризується повною відсутністю вербального коментаря (тексту). Сміслові, емоційні та інформаційні навантаження транслуються глядачеві виключно через метафоричну мову візуальних образів, алегорій, знаків, символів та психологічний вплив колористичних поєднань [1].

Особливу науково-методологічну цінність для нашого проектного дослідження має запропонована вченим детальна диференціація плакатів за їхнім функціональним призначенням та соціокультурною роллю [1]. А. І. Андрейканіч класифікує весь масив плакатної індустрії на такі ключові види:

- Пропагандистський плакат (який, у свою чергу, поділяється на політичний та агітаційний, маючи на меті формування ідеологічних переконань) [1];
- Рекламний плакат (базований на комерційній складовій, де використовуються яскраві художні композиції, експресивний колорит та чіткі композиційні акценти для швидкої орієнтації споживача на ринку товарів і послуг) [1];

- Соціальний плакат (некомерційний вид графіки, спрямований на актуалізацію гострих суспільних проблем, популяризацію гуманістичних цінностей, екологічної свідомості та здорового способу життя) [1];
- Культурологічний або видовищний плакат (театральні, кінематографічні, концертні, виставкові афіші та арт-плакати) [1];
- Навчально-інструктивний (учбовий) плакат (спрямований на чітку візуалізацію правил, методичних інструкцій, наукових фактів та освітнього матеріалу з метою полегшення його засвоєння) [1].

Не менш важливим для системного розуміння еволюції плаката є звернення до фундаментальної світової класики теоретичної думки, зокрема до праці Ф. Меггса та А. Пурвіса [49]. Автори розглядають історію графічного дизайну крізь призму розвитку візуальних мов та технологічних революцій, визначаючи плакат як один із найпотужніших інструментів формування масової культури та суспільної свідомості. У своєму дослідженні Ф. Меггс та А. Пурвіс простежують, як із появою хромолітографії у ХІХ столітті плакат перетворився на самостійну художню форму, де інтеграція тексту та зображення досягла абсолютно нового синергетичного рівня [49].

Аналізуючи історичні пласти плакатного мистецтва, дослідники акцентують увагу на концепції «візуальної мови», яка має бути лаконічною, але водночас емоційно насиченою. Ф. Меггс зазначає, що ефективний плакат завжди балансує між двома векторами: утилітарною функцією передачі інформації та суто естетичною, художньою цінністю, що перетворює дизайн-об'єкт на артефакт свого часу [49]. Особливе місце в їхній праці посідає аналіз періоду модерну (Арт-Нуво) та плакатів Тулуз-Лотрека і Шере, де вперше з'являється чітка тенденція до використання яскравих, стилізованих персонажів-маскотів, які ставали візуальними провідниками між автором плаката та глядачем.

Таким чином, аналіз наукової літератури свідчить про те, що плакат розглядається дослідниками як динамічний інструмент соціальної комунікації, який постійно еволюціонує. Українські науковці особливу увагу приділяють

національній специфіці та адаптивним можливостям плаката в сучасних умовах. Отримані теоретичні напрацювання створюють методологічну основу для розробки авторської серії плакатів «Космічні коти» в межах даної кваліфікаційної роботи.

## **1.2. Основні принципи створення плакатів**

Основні принципи створення плакатів як виду графічного дизайну є одним із центральних питань сучасної теорії дизайну. Значний внесок у їх дослідження зробили українські науковці.

Л. Журавель-Змеєва та С. Стрельцова у статті [11] провели комплексний аналіз принципів сучасного плакатного дизайну. Дослідниці виділяють лаконічність як один із ключових принципів, зазначаючи, що плакат повинен передавати головну ідею максимально стисло і зрозуміло, без зайвих деталей. Автори підкреслюють, що в умовах інформаційного перевантаження саме лаконічність забезпечує ефективне сприйняття повідомлення. Крім того, вони акцентують увагу на емоційній виразності та композиційній цілісності, які дозволяють плакату не лише інформувати, а й викликати певні емоції та асоціації у глядача [11].

Особливу увагу дослідниці приділяють принципу візуальної ієрархії, коли головний елемент (зображення чи персонаж) домінує над іншими компонентами. На їхню думку, грамотне використання цього принципу дозволяє керувати увагою глядача і забезпечувати чітке сприйняття смислового центру плаката. Також автори зазначають важливість адаптивності дизайну - здатності плаката ефективно функціонувати як у друкованому, так і в цифровому середовищі [11].

О. В. Лихолат у статті [22] детально розглянула принципи створення ефективних візуальних комунікацій, які безпосередньо застосовуються й у плакатному дизайні. Дослідниця особливу увагу приділяє принципу емоційної привабливості та зрозумілої образності. На її думку, успішний плакат повинен викликати позитивні емоції та бути зрозумілим навіть без додаткового

текстового пояснення. Авторка підкреслює важливість гармонійного поєднання зображення та тексту, а також раціонального використання колірної палітри для керування емоційним станом глядача. Крім того, О. В. Лихолат зазначає, що в сучасних умовах важливим принципом є інтерактивність та адаптивність візуального рішення до різних форматів і платформ поширення [22]. Аналогічні підходи до проектування інтерактивного ілюстративного контенту розглядаються й іншими дослідниками, які наголошують на пріоритетності гнучких художніх систем у мультимедійному просторі [40].

Р. Хиневич у науковій роботі [47] провела ґрунтовний аналіз принципів створення та використання персонажів у сучасній плакатній графіці. Дослідниця детально розглядає принцип емоційної виразності персонажа, наголошуючи, що персонаж повинен не просто привертати увагу, а формувати емоційний зв'язок з аудиторією, викликаючи симпатію, довіру чи захоплення. Авторка виділяє принцип композиційної інтеграції, згідно з яким персонаж не існує окремо, а органічно взаємодіє з іншими елементами плаката - фоном, текстом і символікою. Особливу увагу Р. Хиневич приділяє принципу стилістичної єдності та адаптивності *character design*, зазначаючи, що персонаж повинен зберігати впізнаваність і виразність як у статичному друкованому форматі, так і в цифровому середовищі (соціальні мережі, анімація, мерч). Крім того, дослідниця підкреслює важливість психологічної достовірності образу, яка допомагає глядачеві швидше ідентифікуватися з персонажем і краще сприймати закладене повідомлення [47].

Н. Ф. Сбітнєва у статті [33] здійснила системний аналіз трансформації художньо-проектної мови в сучасній візуальній культурі. Дослідниця виділяє тенденцію до індивідуалізації та використання крафтових, рукотворних елементів як одну з найважливіших, оскільки саме повернення до живого графічного матеріалу (ескізів, каліграфії, літерингу) дозволяє дизайну виділитися в перенасиченому цифровому просторі. Авторка акцентує увагу на художньо-образній виразності плакатної графіки, зазначаючи, що сучасний візуальний продукт повинен відходити від стандартизованих комп'ютерних

шаблонів на користь унікальних концептуальних рішень. Також Н. Ф. Сбітнєва підкреслює важливість адаптивності традиційних засобів композиції - ритму, контрасту та кольорової гармонії - до вимог новітніх медіаплатформ. Дослідниця вважає, що одним із ключових орієнтирів проектування є збереження національної самобутності та емоційного зв'язку з глядачем, де художня форма та технологія виконання повністю підпорядковані гуманістичному змісту проекту [33].

Н. В. Світлична у науковому дослідженні [34] детально розглянула принципи створення персонажів для візуальних комунікацій, які можна ефективно застосовувати у плакатному дизайні. Авторка виділяє принцип індивідуалізації та художньої виразності корпоративного героя, зазначаючи, що кожен персонаж повинен мати чітко окреслені візуальні риси, які транслюють філософію проекту, його емоційне налаштування та ключовий комунікативний посил. Дослідниця приділяє значну увагу принципу стилістичної єдності та інтеграції героя у загальну візуальну систему, підкреслюючи важливість гармонійного поєднання художньої мови персонажа з колористикою, типографікою та графічними прийомами фірмового стилю. Особливе місце в роботі посідає принцип функціональності та адаптивності корпоративного героя — він має не лише володіти естетичною привабливістю, а й ефективно виконувати маркетингову та ідентифікаційну функції, бути впізнаваним і легко масштабуватися на різних носіях. Авторка також акцентує увагу на проектних аспектах розробки, зокрема на необхідності враховувати специфіку сприйняття споживачем психологічних та смислових навантажень образу вже на етапі концептуального моделювання [34].

М. Черниш та Н. Житєньова у своєму науковому дослідженні [41] здійснили комплексний теоретико-методологічний аналіз та детально систематизували ключові художньо-проектні принципи формування візуальних образів у плакатній графіці. Особливу увагу дослідники приділяють початковим — аналітичному та концептуальному етапам проектування, які є визначальними для закладання глибинного

архітектонічного та смислового навантаження твору; саме такий підхід, на думку авторів, забезпечує миттєву психологічну рецепцію та дозволяє глядачеві на підсвідомому рівні емоційно ідентифікувати головну архітектоніку ідеї.

У контексті практичної реалізації автори детально розглядають специфіку етапу художньо-образного пошуку та ескізування, де ключову роль відіграють принципи колористичного синестетизму та раціонального композиційного моделювання. Вони підкреслюють, що колористичне рішення є не просто декоративним елементом, а потужним інструментом передачі емоційного тону й ментального настрою, тоді як вивірене просторове розміщення та геометрія графічних елементів у площині плаката створюють необхідну динаміку і внутрішній ритм. Окреме вагоме місце в роботі відведено фінальному етапу — поліграфічній та цифровій адаптації, а також специфіці створення розгалужених серійних проєктів. На цьому рівні основоположним стає принцип системної художньо-стилістичної цілісності: автори наголошують, що досягнення сильного візуального ефекту всієї серії плакатів можливе лише за умови збереження єдиної концептуальної логіки, наскрізних графічних констант, уніфікованої палітри та спільної художньої мови [41]. Додатково варто враховувати, що комплексне проектування сучасних засобів візуальної комунікації вимагає чіткого балансу між художньою виразністю образу та його інформаційною функцією у публічному просторі [6].

Таким чином, аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновок, що основними принципами створення сучасних плакатів є: лаконічність і ясність повідомлення, емоційна виразність, чітка візуальна ієрархія, композиційна цілісність, контраст, адаптивність до різних носіїв та стилістична єдність. Ці принципи будуть покладені в основу розробки авторської серії плакатів «Космічні коти», що дозволить створити візуально привабливий, комунікативно ефективний та художньо цілісний проєкт.

## Висновки до розділу 1

1. В результаті проведеного аналізу історіографії та теоретичних досліджень плакатного мистецтва з'ясовано, що плакат еволюціонував від класичного масового засобу візуальної комунікації та збереження національної ідентичності до динамічного, адаптивного мультимедійного інструменту в умовах сучасного цифровізованого інформаційного простору. На основі опрацювання наукових дефініцій встановлено, що сучасний плакат функціонує як складна художньо-комунікативна система, яка через мову графічного узагальнення та метафоризації здатна миттєво привертати увагу глядача, транслювати чіткий меседж і виступати актуальним засобом адаптивної візуалізації соціокультурних проблем.

2. В результаті дослідження системно-структурних класифікацій плаката визначено три його основні типи за специфікою взаємодії вербального та зображального компонентів (шрифтовий, чисто графічний та комбінований) та ключові види за функціональним призначенням (пропагандистський, рекламний, соціальний, культурологічний та навчально-інструктивний). Це дозволило науково обґрунтувати концепцію розроблюваної серії плакатів «Космічні коти» як синкретичного продукту, що інтегрує ознаки соціального, культурологічного та навчального видів плаката, базуючись на гармонійному синтезі оригінального графічного персонажа та акцидентної типографіки.

3. В результаті вивчення теоретико-методологічних засад художнього проєктування виокремлено базові принципи створення сучасного плаката, серед яких ключовими є: лаконічність і ясність повідомлення, емоційна виразність, чітка візуальна ієрархія, композиційна цілісність, контраст та адаптивність до різних носіїв. Доведено, що під час розробки авторської серії плакатів особливого значення набувають принципи стилістичної узгодженості, психологічної достовірності образу та створення наскрізної графічної константи, що забезпечує художню цілісність, впізнаваність персонажа-маскота як у друкованому, так і в цифровому середовищі та формує стійкий емоційний зв'язок із цільовою аудиторією.

## РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНИЙ

### 2.1. Дослідження сфери споживання, визначення групи споживачів і асортименту плакатів

Успішність функціонування розробленої авторської серії плакатів «Космічні коти» безпосередньо залежить від правильного визначення середовища їх експонування та інтеграції у сучасний інформаційно-комунікативний простір. Оскільки серія носить виражений культурно-просвітницький, патріотичний та науково-популярний характер, що підкреслюється наскрізним імперативним слоганом «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ», сфера споживання проектованого продукту охоплює як традиційні фізичні локації, так і динамічні цифрові платформи [3].

В межах передпроектного аналізу матеріально-просторового середовища було визначено ключові архітектурно-урбаністичні зони для потенційного розміщення друкованих плакатів. Доцільними локаціями для функціонування серії у речовому середовищі визначено освітньо-виховні простори та заклади культури, зокрема вестибюлі та лекційні зали середніх і вищих навчальних закладів, дитячі наукові центри, планетарії, зали технічних музеїв та спеціалізовані бібліотеки. У цих інтер'єрах плакати виконують подвійну функцію - естетичного акценту та джерела стислої пізнавальної інформації про космічні досягнення України [31].

Додатковими зонами експонування виступають публічні молодіжні локації, такі як сучасні арт-коворкінги, креативні хаби, зони очікування та тематичні кав'ярні. Завдяки використанню трендової стилістики персонажного дизайну та неоновро-рожевої палітри маскота, плакати органічно вписуються в урбаністичний молодіжний інтер'єр, не створюючи відчуття застарілої чи нудної наочної агітації [21]. Також серія може ефективно залучатися до виставкових та галерейні просторів під час тимчасових або постійних

експозицій, присвячених сучасній українській графіці, ілюстрації чи популяризації вітчизняної науки [44].

З іншого боку, зважаючи на високу контрастність та чітку геометричну структуру плакатів, великі рубані шрифти акцидентної гарнітури та центровану композицію, серія має надзвичайно високий потенціал для функціонування у медійному (цифровому) середовищі [39]. Специфіка екранного сприйняття вимагає миттєвого зчитування інформації, що повністю реалізовано у структурі робіт. Основними цифровими сферами споживання визначено соціальні мережі та медіа-платформи (Instagram, Pinterest, Behance, Facebook), де візуальний контент із зображенням харизматичного кота-маскота адаптується під формати Stories та дописів, виступаючи вірусним інструментом для поширення знань [25]. Плакати також можуть інтегруватися в офіційні веб-ресурси Міністерства освіти і науки України, Державного космічного агентства, некомерційні освітні та патріотичні вебпортали, або транслюватися через цифрові інформаційні екрани (Digital Signage) у метрополітені, ТРЦ чи на вулицях міст [28; 39]. Таким чином, розроблена серія плакатів є універсальним крос-медійним продуктом, спроектованим для утримання композиційної цілісності незалежно від типу носія [39].

Ефективність сприйняття графічного плаката культурно-просвітницького спрямування безпосередньо залежить від точного моделювання портрета споживача та розуміння психологічних особливостей сприйняття візуальної інформації конкретною аудиторією [42]. Проектування серії плакатів «Космічні коти» під наскрізним слоганом «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ» базується на врахуванні сучасних тенденцій медіаспоживання, де головним чинником залучення уваги виступає емоційний та персональний дизайн [14]. Для детального аналізу потенційних споживачів продукту було здійснено сегментацію аудиторії за демографічними, соціокультурними та психографічними ознаками, виокремивши три ключові групи [23].

Первинну аудиторію становлять підлітки та студентська молодь віком 12–25 років. Даний сегмент належить до цифрового покоління, чие

світосприйняття сформувалося під впливом екранної культури. Для сучасної молоді характерне так зване кліпове або мозаїчне мислення, яке потребує швидкого, лаконічного та візуально привабливого викладу інформації [13]. Традиційні текстові формати популяризації науки для цієї групи є малоефективними. Натомість використання харизматичного персонажа-маскота у плакатах виступає як емоційний тригер [14]. У сучасній візуальній культурі образ кота асоціюється з безпекою, доброзичливістю та викликає швидкий емпатичний відгук (ефект «cute-дизайну»), що дозволяє знизити бар'єр сприйняття складних технічних і наукових фактів [27].

Вторинну аудиторію складають молоді батьки, педагоги та культурні менеджери віком 26–45 років. Ця група виступає посередником між плакатним продуктом та ширшим колом споживачів. Сучасне українське освітнє середовище потребує відходу від застарілих стандартів унаочнення на користь прогресивного патріотичного контенту [42]. Для цієї категорії споживачів серія «Космічні коти» є ефективним інструментом неформального навчання, здатним естетично інтегруватися в інтер'єри навчальних центрів чи лекторіїв. Специфічною аудиторією визначено професійну спільноту ілюстраторів, дизайнерів та концепт-артистів, для яких першочергове значення має художня якість виконання, композиційна сміливість, робота з акцидентною топографією та оригінальне колірне рішення [17].

Аналіз психографічних характеристик первинної групи споживачів дозволив глибше обґрунтувати обрані концептуальні рішення серії. Оскільки пріоритетним каналом сприйняття для сучасної молоді є візуальний контент із мінімальним текстовим навантаженням [13], у структурі плакатів було застосовано лаконічні інформаційні блоки, великі рубані шрифти та композиційне домінування образу кота. Естетичні вподобання респондентів цієї вікової категорії тяжіють до трендів цифрової ілюстрації та неонові колористики [27], що безпосереднє втілено через використання яскравих контрастних тлів та неово-рожевого забарвлення маскота. З огляду на ціннісні орієнтири, у молодого покоління існує чітко виражений запит на нову

українську ідентичність без етно-шаблонів, а також почуття гордості за технологічні та наукові досягнення держави [28]. Впровадження наскрізного гасла «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ» повністю задовольняє цей соціокультурний запит. Окрім цього, важливим чинником мотивації є фактор «шерабельності» контенту в соціальних мережах [4]. Створення харизматичного та динамічного персонажа викликає позитивний емоційний відгук та спонукає аудиторію до активного поширення плакатів у цифровому просторі [14; 27].

Формування асортиментного ряду та визначення техніко-технологічних характеристик є завершальним етапом передпроектного аналізу, що забезпечує перехід від теоретичного осмислення теми до безпосереднього виробничого втілення дизайнерського продукту [10]. Для досягнення максимального інформаційного та виховного ефекту авторську серію «Космічні коти» під наскрізним гаслом «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ» було сформовано як замкнену, концептуально цілісну колекцію із чотирьох оригінальних плакатних аркушів [9]. Кожен елемент асортиментної лінійки візуалізує окрему знакову віху космічної галузі України. Такий обсяг серії є оптимальним для сприйняття в межах однієї експозиції, оскільки дозволяє повністю розкрити тему без перевантаження уваги глядача [9].

З погляду техніко-технологічних параметрів, розробка проекту здійснювалася за принципом крос-медійності, що передбачає підготовку макетів для класичного друкованого (матеріального) та екранного (цифрового) відтворення [20]. Для інтер'єрного та виставкового функціонування серії базовим обрано формат A1 (594x841 мм) з можливостями пропорційного масштабування до A2 (420x594 мм) відповідно до міжнародного стандарту ISO 216 [35]. Оскільки плакати містять дрібні текстові блоки історичних довідок, формат A1 забезпечує ідеальну читабельність акцидентного шрифту з відстані від 1,5 до 3 метрів, що відповідає ергономічним вимогам експонування [35].

Для друкованих носіїв технічними параметрами визначено використання колірної моделі CMYK (із профілем Coated FOGRA39) та роздільну здатність 300 ррі, що гарантує високу чіткість контурів графіки під час тиражування [29].

Для цифрових носіїв макети адаптовано у колірній моделі RGB (профіль sRGB IEC61966-2.1) із роздільною здатністю від 72 до 150 ppi для оптимізації швидкості завантаження у веб-мережах [20]. Як матеріальний носій обґрунтовано матовий крейдований папір щільністю 200 г/м<sup>2</sup>, оскільки його матова поверхня повністю виключає бликування від джерел штучного освітлення в інтер'єрах громадських споруд [32]. Способом тиражування обрано цифровий широкоформатний друк, що є найбільш рентабельним для коротких дизайнерських серій [32]. Особливу увагу під час підготовки до друку було приділено контролю неоновро-рожевих відтінків кота-маскота: для запобігання втрати яскравості через менший колірний обхват моделі СМУК, обґрунтовано доцільність застосування високоякісного 8-колірного струминного друку пігментними чорнилами [29]. Завдяки цьому забезпечується технологічна гнучкість, довговічність та візуальна бездоганність продукту в будь-якому середовищі.

## **2.2. Дослідження сучасних тенденцій плакатного дизайну. Аналіз аналогів.**

Проектування сучасної серії плакатів культурно-просвітницького спрямування потребує глибокого вивчення чинних тенденцій у графічному дизайні та детального мистецтвознавчого аналізу наявних аналогів. Візуальна культура сьогодення розвивається в умовах гострої конкуренції за увагу глядача, що зумовлює відхід від стандартних, суто інформаційних рішень на користь яскравого індивідуального стилю, метафоричності та персонажного дизайну [5]. Дослідження сучасного ринку плакатної графіки дозволяє виокремити кілька домінантних тенденцій: використання обмежених, але максимально контрастних колірних палітр, інтеграцію акцидентної типографіки безпосередньо у площину ілюстрації, а також застосування фігуративних маскотів як головних носіїв емоційного посилю [4].

З метою формування комплексної дизайн-стратегії та пошуку оригінального концептуального вирішення було детально досліджено десять

споріднених за тематикою, структурою чи художніми прийомами аналогів, які демонструють різні підходи до популяризації культурних, історичних та наукових наративів засобами графіки.

Першим вагомим аналогом є серія плакатів українського ілюстраторського об'єднання Pictoric, присвячена видатним діячам вітчизняної культури, літератури та науки [44]. Художнє рішення цих робіт побудоване на використанні складної метафоричної ілюстрації та приглушеної, природної колористики. Як видно на рис. 2.1, художньо-образне рішення плаката базується на створенні багатофігурної, динамічної композиції з глибоким наративним наповненням. Центральним композиційним та смисловим акцентом твору є портретне зображення жінки, виконане у напівповороті. Її впевнений, спокійний погляд та легка усмішка виразно контрастують із експресивним, майже апокаліптичним тлом, що підкреслює стійкість та внутрішню силу постаті.

Композиція побудована на поєднанні чіткого переднього плану та фрагментарного, калейдоскопічного заповнення простору навколо героїні. Елементи тла нашаровуються один на одного, створюючи відчуття бурхливого колообігу подій, історичного чи життєвого вихору. Пластика зображення відзначається експресивністю, живописністю та використанням живого, акцентного контуру. Автор застосовує сміливі, розкуті мазки та графічні штрихи, що додають ілюстрації емоційної напруги та відчуття ручної роботи. Навколо центральної постаті розгортається цілий сюжет: силуети людей різного віку, казани на відкритому вогні, дим, спалахи та дрібні побутові деталі, як-от зв'язки цибулі чи елементи традиційного вбрання. Це створює складний метафоричний контекст, де особистість постає невіддільною від своєї епохи, народу та його повсякденного буття чи історичних випробувань.

Колірна палітра плаката є насиченою та надзвичайно експресивною. У колористичному рішенні домінує складна тепла гама — відтінки вогняного помаранчевого, глибокого теракотового, жовтого та червоного кольорів, які асоціюються з енергією, тривогою, світлом або творенням. Ця палітра

гармонійно врівноважується локальними вкрапленнями холодних тонів, зокрема синіми та блакитними акцентами у верхній і нижній частинах композиції. Сама ж постать видатного діяча візуально заземлюється та виділяється завдяки щільному чорному кольору одягу, що додає силуету монументальності та тримає композиційну цілісність.

Загальний характер зображення можна схарактеризувати як експресивно-драматичний, де звична плакатна лаконічність поступається місцем складній, деталізованій ілюстрації. Такий підхід дозволяє глядачеві не просто миттєво зчитувати графічний знак, а детально «читати» плакат як розгорнуту візуальну історію.



**Рис. 2.1.** Плакат культурно-просвітницького спрямування з серії клубу ілюстраторів «Pictoric».

Беззаперечною перевагою цього аналога є глибокий інтелектуальний підтекст, висока художня цінність та унікальний авторський почерк кожного плаката. Проте, з погляду сприйняття ядерною аудиторією (молоддю та підлітками), ці роботи мають занадто високий поріг входження. Складна багатофігурна композиція, велика кількість дрібних деталей та приховані візуальні метафори заважають миттєвому зчитуванню головного меседжу в умовах швидкого міського або екранного медіаспоживання, що знижує динаміку сприйняття плаката як швидкого комунікатора [44; 8].

Другим аналогом визначено серію науково-популярних постерів українського медіапроєкту «Куншт», спрямовану на популяризацію фізичних явищ та космічних досліджень серед студентства [36]. Візуальна концепція цих творів базується на засадах строгого мінімалізму, чіткій геометричній сітці та використанні лінійної векторної графіки з обмеженою колірною палітрою. Як видно на рис. 2.2, художньо-образне рішення плаката базується на оригінальній стилізації традиційного українського різдвяного атрибута — колядницької зірки, яка переосмислюється через призму астрономічної та космічної тематики. Центральним композиційним акцентом твору є багатопроменева зірка, що височіє на вертикальній основі-тримачі та символізує єдність народних традицій із науковим пізнанням Всесвіту.

Композиція має чітко виражену радіальну, центричну структуру, де всі ключові елементи підпорядковані центральному колу. Усередині цього кола зображено комету з яскравим хвостом, що динамічно рухається серед зірок, відсилаючи глядача до образу Вифлеємської зорі або космічних тіл. Промені зірки сформовані шляхом нашарування гострих геометричних форм — трикутників і ромбів, які створюють складний об'ємний силует. Кожен із цих променів заповнений текстурою нічного неба із розсипом зірок, а на окремих гранях деталізовано планетні тіла Сонячної системи, зокрема Марс, Юпітер із його кільцями, Сатурн та Землю. Від центральної фігури врізнобіч відходять хвилясті, стрічкоподібні лінії, які імітують традиційні паперові чи тканинні стрічки різдвяної зірки, водночас асоціюючись із сонячним вітром, орбітами або світловими хвилями, що додає статичній геометричній конструкції відчуття обертання та коливання.

Характер зображення поєднує в собі плакатну декоративність та елементи наївної або журнальної ілюстрації. Автор використовує чіткий чорний контур для окреслення геометричних та пластичних форм, поєднуючи його з м'яким цифровим штрихуванням і текстуруванням всередині елементів. Це позбавляє векторну графіку зайвої сухості, роблячи її візуально ближчою до живого малюнка.

Колористичне рішення побудоване на гармонійному та виразному триколірному контрасті. Тло та основа зірки вирішені у глибокому темно-синьому кольорі, який безпосередньо уособлює безмежний космічний простір та нічне небо. Цей холодний домінуючий тон ефектно врівноважується та підсвічується яскравими, теплими акцентами — насиченими жовтими та коралово-червоними стрічками й променями, що створює атмосферу святковості, світла та динамічної енергії.



**Рис. 2.2.** Науково-популярний постер наукового медіа «Куншт».

Графічні композиції виглядають стримано, сучасно та професійно. Однак суттєвим недоліком цього підходу є відсутність яскравого емоційного залучення глядача. Зайва академічна сухість та відсутність живого, харизматичного образу-провідника (персонажа чи маскота) роблять сприйняття складної інформації занадто відстороненим, що дещо обмежує потенціал залучення ширших верств непідготовленої аудиторії [36; 37].

Третім аналогом слугує всесвітньо відома серія плакатів Лабораторії реактивного руху NASA «Visions of the Future», виконана у стилістиці класичного ретро-футуризму [45]. Автори цих творів вдало поєднали яскраві, глибокі кольори, трафаретні текстури та великі акцидентні написи, що відсилають до естетики середини XX століття. Як видно на рис. 2.3, художньо-образне рішення плаката базується на майстерній стилізації під естетику класичного ретрофутуризму середини XX століття (зокрема стилю Mid-century

modern), що трансліює ідею романтики космічних подорожей. Візуальний наратив будується навколо концепції «Великого туру» планетами-гігантами Сонячної системи, використовуючи мову чіткої геометричної абстракції та динамічної графіки.

Композиція плаката має яскраво виражену горизонтальну динаміку, яка ефектно поєднується з монументальними круглими формами космічних тіл. Композиційним центром є ескадрилья стилізованих космічних кораблів футуристичної форми, що стрімко рухаються зліва направо крізь парад планет. Простір плаката насичений нашаруванням напівпрозорих геометричних фігур — кіл та кілець, які уособлюють Юпітер, Сатурн, Уран і Нептун. Динаміка та швидкість польоту підкреслюються численними паралельними кольоровими лініями-смугами різної товщини, що пронизують усю композицію по горизонталі, імітуючи світлові треки, вектори руху або гравітаційні маневри. У нижній чверті плаката виділено чітку плашку для текстового блоку, де домінує масивний акцидентний напис, який заземлює композицію і слугує потужним візуальним якорем.

Характер зображення визначається строгою векторною геометрією, де всі форми зведені до базових елементів — кіл, трикутників та прямих ліній. Робота з простором побудована на ефекті оверлею (накладання напівпрозорих пластів кольору), що створює оптичну глибину та нові колірні нюанси на перетині фігур, додаючи плоскій графіці складної просторової структури. Текстура плаката імітує якісний шовкотрафаретний друк із легким вінтажним нальотом, що згладжує цифрову чіткість ліній.

Колористичне рішення плаката є надзвичайно багатим, складним і водночас гармонійним. На противагу традиційному темному космосу, авторами обрано м'яке, світле кремово-бежеве тло, що підсилює ретро-ефект. Основна палітра плаката базується на сміливому поєднанні контрастних кольорів: глибокого бірюзово-зеленого, насиченого винно-бордового, теракотового, теплого жовтого та яскравих трав'янистих відтінків. Таке розмаїття локальних кольорів не перевантажує сприйняття завдяки чіткому

геометричному розподілу та використанню напівпрозорих переходів, що дозволяє об'єднати багатобарвну палітру в цілісну, ритмічну та емоційно піднесену колористичну систему.



**Рис. 2.3.** Плакат із серії «Visions of the Future». Лабораторія реактивного руху NASA.

Роботи демонструють бездоганний баланс між ілюстративною частиною та шрифтом, майстерно створюючи романтичний та величний образ космічних подорожей. Головним обмеженням цього аналога в межах досліджуваної теми є його повна відірваність від українського соціокультурного контексту, а також відсутність єдиного наскрізного персонажа, який міг би концептуально об'єднати всю серію в цілісний послідовний наратив [4; 46].

Четвертим аналогом є патріотична серія плакатів «Кіборги» українського художника Андрія Єрмоленка [30]. Автор працює у вираженій стилістиці поп-арту та неоплакатного плакатного символізму, використовуючи гранично контрастні поєднання кольорів, чіткі контури та сильні графічні силуети. Як видно на рис. 2.4, художньо-образне рішення плаката базується на створенні монументального, глибоко символічного образу українського захисника, що поєднує в собі елементи національної ідентичності та сучасної поп-культурної міфології. Візуальний наратив будується навколо героїчного подвигу захисників Донецького аеропорту, відомих як «кіборги», що

інтерпретується автором через призму графічного мінімалізму та мілітарного символізму.

Композиція твору є строго центричною, симетричною та фронтальною, що надає зображенню плакатної стійкості, урочистості та плакатної монументальності. Головним візуальним акцентом є велична фігура воїна-кіборга, вписана в ідеальне коло переднього плану. Його образ поєднує в собі футуристичний екзоскелет або роботизовану броню із традиційними козацькими атрибутами: характерним оселедцем та вусами. У піднятій руці воїн тримає стилізований автомат. На задньому плані, всередині кола, деталізовано впізнавану напівзруйновану диспетчерську вежу Донецького аеропорту з українським прапором на вершині, що слугує історичним та географічним маркером сюжету. Тло плаката сформоване динамічним ритмом променів, які радіально розходяться від центру до країв формату, створюючи оптичний ефект напруги та підкреслюючи масштабність постаті. У нижній частині композицію замикає масивний акцидентний напис «КІБОРГИ», де літеру «О» стилізовано під циркулярну пилку, що додає текстовому блоку агресивної індустріальної естетики.

Характер зображення визначається лаконічною графічною мовою, використанням чітких, масивних контурів та суворою геометризацією форм. Автор повністю відмовляється від напівтонів та плавних градієнтів на користь плоскої заливки та чітко окреслених білків на броні, що характерно для стилістики поп-арту та коміксової графіки. Світлотіньове моделювання фігури виконане за допомогою графічних ліній, які підкреслюють анатомічний рельєф і міць персонажа.

Колористичне рішення плаката є лаконічним, плакатним і гранично контрастним, побудованим всього на чотирьох локальних кольорах. Домінує суворе поєднання глибокого чорного та нейтрального сірого кольорів, які формують промені тла та димові хмари. Головним емоційним та колористичним домінантом є насичений червоний колір, яким виконано силует воїна, вежу та лінійні елементи, що асоціюється з відвагою, кров'ю,

жертвністю та військовою звитягою. Білий колір використано для створення контурів, бліків та виділення шрифтового напису, що додає плакату читабельності та графічної чистоти. Єдиним яскравим хроматичним акцентом, що вибивається із загальної суворої гами, є невеликий синьо-жовтий прапор на вежі, який миттєво привертає увагу глядача та визначає ідеологічний вектор усього твору.



**Рис. 2.4.** Плакат із серії «Кіборги». Автор А. Єрмоленко.

Перевагою робіт є надпотужний плакатний імпульс і миттєве емоційне ураження глядача. Недоліком у контексті освітнього проєкту виступає надмірна агресивність і монохромність образних рішень, що ідеально працює для військово-патріотичної тематики, але є важким для сприйняття в межах популяризації мирної науки та космічних досягнень серед підліткової групи [30].

П'ятим аналогом визначено серію освітніх плакатів міжнародного проєкту Kurzgesagt (In a Nutshell), який використовує фірмову векторну графіку «flat design» (плаский дизайн) [45]. Як видно на рис. 2.5, художньо-образне рішення плаката базується на використанні фірмової естетики «flat design» (плаского дизайну) з елементами векторної графіки, що є впізнаваною візуальною мовою проєкту Kurzgesagt. Наратив зображення вибудовується

навколо затишної, камерної атмосфери дитячої чи підліткової кімнати в нічний час, де панує тема захоплення космосом та наукових відкриттів.

Композиція твору є багатоплановою, розгорнутою по горизонталі та збалансованою за принципом асиметрії. На передньому плані розташовані головні персонажі — стилізовані фірмові пташки-маскоти, одна з яких спить під ковдрою, а інша сидить на ліжку. Середній план деталізовано елементами інтер'єру: кімнатними рослинами, книжками та настільною лампою, світло від якої створює додатковий композиційний орієнтир. Особливе місце в композиції посідає стіна, на якій розвішані плакати із зображенням космічних тіл — планет, зірок та місячної поверхні, що створює ефект «картинки в картинці» і безпосередньо відсилає до освітньої тематики проєкту. Задній план замикається прямокутним вікном, за яким видно ясне нічне небо, що візуально розширює замкнений простір кімнати і пов'язує інтер'єр із безмежним космосом.

Характер зображення визначається лаконічною графічною мовою плоского дизайну. Автор повністю відмовляється від складного класичного світлотіневого моделювання та реалістичних об'ємів, зводячи всі форми до чітких геометризованих силуетів і плавних, округлих ліній. Просторова глибина та об'єм досягаються виключно за рахунок багатшаровості елементів (оверлею) та тональних градацій одного кольору. Персонажі та предмети мають виражений декоративний, мультиплікаційний характер, що робить сприйняття ілюстрації легким, дружнім та доступним для студентської аудиторії.

Колористичне рішення плаката є монохромно-нюансним із переважанням нічної, сутінкової палітри. Домінуючими є глибокі відтінки фіолетового, ультрамаринового, синього та темно-бірюзового кольорів, які створюють відчуття спокою, таємничості та нічного затишку. Ця холодна аналогова гама майстерно розбавляється і підсвічується яскравими, насиченими акцентами: теплими рожевими, фуксієвими та помаранчевими тонами в одязі й елементах маскотів, а також неоновими лимонно-зеленими та

блакитними вкрапленнями на космічних плакатах і листях рослин. Такий колористичний контраст додає ілюстрації внутрішнього світіння, динаміки та казкової атмосфери.



**Рис. 2.5.** Освітній постер науково-популярного проекту «Kurzgesagt».

Головним композиційним елементом їхніх плакатів є використання стилізованих качок як маскотів для пояснення квантової фізики чи астрономії. Цей прийом робить складну інформацію максимально доступною. Слабкою стороною аналога є певна графічна стандартизація (шаблонність), через яку окремі плакати втрачають унікальність і починають сприйматися як кадри з анімаційного фільму, а не як самостійні витвори плакатного мистецтва [45].

Шостим аналогом є серія культурних плакатів дизайнера Миколи Коваленка, побудована на засадах європейської школи графічного дизайну та пануванні чистої типографіки [24]. Як видно на рис. 2.6, художньо-образне рішення плаката базується на засадах безкомпромісного, гостросоціального мінімалізму та концептуального символізму, характерного для сучасної європейської школи графічного дизайну. Візуальний наратив твору побудований на радикальній деконструкції пропагандистського штампу про «руській мір», викриваючи його справжню загарбницьку та руйнівну суть за допомогою гранично лаконічних, але емоційно потужних графічних знаків.

Композиція плаката є строгою, вертикально орієнтованою та статично збалансованою, що підсилює монолітність і безкомпромісність висловленої

ідеї. Композиційним та смисловим центром твору виступає масивний силует кулі (снаряда), розташований строго по центру нижньої та середньої частин формату. Форма набою майстерно інтегрована у текстове поле верхнього блоку: гостра носова частина кулі вклинюється між літерами «R» та «L» у слові «WORLD», утворюючи негативний простір і символічно руйнуючи саму архітектоніку слова «світ». У самому центрі силуету кулі розташована біла ламана лінія, яка зчитується як латинська літера «Z» — мілітарний символ російської агресії, що водночас сприймається як глибока тріщина або лінія розлому, яка розриває снаряд зсередини. Текстовий блок «RUSSIAN WORLD», винесений у верхню третину плаката, виконаний потужним, вагомим гротескним шрифтом, який замикає композицію зверху і створює додатковий смисловий пресинг.

Характер зображення визначається граничною графічною редукцією та використанням знакових символів (пиктограм). Автор повністю відмовляється від будь-якої деталізації, текстур, об'ємів чи напівтонів, зводячи плакатну мову до абсолютного лаконізму плоских геометричних форм. Сприйняття образу базується на миттєвому зчитуванні візуальної метафори: куля — це смерть, а «Z» — ідеологія, що її несе. Такий лаконічний підхід дозволяє перетворити плакат на пронизливий графічний маніфест, де відсутність зайвих деталей лише загострює головну думку.

Колористичне рішення плаката є суворим, плакатним і триколірним, побудованим на класичному для соціокультурного та політичного плаката триколірному контрасті. Тло твору вирішене у суцільному, експресивному криваво-червоному кольорі, що є прямим символом небезпеки, агресії, війни та пролитої крові. На цьому тривожному тлі різко виділяється щільний чорний силует набою, що уособлює смертоносну зброю, темряву і руйнування. Абсолютну графічну читабельність, контрастність та чистоту забезпечує білий колір, яким виконано масивний шрифтовий напис та графічний знак на кулі. Таке безкомпромісне поєднання кольорів створює максимальне візуальне напруження і робить плакат помітним та переконливим на будь-якій відстані.



**Рис. 2.6.** Шрифт-плакат. Автор М. Коваленко.

У його роботах головним і єдиним образом виступає сам шрифт, деконструйовані літери та динамічні текстові плями. Це демонструє найвищий рівень роботи з формою та контрформою. Проте повна відсутність ілюстративного чи іконічного компонента робить таку серію занадто абстрактною для дитячої та підліткової аудиторії, яка потребує конкретного фігуративного образу для залучення первинного інтересу [8; 24].

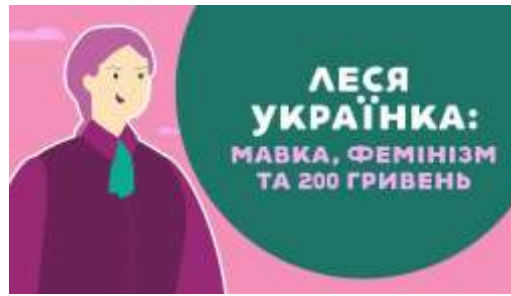
Сьомим аналогом виступає серія постерів «Видатні українці» проєкту «Книга-мандрівка. Україна» [7]. Як видно на рис. 2.7, художньо-образне рішення плаката базується на використанні засад сучасного двовимірного плаского дизайну (flat design) та інфографічного мінімалізму, притаманного відомому вітчизняному мультимедійному проєкту «Книга-мандрівка. Україна». Візуальна концепція твору спрямована на популяризацію постаті Лесі Українки серед широкої аудиторії через деміфологізацію та осучаснення її образу за допомогою лаконічних, зрозумілих графічних метафор.

Композиція плаката побудована за принципом чіткого асиметричного поділу формату на дві ключові візуальні зони — портретну та текстову (інформаційну). У лівій частині композиції розташоване погрудне зображення поетеси, виконане у три чверті повороту, що створює відкритий і динамічний вектор спрямованості погляду в бік тексту. Праву частину формату займає

масивна, ідеально кругла плашка-геометрема темно-смарагдового кольору, яка слугує підкладкою для шрифтового блоку. Текстова складова виступає повноцінним композиційним партнером ілюстрації, де великий акцидентний напис «ЛЕСЯ УКРАЇНКА» доповнюється більш дрібним, але структурованим підзаголовком-тезою, що розкриває ключові аспекти її біографії та культурного сліду.

Характер зображення визначається лаконічною та дружелюбною векторною графікою, де всі анатомічні та побутові деталі зведені до спрощених, узагальнених геометричних силуетів. Автор відмовляється від складного світлотіневого моделювання, лінійних контурів і градієнтів на користь абсолютно плоских кольорових плям. Риси обличчя маскота та елементи традиційного одягу (зокрема, комірць та краватка-бант) стилізовані під сучасну журнальну ілюстрацію та персонажну анімацію, що робить історичну постать візуально ближчою, зрозумілішою та привабливішою для молодіжного середовища.

Колористичне рішення плаката є яскравим, насиченим та нюансно-контрастним, побудованим на поєднанні теплих і холодних пастельних відтінків. Домінантним тлом виступає м'який, зефірно-рожевий колір, який створює позитивний емоційний контекст. Йому протиставлено глибоку, холодну темно-смарагдову барву круглої плашки та фіолетово-пурпурові відтінки вбрання й волосся персонажа, що безпосередньо асоціюються з благородством, творчістю та інтелектом. Білий колір головного шрифтового напису забезпечує високий рівень читабельності, а локальні бірюзові акценти (елемент краватки) врівноважують кольорові маси правої та лівої частин аркуша, об'єднуючи плакат у цілісну та гармонійну колористичну систему.



**Рис. 2.7.** Графічний постер із серії «Видатні українці» проєкту «Книга-мандрівка».

Візуальна мова серії базується на стилістиці наївного мистецтва та дудлінгу, де історичні постаті зображені у дещо карикатурному, доступному для дітей форматі. Сильною стороною є висока інформативність та легкість сприйняття. Слабкою стороною - надмірне ілюстративне перевантаження аркуша дрібними елементами, що руйнує класичну плакатну архітектоніку та перетворює плакат на сторінку книжки, яка втрачає свою силу на відстані виставкового залу [37; 7].

Восьмим аналогом є серія соціальних плакатів міжнародного фестивалю «4 Блок», присвячена екологічним та техногенним проблемам [26]. Роботи вирізняються використанням складних цифрових текстур, генеративної графіки та експресивних колажних прийомів. Як видно на рис. 2.8, художньо-образне рішення плаката базується на засадах гостросоціального, метафоричного колажування та концептуального сюрреалізму, що є характерним для плакатної культури екологічної спрямованості. Візуальний наратив твору присвячений трагічній темі екоциду, безпосередньо апелюючи до злочинів проти довкілля та викриваючи нищівні наслідки людської (зокрема воєнної) агресії для живої природи.

Композиція плаката є фронтальною, центричною та побудованою на виразній вертикальній осі. Головним композиційним акцентом виступає фотореалістичне, деталізоване зображення зайця, розташоване по центру кадру, що уособлює беззахисність і вразливість дикої природи. Статичність і

монументальність фігури тварини різко порушується та розривається горизонтальним вектором руху — крізь голову (очі) зайця зліва направо проходить агресивна графічна форма. Ця форма ліворуч розгортається у складну просторову воронку, що нагадує тривимірну математичну модель, лінійний графік звукової хвилі або радарний слід, і завершується гострим наконечником (пером чи кулею). У верхній частині плаката розташовано деконструйований напис «Ecoside», де літери мають різну акциденцію та гарнітуру, а в правому нижньому кутку композицію завершує діагональна плашка-текст із коментарем англійською мовою, яка врівноважується невеликим синьо-жовтим маркером ліворуч.

Характер зображення визначається синтезом високої фотореалістичності (колажування) та сухої, розрахункової цифрової графіки. Автор протиставляє м'яку, природну текстуру хутра тварини та жорстку, математично вивірену структуру лінійної сітки воронки, створеної за допомогою векторного моделювання. Сама воронка виконана у вигляді накладання тонких контурних кіл, що створює оптичну ілюзію об'єму, глибини та затягування простору. Таке поєднання живого та технологічного підкреслює протиприродність насильства над екосистемою.

Колористичне рішення плаката є стриманим, майже монохромним і побудованим на тонких нюансних відношеннях ахроматичної гами з мінімальними колірними акцентами. Тло та фігура тварини вирішені у благородних, нейтральних світло-сірих та попелястих відтінках, що створює атмосферу стерильності, німої тиші, документальності чи навіть клінічного аналізу проблеми. Головний графічний об'єкт (лінійна воронка) виконаний у глибокому чорному кольорі, що робить його візуально чужорідним та небезпечним елементом у структурі аркуша. Єдиним теплим, хроматичним мікроакцентом є золотавий наконечник всередині воронки, а кольорові плашки внизу додають плакату сучасної інформаційної структурованості, не руйнуючи при цьому загальну сувору та драматичну колористику твору.



**Рис. 2.8.** Соціально-екологічний плакат з еко-триенале «4 Блок».

Вони створюють глибокий драматичний ефект. Проте високий рівень тривожності та деструктивні візуальні образи, притаманні гостросоціальному плакату, суперечать корисній та життєствердній концепції популяризації національних здобутків, де базовою емоцією має бути гордість та оптимізм [5; 26].

Проведений аналіз вісьмох художньо-проектних аналогів дозволив сформувати чітку творчу стратегію для власного проекту. Замість складних багатофігурних метафор (Pictoric), надмірного лінійного мінімалізму («Куншт»), агресивного поп-арту (Єрмоленко) чи карикатурного ілюстрування («Книга-мандрівка»), було обрано шлях вивіреного синтезу.

Це обґрунтовує доцільність створення оригінальної концепції: поєднання чіткої, монументальної структури плакатів ретро-футуризму (NASA) з трендовим, емоційним персонажним «cute-дизайном» (Kurzgesagt), але на базі унікального авторського стилю. Впровадження наскрізного харизматичного героя - космічного кота - дозволить об'єднати всю серію в цілісну художню систему, яка легко зчитується з великої відстані та водночас адаптується під вимоги екранних цифрових медіа, ефективно виконуючи свою культурно-просвітницьку місію під гаслом «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ».

### **2.3. Аналіз використання тварин-маскотів у просвітницькому дизайні**

У сучасному інформаційному просторі ефективність сприйняття просвітницького та науково-популярного контенту значною мірою залежить від рівня його емоційної привабливості для респондента. Одним із найефективніших інструментів візуальної комунікації, що дозволяє нівелювати зайву сухість і складність сприйняття навчальної інформації, є впровадження фігуративних персонажів, зокрема тварин-маскотів [14]. Використання образів тварин у графічному дизайні базується на глибоких психологічних механізмах людського сприйняття, де антропоморфні або стилізовані зооморфні герої виступають у ролі емоційних медіаторів (провідників) між складним науковим знанням та кінцевим споживачем [27].

Дослідження в галузі емоційного дизайну свідчать, що зооморфні маскоти викликають швидкий емпатичний відгук, відомий у сучасній візуальній культурі як ефект «cute-дизайну» або концепція миловидності [45]. Стилізовані зображення тварин (особливо домашніх улюбленців, зокрема котів чи собак) підсвідомо асоціюються у глядача з безпекою, доброзичливістю та відкритістю. У просвітницькому дизайні, орієнтованому на підліткову та молодіжну аудиторію, цей чинник є вирішальним: він знижує когнітивний бар'єр перед сприйняттям складних фізичних, історичних чи інженерних фактів [14; 45]. Маскот перебирає на себе роль дружнього наставника, який запрошує до інтерактивної взаємодії, трансформуючи пасивне споглядання плаката на активний процес пізнання.

Світовий та вітчизняний досвід проектування візуальних комунікацій демонструє різноманітні підходи до графічної стилізації тварин-маскотів. Умовно їх можна розділити на три ключові графічні напрями: мінімалістично-векторний (де панують чисті геометричні форми та плоскі заливки), дудл-графіку (що імітує невимушений ручний малюнок) та ретро-футуристичну стилізацію (із використанням характерних текстур та лінійних контурів) [37; 17]. Кожен із цих підходів вирішує певне композиційне завдання. Наприклад, у міжнародних освітніх платформах мінімалістичні образи птахів чи звірів дозволяють утримувати увагу на графіках і схемах. Натомість в українському

соціокультурному просторі останніми роками спостерігається стрімкий розвиток патріотичного маскот-дизайну, де тварини стають символами стійкості, технологічного прориву або культурної ідентичності, що активно тиражується у медійному та речовому середовищах (див. рис. 2.9 а-б) [27; 7].



**Рис. 2.9.** Приклади стилізації зооморфних маскотів у сучасному графічному та просвітницькому дизайні: *а* - мінімалістичний векторний персонаж (проект «Kurzgesagt»); *б* - патріотичний та повчальний маскот в українському просвітницькому просторі (комікс «Пес Патрон та його пригоди» за підтримки UNICEF).

Композиційна інтеграція тварини-маскота у площину акцидентного плаката вимагає суворого підпорядкування художній ієрархії. Персонаж не повинен існувати окремо від інформаційного блоку; він має бути композиційним ядром, навколо якого вибудовується архітектоніка аркуша - зв'язки між рубаними шрифтами, фоновими плямами та другорядними графічними елементами [17]. Використання яскравих, часом неприродних колористичних рішень для маскотів (наприклад, неонових або висококонтрастних відтінків) є виправданим проєктним кроком, оскільки це дозволяє виділити героя в насиченому урбаністичному чи цифровому середовищі [45]. Таким чином, аналіз теоретичного підґрунтя доводить, що тварина-маскот у сучасній плакатній графіці є не просто декоративним

елементом, а потужним крос-медійним інструментом, здатним об'єднати серію окремих творів у монолітний, візуально переконливий та емоційно тригерний просвітницький проєкт [14; 7].

2.4. Технологічний аналіз об'єкту дизайн-проекування. Дослідження новітніх матеріалів, технологій виготовлення сучасних плакатів.

Впровадження розробленої візуальної концепції серії плакатів у реальне середовище функціонування потребує чіткого технологічного обґрунтування, вибору оптимальних матеріалів та аналізу сучасних методів поліграфічного відтворення. Специфіка культурно-просвітницьких плакатів полягає в їхньому комплексному використанні: як у закритих виставкових чи освітніх просторах, так і на відкритих міських локаціях. Це висуває високі вимоги до зносостійкості, колористичної точності та довговічності готових виробів [15]. Сучасна поліграфічна промисловість пропонує широкий спектр новітніх технологій, які дозволяють не лише бездоганно передати яскраву авторську колірну гаму (зокрема, насичені неонові та пастельні відтінки), але й зробити виробництво екологічно безпечним та економічно доцільним [18].

Основним методом тиражування для інтер'єрного використання обрано цифровий офсетний друк на машинах типу HP Indigo. Ця технологія поєднує в собі переваги класичного офсету (найвища чіткість ліній, ідеальне суміщення фарб, плавні градієнтні переходи) та гнучкість цифрового друку, що дозволяє випускати плакати малими накладками без значних витрат на додрукарську підготовку [15; 48]. Для плакатів, призначених для зовнішнього міського середовища (сітілайтів, афішних тумб), доцільним є використання широкоформатного екосольвентного або ультрафіолетового (УФ) друку. УФ-друк є найбільш інноваційним рішенням, оскільки полімеризація чорнила під впливом ультрафіолетового випромінювання відбувається миттєво, створюючи на поверхні матеріалу міцний захисний шар, стійкий до вигорання на сонці, вологи та механічних пошкоджень [48]. Крім того, УФ-чорнила мають високий рівень екологічності та не виділяють токсичних речовин, що є важливим фактором для сучасного дизайну.

Важливим етапом передпроектного аналізу є дослідження та підбір новітніх друкарських носіїв. Замість стандартного крейдованого паперу, який швидко руйнується під дією зовнішніх чинників, для інтер'єрної серії плакатів обґрунтовано використання синтетичного вологостійкого паперу (наприклад, типу Yupo) або художнього безкислотного паперу з додаванням бавовняних волокон і фактурою антрациту [2]. Синтетичний папір виготовляється на основі поліпропілену, що робить його абсолютно стійким до розривів, зминання та вологи, зберігаючи водночас тактильні та естетичні властивості преміального матового носія. Для екстер'єрного розміщення досліджено доцільність застосування надтонкого світлорозсіювального пластику (бекліту) та банерних тканин із литою структурою, які забезпечують рівномірне підсвічування плаката зсередини у нічний час та гарантують збереження насиченості неонових кольорів [18; 2].

Фінальна якість та візуальна виразність об'єкта проєктування забезпечується за допомогою фінішної (постдрукарської) обробки аркушів. Для захисту від ультрафіолетового випромінювання та надання плакатам додаткової глибини кольору передбачено застосування матового ламінування soft-touch, яке усуває бліки від штучного освітлення та покращує сприйняття шрифтових блоків з великої відстані [12]. Для посилення художнього ефекту та виділення головного персонажа - космічного кота - доцільно використовувати технологію вибіркового УФ-лакування або нанесення голографічної фольги методом цифрового фольгування (Sleeking). Поєднання абсолютно матового тла із глянцевиими, об'ємними деталями на маскоті та акцидентних написи дозволить створити додатковий оптичний та тактильний контраст, що суттєво підвищить конкурентоспроможність плакатної серії та забезпечить тривалий візуальний контакт із цільовою аудиторією [15; 12].

## **2.5. Обґрунтування концепції серії «Космічні коти»**

Формування концептуального рішення серії плакатів «Космічні коти» стало логічним результатом інтеграції результатів передпроектних досліджень,

аналізу сучасних світових тенденцій та психологічних особливостей сприйняття інформації молодіжною аудиторією. Головною метою проєкту є створення цілісної візуальної системи культурно-просвітницького спрямування, яка здатна ефективно популяризувати знання про космос, наукові досягнення та національний соціокультурний контекст під єдиним наскрізним гаслом «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ». Обрана тематика вимагала відходу від традиційних, суто академічних або надмірно пласких ілюстративних підходів на користь створення яскравого емоційного тригера, здатного миттєво залучити увагу сучасного глядача в умовах насиченого медіасередовища.

Основою концептуального задуму серії є розробка та впровадження оригінального наскрізного персонажа - харизматичного космічного кота. Вибір зооморфного маскота повністю обґрунтований принципами емоційного «cute-дизайну», оскільки образ кота підсвідомо асоціюється у цільовій групі з дружелюбністю, безпекою та відкритістю, що суттєво знижує бар'єр перед сприйняттям складної науково-популярної інформації. На відміну від розрізнених або статичних аналогів, наявність єдиного динамічного героя дозволяє об'єднати серію плакатів у монолітний візуальний наратив, де кіт виступає в ролі ексцентричного провідника та наставника, який запрошує глядача до інтерактивного дослідження всесвіту. Персонаж інтегрується у площину аркуша як головне композиційне ядро, взаємодіючи з елементами оточення, шрифтовими блоками та графічними метафорами.

Колористичне вирішення серії плакатів базується на свідомому використанні вираженого колірної контрасту та трендових цифрових палітр. Домінуючим акцентом проєкту обрано фірмовий неоноворуже́вий колір, який уособлює космічну енергію, футуризм та інноваційність. Цей відтінок ефективно працює на контрасті з глибокими темними фоновими заливками, що імітують космічний простір, та світлими пастельними плашками, призначеними для розміщення текстової інформації. Використання неоноворужевого кольору є виправданим проєктним кроком для залучення первинної аудиторії (підлітків та студентства), оскільки така гама володіє потужним

плакатним імпульсом, добре зчитується з великої відстані в міському середовищі та ідеально адаптується під вимоги сучасних цифрових екранних медіа.

Для детального формування стилістичного вектора, пошуку колористичних гармоній та пластичного вирішення було розроблено проєктний мудборд (див. рис. 2.10).



**Рис. 2.10.** Проєктний мудборд для визначення стилістичного, колористичного та персонажного рішення серії плакатів «Космічні коти».

Розробка автора.

Візуальний ряд мудборду об'єднує зразки сучасної цифрової ілюстрації, ретро-футуристичні плакати космічної тематики та приклади успішної інтеграції анімалістичних персонажів у графічне середовище. Аналіз зібраного матеріалу дозволив чітко визначити ключові графічні орієнтири: домінування глибоких космічних фонів (космічний синій, ультрамарин, фіолетовий), використання контрастних неонових акцентів (рожевий, бірюзовий, вогняно-рудий), а також композиційне домінування фігуративного маскота, що взаємодіє з елементами міжзоряного простору. Мудборд демонструє відхід від монохромної сухості на користь насиченого емоційного поп-арту, що є базою для створення серії «Космічні коти».

Архітектоніка та шрифтова культура плакатної серії підпорядковані суворій ієрархії та засадам сучасної акциденції. Для заголовків та головного

гасла «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ» розроблено монументальну, чітку шрифтову гарнітуру без засічок (гротеск), що відсилає до класичної архітекtonіки плакатів ретро-футуризму, але має сучасне пластичне вирішення. Шрифт не просто дублює назву, а виступає повноцінним графічним елементом, який структурує простір аркуша. Таким чином, проєктне рішення серії «Космічні коти» демонструє вивірений синтез чіткої композиційної структури, емоційного персонажного дизайну та сміливого колористичного експерименту, що дозволяє повноцінно реалізувати просвітницьку місію проєкту та сформувати унікальний, конкурентоспроможний продукт вітчизняного графічного дизайну.

## **Висновки до розділу 2**

1. У результаті проведення передпроєктних досліджень було детально проаналізовано сферу функціонування та сегментовано цільову аудиторію культурно-просвітницьких плакатів. Визначено, що основними респондентами проєкту є підлітки та студентська молодь, що зумовило необхідність пошуку яскравих, динамічних та візуально привабливих дизайнерських рішень, здатних конкурувати за увагу глядача в насиченому урбаністичному та цифровому медіасередовищах.

2. На основі мистецтвознавчого та художньо-композиційного аналізу десяти споріднених за тематикою світових та вітчизняних аналогів було виокремлено провідні тенденції сучасної плакатної графіки. Виявлено, що найбільш ефективним інструментом для залучення молодіжного сегменту є поєднання чіткої композиційної архітекtonіки з принципами емоційного персонажного дизайну («cute-дизайну»). Це дозволило обґрунтувати відхід від надмірно сухого академічного мінімалізму на користь метафоричного ігрового наративу.

3. Теоретично обґрунтовано доцільність використання зооморфних маскотів у некомерційній просвітницькій графіці. Доведено, що стилізований образ тварини виступає ефективним емоційним медіатором між складним

науковим знанням та кінцевим споживачем, суттєво знижуючи когнітивний бар'єр сприйняття інформації та виконуючи роль дружнього наставника.

4. Проведено комплексний технологічний аналіз об'єкта проєктування, у результаті якого для інтер'єрної серії плакатів обрано цифровий офсетний друк на базі вологостійкого синтетичного паперу, а для екстер'єрного середовища - широкоформатний УФ-друк на світлорозсіювальному пластику (бекліті). Для підвищення художньо-естетичної цінності виробів та посилення оптичного контрасту передбачено використання постдрукарської обробки: матового ламінування soft-touch та вибіркового глянцевого УФ-лакування.

5. Сформовано та візуалізовано за допомогою проєктного мудборду авторську концепцію серії плакатів під назвою «Космічні коти». Концепція базується на впровадженні наскрізного харизматичного героя (космічного кота) та використанні висококонтрастної колористичної палітри з домінуванням фірмового неоново-рожевого кольору на тлі глибоких ультрамаринових відтінків. Візуальне рішення, підпорядковане єдиному просвітницькому гаслу «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ», забезпечує монолітність серії, її високий плакатний імпульс та легку адаптацію під вимоги екранних цифрових медіа.

## РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ «КОСМІЧНІ КОТИ»

### 3.1. Обґрунтування художньо-стилістичного, колористичного, шрифтового та композиційного рішення дизайн-проєкту

Практична реалізація дизайн-проєкту серії культурно-просвітницьких плакатів «Космічні коти» базується на поєднанні засад класичного плакатного мистецтва та сучасних тенденцій цифрової ілюстрації. Художньо-стилістичне рішення серії орієнтоване на створення унікальної графічної мови, яка б чітко диференціювала проєкт у сучасному урбаністичному середовищі. На відміну від сухої векторної графіки, було обрано техніку цифрового растрового живопису (Digital Painting) з акцентом на збереження «живої» художньої фактури. Використання мікротекстур, що імітують зернистість акварельного паперу та шорсткість кольорових олівців, дозволило надати плакатам додаткової глибини, емоційного тепла та тактильного відчуття, що є ключовим фактором для успішного сприйняття візуального ряду підлітковою та молодіжною аудиторією.

Композиційна структура кожного плаката серії побудована за принципом вираженого домінування центрального фігуративного елемента - головного персонажа-маскота (космічного кота). Проєктне рішення передбачає використання закритої, але водночас динамічної композиції, де рух головного героя підпорядкований загальній геометрії та формі плаката. Пластика персонажа, зафіксована у стані невагомості, стрімкого польоту чи споглядання, формує навколо себе активний тригер уваги. Просторова глибина аркуша досягається через масштабний контраст між великою фігурою кота на першому плані та монументальними астрономічними об'єктами на тлі. При цьому всі елементи середовища стилізовані, позбавлені зайвої деталізації та працюють на цілісність сприйняття головного сюжетного наративу (див. рис. 3.1).



**Рис. 3.1.** Авторська художественно-стилістична концепція головного персонажа-маскота на основі мальованої растрової графіки та висококонтрастних цифрових палітр.

Колористичний лад серії плакатів виступає основним інструментом емоційного впливу та ідентифікації проєкту. Авторська палітра побудована на глибокому тональному та колірному контрасті. Основу тла складають насичені, глухі відтінки космічного простору (глибокий ультрамарин, темно-синій та чорний кольори), що дозволяють візуально «зібрати» композицію та усунути зайвий білковий шум у реальному середовищі сітілайту. На противагу темному фону, образ самого маскота вирішений у відкритій, експресивній палітрі поп-арту: домінуючим є фірмовий неово-рожевий колір у поєднанні з яскравими вогняно-рудими, пурпуровими та жовтими акцентами світлотіні. Таке сміливе колористичне рішення забезпечує надвисокий рівень плакатного імпульсу та гарантує, що серія буде чітко розпізнаватися глядачем як з близької, так і з великої відстані за будь-яких умов освітлення.

Важливою складовою художнього проєктування є шрифтова культура та архітектоніка текстових блоків. Головне наскрізне гасло проєкту «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ» виконане акцидентним монументальним гротеском (рубаним шрифтом) з витягнутими вертикальними пропорціями. Вибір масивного гротеску без засічок зумовлений потребою надати текстовому повідомленню вагомості, стійкості та переконливості, що перегукується з традиціями українського авангардного плаката початку XX століття. Шрифт інтегрований

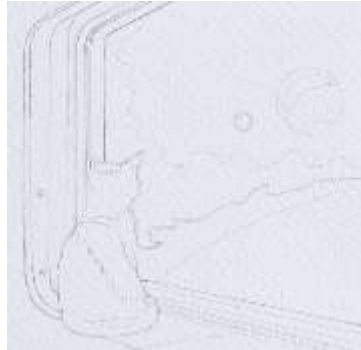
у верхню третину композиційного простору, утворюючи монолітну візуальну плашку, яка врівноважує динаміку нижньої частини аркуша. Допоміжний текстовий блок (назви космічних об'єктів та інформаційні довідки) виконаний суворішим, оптимізованим для читання дрібним рубаним шрифтом, що забезпечує чітку ієрархію сприйняття: спочатку глядач зчитує емоційний образ kota, потім фіксує головне гасло, і лише після цього переходить до ознайомлення з науково-популярним фактом.

### **3.2. Вибір технологічних засобів, програмного забезпечення та графічних технік реалізації**

Технічне втілення авторської концепції серії культурно-просвітницьких плакатів «Космічні коти» вимагало детального аналізу та обґрунтованого вибору сучасного цифрового інструментарію. Специфіка графічного дизайну третього тисячоліття передбачає гнучкість у виборі засобів виразності, проте художня задача цього проєкту вимагала відходу від стандартних векторних контурів, які часто позбавляють плакат індивідуальності, роблячи його надмірно пласким, механічним та геометризованим. З огляду на потребу створення глибокого, емоційно насиченого візуального наративу, орієнтованого на молодіжний сегмент, базовою графічною технікою проєкту було визначено цифровий растрований живопис (Digital Painting). Цей підхід дозволив поєднати академічні принципи класичного малюнка з безмежними можливостями комп'ютерних технологій, забезпечуючи пластичну свободу ліній, м'якість тональних переходів та збереження індивідуального авторського почерку.

Первинне моделювання простору, пошук композиційних осей та детальне промальовування контурної пластики персонажів-маскотів здійснювалися за допомогою графічного планшета високої чутливості в професійних середовищах цифрового малюнка (Procreate та Adobe Photoshop). Головною технологічною особливістю на етапі ескізування стало

використання кастомних текстурних пензлів, що імітують традиційні художні матеріали - олівці та зернистий акварельний папір (див. рис. 3.2).



**Рис. 3.2.** Текстурні особливості та специфіка лінійної графіки під час моделювання просторової композиції в растровому графічному редакторі.

Свідоме впровадження мікротекстур та ефекту «живого» штриха дозволило нівелювати цифровий детокс зображення. Завдяки цьому кожен художній елемент плакатної серії - від найдрібніших ворсинок хутра космокота до кілець Сатурна та масштабних планетних дисків - отримав унікальну тактильну шорсткість, яка утримує увагу глядача та збагачує площину аркуша додатковим візуальним шаром під час розглядання з близької відстані.

Остаточна композиційна збірка, верстка текстових блоків, складна колористична корекція та інтеграція спецефектів виконувалися у професійному растровому редакторі Adobe Photoshop, який володіє найбільш потужним інструментарієм для додрукарської підготовки (Prepress). Робота з кольором та світлом відбувалася через багаторівневу систему шарів із застосуванням складних режимів накладання (Blending Modes). Зокрема, для створення глибоких, «оксамитових» фонових заливок космічного вакууму використовувався режим Multiply (Множення), що дозволило зберегти внутрішню візуальну структуру темних шарів. Натомість для відтворення яскравого, футуристичного свічення фірмового неоновро-рожевого кольору маска, ефектів люмінесценції та відблисків на скафандрах застосовувалися

режими Screen (Освітлення) та Linear Dodge (Add) (Лінійний освітлювач). Це забезпечило максимальний рівень плакатного імпульсу та колористичної експресії цифрового макета.

Важливим етапом технологічного процесу став суворий контроль параметрів растрових файлів для забезпечення бездоганної якості майбутнього великоформатного друку. Усі макети плакатів розроблялися у реальному цільовому розмірі з роздільною здатністю 300 dpi (точок на дюйм) в колірному просторі RGB на етапі малювання для збереження максимальної яскравості неонових пігментів, з подальшим технологічним профілюванням та конвертацією у чотириколірну модель CMYK (з використанням колірного профілю Coated FOGRA39) для тиражування на цифрових офсетних машинах. Шрифтові блоки головного гасла «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ» та інформаційних довідок інтегрувалися як векторні текстові шари безпосередньо всередині растрового документа. Це дозволило зберегти абсолютну чіткість і гладкість країв літер при фінальному виведенні макета на друк, виключаючи появу небажаного растрового «зубчастого» ефекту на акцидентній типографіці.

Завершальним етапом реалізації технологічного циклу стало цифрове моделювання функціонування об'єктів дизайн-проектування в реальному просторі. Оскільки сучасний плакат є невіддільною частиною міського середовища, для перевірки його життєздатності було застосовано метод фотореалістичної тривимірної візуалізації на базі технології смарт-об'єктів (Smart Objects) в Adobe Photoshop. Авторські растрові макети інтегрувалися в існуючі високоякісні моделі (мокапи) міської інфраструктури - сучасні засклені сітілайти на зупинках громадського транспорту та афішні конструкції. Таке віртуальне тестування дозволило наочно оцінити масштабні співвідношення між фігурою маскота, текстовим блоком та оточенням, перевірити читабельність інформаційних довідок в умовах різного вуличного освітлення, а також повністю підтвердити високу конкурентоспроможність та естетичну цінність розробленої серії «Космічні коти».

### 3.3. Етапи створення серії плакатів «Космічні коти»

Процес проектування та практичної реалізації культурно-просвітницької серії плакатів «Космічні коти» мав комплексний, системний та багатоступеневий характер. Кожен окремий етап був підпорядкований єдиній художній стратегії та спрямований на послідовне вирішення конкретних концептуальних, пластичних, композиційних та колористичних завдань. Створення цілісного, конкурентоспроможного візуального продукту в техніці цифрового растрового живопису (Digital Painting) вимагало суворой дисципліни та покрокової методології - від фіксації первинної творчої ідеї у вигляді ментальних карт та швидких замальовок до фінального високодеталізованого рендерингу та додрукарської підготовки графічних елементів. Увесь творчо-виробничий цикл розробки серії плакатів можна розділити на три ключові взаємопов'язані стадії: аналітично-ескізну (пошук форми та динаміки), стадію первинного колорування (світлотіньове та тональне моделювання) та етап фінального художнього опрацювання, деталізації та акцидентної верстки.

Перший етап (аналітично-ескізний) був повністю присвячений тривалому пошуку індивідуальної графічної мови, анатомічних особливостей, емоційного характеру та пластичної динаміки наскрізного персонажа-маскота - космічного кота. Творча робота на цій стадії розпочиналася з виконання серії швидких, розкутих фор-ескізів та лінійних начерків безпосередньо у робочому просторі растрового редактора за допомогою чутливого до натиску графічного планшета. На цьому етапі головним професійним завданням було передати експресію руху кота в нетипових умовах космічної невагомості, стрімкого міжпланетного польоту чи філософського споглядання всесвіту, а також зафіксувати його гармонійну взаємодію з масштабними астрономічними об'єктами.

Свідомо шукалися гострі, нетривіальні ракурси, що дозволяють повністю відійти від банального, статичного ілюстрування на користь живого,

плакатного наративу. Лінійний контур наносився легкими, пошуковими штрихами з використанням кастомних цифрових пензлів, які за своїми фізичними властивостями та візуальним відбитком повністю імітують роботу м'яким графітним олівцем або вугіллям на папері з вираженою фактурою. Це дозволило на фундаментальному рівні зафіксувати анатомічну пластику маскота, визначити напрямки головних композиційних осей, знайти геометричний баланс між фігурою героя та оточенням, а також намітити первинне розташування планетних кілець, орбіт та небесних сфер, як наочно продемонстровано на початковому ескізі пластики руху персонажа (див. рис. 3.3).

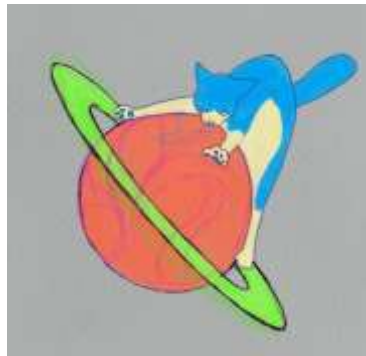


**Рис. 3.3.** Початковий пошуковий олівцевий ескіз пластики руху персонажа в міжпланетному просторі

Другий етап (стадія первинного колоруювання та пошуку тонального балансу) розпочинався безпосередньо після аналізу, коригування та затвердження базового лінійного рисунка. Головною метою цього кроку було визначення загального колористичного клімату майбутнього плаката, пошук кольорних гармоній та закладання тривимірних світлотіньових відношень, які б тримали площину великого плакатного аркуша. На окремих цифрових шарах, розташованих під базовим лінійним контуром, за допомогою широких

текстурних пензлів великого діаметра наносилися первинні локальні колірні масиви. На цій стадії активно проводилися експерименти із взаємодією контрастних кольорів персонажа із середовищем міжпланетного простору.

Світло, власні та падаючі тіні прокладалися на цьому етапі узагальнено, великими тональними плямами, без зайвої деталізації та промальовування дрібних елементів (див. рис. 3.4). Такий підхід дозволив наочно перевірити силу та життєздатність композиційного центру, переконатися в оптичній читабельності силуету кота на відстані та переконатися, що головний герой не втрачається і не зливається з великими планетними дисками та зірковим тлом. Процес закладання первинних тональних плям, моделювання об'єму та пошуку колористичного балансу ілюструє проміжний етап проектування.



**Рис. 3.4.** Етап пошуку композиційного балансу та нанесення первинних колірних масивів

Третій етап (фінальне художнє опрацювання, деталізація та верстка) уособлював тонке, кропітке рендеринг-моделювання форми та фінальну доводку графіки до виставкового стану. На цій стадії початковий лінійний контур частково інтегрувався, розмивався або повністю перекривався новими мальовничими шарами цифрової фарби (див. рис. 3.5). Кастомні текстурні пензлі на цьому етапі використовувалися на повну потужність для створення фірмової, шорсткої фактури паперу та олівцевого штриха, що додало плакатам високої художньої цінності. Детально, крок за кроком

пророблялися анатомічні деталі маскота, накладалися глибокі власні тіні, моделювалися складні світлові ефекти.



**Рис. 3.5.** Тональне та контурне пророблення фігуративних елементів плаката перед фінальною версткою

Тональна та контурна проробка фігур перед фінальним поєднанням із текстовими блоками та акцидентною типографікою представлена на завершальній стадії рендерингу. Після досягнення абсолютної художньої та композиційної цілісності ілюстративного ряду, всі графічні шари переносилися у складальний простір растрового редактора з високою роздільною здатністю (300 dpi). Там, у чіткій відповідності до заздалегідь розробленої модульної сітки, здійснювалася фінальна шрифтова верстка акцидентного наскрізного гасла «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ», назв космічних об'єктів та текстових інформаційних довідок, що дозволило повністю завершити формування архітектоніки плакатних аркушів.

### **3.4. Детальна характеристика та опис розроблених плакатів серії**

Центральною частиною практичної реалізації дизайн-проєкту є детальний мистецтвознавчий та художньо-композиційний аналіз кожного з трьох створених плакатних аркушів серії «Космічні коти». Усі макети підпорядковані єдиній просвітницькій концепції, мають наскрізне

композиційне гасло «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ», виконане монолітним акцидентним гротеском, проте відрізняються за своїм внутрішнім сюжетом, колористичними домінантами та характером пластики головного персонажа-маскота. Такий підхід дозволив створити варіативну, але водночас візуально монолітну серію, де кожен плакат працює як самостійний арт-об'єкт і водночас як невіддільний елемент єдиного концептуального ансамблю.

Перший плакат серії присвячений легендарній українській ракеті-носію «Зеніт-2» (див. рис. Б. 1). Візуальний наратив цього аркуша побудований на принципах максимальної експресії, стрімкої динаміки та високого плакатного імпульсу. Композиційним центром плаката є стилізована постать наскрізного персонажа-маскота - космокота, зафіксованого у стані горизонтального, кулеподібного польоту-стрибка крізь космічний вакуум. Пластика тіла тварини витягнута по діагоналі, лапи притиснуті до тулуба, а вираз обличчя випромінює цілеспрямованість та концентрацію, що метафорично відтворює концепт подолання земного тяжіння та виходу на навколораземну орбіту.

Колористичне рішення цього макета базується на свідомому використанні абсолютного чорного тла, яке символізує нескінченність всесвіту і водночас виступає ідеальним оптичним контрастом для фігури героя. Сам кіт вирішений у насиченому, вогняно-рожевому люмінесцентному кольорі з тонкими переходами пурпурових тіней. Таке колірне домінування привертає увагу глядача миттєво. Шрифтовий блок у верхній третині аркуша врівноважує стрімкий рух маскота, а дрібний інформаційний напис у нижній частині лаконічно й чітко доносить історичний факт: «У 1997 році українська ракета-носіє Zenit-2 вивела супутник на орбіту зі швидкістю понад 28 000 км/год». Яскраве червоне виділення назви «ZENIT-2» створює додатковий колірний акцент, закриваючи композиційний трикутник плаката.

Другий плакат серії репрезентує одне з найбільших космічних підприємств світу - «Південмаш» (див. рис. Б. 2). На відміну від першого аркуша, композиція цього макета вирішена у центричному, круговому ключі, що символізує орбітальний рух, циклічність та глобальність космічного

виробництва. Головний герой - синій кіт із білою грудкою та лапами - пластично взаємодіє з масштабним астрономічним об'єктом. Маскот ніби грається з великою помаранчево-червоною планетою (або зіркою), охоплюючи її лапами та балансуючи на яскраво-зеленому неоновому орбітальному кільці типу сатурнівського. Поза кота випромінює легкість, грайливість та дитячу цікавість, що є прямим посиленням до ідеї легкого, ігрового пізнання складних наукових тем молодіжною аудиторією.

Тло другого плаката виконане у глибокому, чистому ультрамариновому кольорі, який заспокоює композицію та створює гармонійну колірну пару з помаранчевим диском планети. Неоново-зелене кільце виступає потужним лінійним вектором, який розсікає плакат по діагоналі та додає статичному колу просторової динаміки. Акцидентна типографіка «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ» тут виконана білим кольором, що забезпечує бездоганне зчитування на синьому фоні. Інформаційний блок у нижній частині («ПІВДЕНМАШ - одне з найбільших космічних підприємств світу, де створювали ракети для запусків супутників і міжнародних космічних місій») чітко структурований за допомогою горизонтальних ліній, що підкреслює архітектонічну строгість та інженерний підтекст теми.

Третій плакат серії присвячений першому космонавту незалежної України - Леоніду Каденюку (див. рис. Б. 3). За своїм емоційним та психологічним настроєм цей макет є найбільш монументальним, величним та філософським. Композиція побудована на стабільному, стійкому фронтальному принципі. Головний герой зображений у повний зріст у реалістичному білому космічному скафандрі, що впевнено стоїть на сірій текстурній поверхні Місяця. Проте обличчя кота вирішене у вибуховому, експресивному стилі цифрового поп-арту з використанням фірмових неоноворожевих, жовтих та пурпурових мазків. Такий художній прийом символізує унікальність людського (або в даному контексті - маскотного) інтелекту та сміливість першовідкривача.

Тло третього плаката розділене на дві чіткі просторові зони: нижню нейтрально-сіру місячну поверхню з глибокою падаючою тінню від постаті космонавта, та верхню - глибокий темно-синій космічний простір, де велично сходить планетний диск Землі. Контур нашої планети деталізований тонкими сіро-блакитними материковими лініями, що додає макету просторового масштабу. Шрифтовий блок цього плаката має складнішу трирівневу структуру: головне наскрізне гасло вгорі, велике акцидентне ім'я «ЛЕОНІД КАДЕНЮК» у правому нижньому кутку біля постаті героя, та фінальний пояснювальний напис: «Єдиний астронавт України, який побував у космосі». Цей плакат ідеально завершує триптих, переводячи тему від суто технічних досягнень ракетобудування до людського фактора та гордості за національних героїв.

Четвертий плакат серії присвячений знаковому культурно-історичному факту — першій пісні, яка пролунала у космосі в живому виконанні (див. рис. Б. 4). За своїм емоційним та психологічним настроєм цей макет є найбільш ліричним, романтичним та філософським у всій серії. Композиційне рішення побудоване на поєднанні виразного переднього плану та глибокої космічної перспективи. Головним візуальним та смисловим акцентом твору виступає силует кота-маскота, зображеного зі спини, який сидить на умовній технологічній платформі та замислено споглядає безмежний всесвіт. Його статична, контурна постать вирішена у щільному темно-коричневому кольорі з м'яким вохристим рефлексом на хутрі, що підкреслює атмосферу самотності, величі та благоговіння перед космосом.

Тло плаката ділиться на дві контрастні просторові зони, розділені динамічною діагоналлю космічного горизонту. Ліва частина композиції врівноважується вертикальними паралельними смугами теплої теракотово-оранжевої гами, що імітують світловий шлейф, траєкторію ракети або ретро-футуристичні вектори руху. Права частина відкриває вид на глибокий космос, виконаний у плавному градієнтному переході від насиченого темно-синього до оливково-зеленого кольору, де велично сходять планетні диски та супутники.

Використання ідеальних круглих форм космічних тіл у поєднанні з лінійними треками відсилає до стилістики класичного ретрофутуризму, гармонійно пов'язуючи макет із загальною концепцією серії.

Шрифтовий блок цього плаката має чітку, збалансовану трирівневу структуру та складну колористичну акцентуацію. Верхню третину займає наскрізне головне гасло проекту «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ», виконане суворим, витягнутим світло-сірим гротеском. Головним емоційним якорем виступає назва пісні «ДИВЛЮСЬ Я НА НЕБО», розташована безпосередньо у зоні візуального фокусу маскота. Напис виконаний яскравим, експресивним лимонно-жовтим кольором із ефектом зміщення літер, що створює оптичну ілюзію вібрації звукової хвилі у вакуумі. Нижня частина плаката традиційно відведена під розгорнутий інформаційно-пояснювальний текст, який заземлює композицію: «Першою піснею, що пролунала в космосі в живому виконанні, стала українська «Дивлюсь я на небо». Цей макет ефектно розширює тему проекту, транслуючи ідею про те, що український слід у космосі — це не лише технічні досягнення чи інженерна думка, а й глибока поетична та музична душа нашого народу.

### **3.5. Рекомендації щодо застосування та впровадження серії плакатів**

Прикінцевим етапом художньо-проектного циклу розробки серії культурно-просвітницьких плакатів «Космічні коти» є формування чітких, технологічно обґрунтованих та соціально-адаптованих рекомендацій щодо їх реального практичного впровадження у сучасне комунікаційне середовище. Створений дизайн-проект має високий потенціал практичного застосування завдяки універсальності графічної мови, емоційній силі наскрізного персонажа-маскота та чіткій архітектоніці текстових повідомлень. Для досягнення максимального просвітницького ефекту та залучення цільової аудиторії (підлітків та студентської молоді) було розроблено багаторівневу стратегію інтеграції плакатів у реальне міське, освітнє та цифрове медіасередовище.

Першим і провідним напрямом впровадження є інтеграція серії плакатів в урбаністичну інфраструктуру сучасного міста за допомогою стандартних та найбільш поширених носіїв зовнішньої реклами (див. рис. 3.6). Проектні рішення та колористичний лад аркушів розроблялися з урахуванням їхнього майбутнього функціонування у застаклених світлових конструкціях - сітілайтах (1,2×1,8 м), що розташовуються на зупинках громадського транспорту, центральних пішохідних вулицях, поблизу молодіжних хабів, парків та кінотеатрів. Глибоке темне тло плакатів у поєднанні з вибуховим неоновим та ультрамариновим світленням маскота ідеально працює в умовах нічного та вечірнього освітлення міських вулиць, мінімізуючи бліки на склі та утворюючи потужну візуальну домінанту, яка спонукає перехожих зупинити погляд і ознайомитися з текстовим вмістом.



**Рис. 3.6.** Візуалізація інтеграції розробленої серії просвітницьких плакатів у міське середовище (носії типу «сітілайт» на зупинках громадського транспорту).

Другим стратегічним напрямом застосування є використання серії плакатів як наочного просвітницького та інтер'єрного матеріалу в освітніх закладах. Рекомендується експонування аркушів у вестибюлях, лекторіях, бібліотеках та рекреаційних зонах загальноосвітніх шкіл, ліцеїв та вищих навчальних закладів. Завдяки впровадженню концепції «cute-дизайну» та ігрового персонажа, складні науково-історичні факти про досягнення українського ракетобудування та космонавтики сприймаються молоддю без

когнітивного опору. Плакати можуть слугувати ефективним візуальним супроводом під час проведення тематичних уроків, виховних годин, днів науки чи популяризації національної культурно-технічної спадщини, трансформуючи нудний академічний простір у сучасне інтерактивне середовище.

Четвертий блок рекомендацій стосується суто технологічних вимог до реального тиражування та поствиробничої обробки серії. Для інтер'єрного використання в освітніх просторах рекомендується застосовувати високоякісний цифровий офсетний друк на матовому папері підвищеної щільності (від 200 до 250 g/m<sup>2</sup>) або на синтетичному вологостійкому папері, що запобігатиме деформації аркушів. Для посилення художнього ефекту та надання виробам преміального вигляду обов'язковим є використання постдрукарських технологій: суцільного матового ламінування типу soft-touch (що підкреслить оксамитову фактуру цифрового олівця та паперу на фоні) та вибіркового глянцевого УФ-лакування на фігурі самого космокота і головних акцидентних літерах «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ». Для екстер'єрного міського середовища сітілайтів друк має здійснюватися екологічними латексними або ультрафіолетовими чорнилами на спеціальному світлорозсіювальному папері (бекліті), що забезпечить рівномірне внутрішнє підсвічування неонових шарів у темну пору доби та гарантуватиме довговічність і захист від вигорання під сонячними променями.

### **Висновки до розділу 3**

1. У ході практичної реалізації дизайн-проєкту було художньо обґрунтовано та успішно втілено авторську стилістичну концепцію серії культурно-просвітницьких плакатів «Космічні коти». Завдяки вибору техніки цифрового растрового живопису (Digital Painting) та використанню кастомних текстурних пензлів вдалося досягти унікального візуального ефекту «живої» художньої фактури, що дозволило надати плакатам емоційної глибини,

теплоти та тактильності, необхідних для ефективної взаємодії з молодіжним сегментом цільової аудиторії.

2. На основі аналізу технологічних засобів та програмного забезпечення базовим середовищем проектування було визначено растрові графічні редактори Procreate та Adobe Photoshop, які забезпечили пластичну свободу лінійного малюнка та бездоганний контроль над параметрами додрукарської підготовки (Prepress). Експериментальним шляхом через систему цифрових шарів та режимів накладання (Multiply, Screen, Linear Dodge) було досягнуто граничної колористичної виразності, де глибокі темні масиви космічного тла утворюють максимальний оптичний контраст із вибуховими фірмовими неоноворожевими та ультрамариновими пігментами маскота.

3. Творчо-виробничий цикл проектування серії плакатів був реалізований у три послідовні етапи: аналітично-ескізний (пошук анатомії, ракурсів та динаміки kota в невагомості за допомогою швидких фор-ескізів), стадію первинного колоруювання (узагальнене світлотіньове моделювання та пошук тонального балансу плям) та етап фінального художнього рендерингу (тонке промальовування деталей, фактур, світлових рефлексів та остаточна верстка макетів). Така послідовність дозволила забезпечити високу композиційну монолітність та художню зрілість усього плакатного триптиху.

4. Виконано детальний поштучний аналіз трьох розроблених плакатів серії, кожен з яких вирішує індивідуальне просвітницьке завдання в межах спільної концепції: перший аркуш фокусується на стрімкій горизонтальній динаміці польоту ракети-носія «Зеніт-2»; другий - на центричному орбітальному русі та інженерному масштабі підприємства «Південмаш»; третій - на монументальній фронтальній філософії місії першого космонавта незалежної України Леоніду Каденюку. Наскрізне композиційне об'єднання аркушів досягнуто через інтеграцію масивного акцидентного гротеску головного гасла «ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ», що врівноважує динаміку ілюстрацій.

5. Сформовано комплексні практичні рекомендації щодо реального впровадження серії плакатів у сучасне комунікаційне середовище. На основі тривимірного цифрового моделювання (мокапів) доведено високу життєздатність та плакатний імпульс макетів у реальних міських конструкціях типу «сітілайт» на зупинках транспорту. Визначено стратегічні напрями використання серії як інтерактивного наочного матеріалу в інтер'єрах навчальних закладів та крос-медійної адаптації ілюстрацій під екранні формати молодіжних соціальних мереж. Окреслено суворі технологічні вимоги до друку (щільність паперу 200–250 g/m<sup>2</sup>, папір бекліт) та поствиробничої обробки (суцільне ламінування soft-touch та вибіркового глянцевого УФ-лаку), що гарантує бездоганну якість фізичного втілення проєкту.

## ВИСНОВКИ

1. Виокремлено теоретичні положення плакатного дизайну та візуальної комунікації. Доведено, що в умовах сучасного цифровізованого інформаційного простору плакат функціонує як складна художньо-комунікативна система. На основі опрацювання наукових дефініцій з'ясовано, що завдяки мові графічного узагальнення та метафоризації плакат здатний миттєво привертати увагу глядача й трансливати чіткий інформаційно-емоційний меседж, виступаючи ефективним засобом адаптивної візуалізації.

2. Досліджено історію розвитку плакатного мистецтва та його роль у сучасному графічному дизайні. Простежено історико-мистецьку еволюцію плаката від появи хромолітографії у XIX столітті до сучасних мультимедійних і цифрових форм. Виявлено еволюцію його функціонального призначення від традиційного рекламно-агітаційного інструменту до потужного крос-медійного засобу формування соціокультурних та естетичних цінностей у суспільстві.

3. Встановлено види та особливості сучасних авторських плакатів. На основі аналізу структурних класифікацій виділено три типи плакатів за специфікою взаємодії вербального та зображального компонентів (шрифтовий, комбінований та чисте графічне зображення). Обґрунтовано особливості проектування авторських плакатів як замкнених концептуальних серій, що поєднують унікальний ілюстративний стиль, єдину композиційно-колористичну систему та наскрізну художню ідею.

4. Проаналізовано сучасні тенденції у сфері цифрової ілюстрації та плакатного мистецтва. Шляхом дослідження та порівняння десяти художньо-проектних аналогів (зокрема, робіт клубу Pictoric, Kurzgesagt, NASA та ін.) виявлено домінування стилів flat design, ретро-футуризму, а також концепції миловидності (cute-дизайну). Окремо доведено високу ефективність використання фігуративних зооморфних персонажів-маскотів у некомерційній просвітницькій графіці (на прикладі всесвітнього досвіду NASA, WWF та

вітчизняних практик), де образ тварини виступає емоційним медіатором, який суттєво знижує когнітивний бар'єр сприйняття складних наукових фактів.

5. Створено цілісний триптих ілюстрованих плакатів. За допомогою методів тривимірного комп'ютерного моделювання (мокапів) доведено високу конкурентоспроможність, візуальний імпульс та адаптивність плакатів до реального урбаністичного середовища (носії типу «сітілайт»). Сформовано чіткі технологічні рекомендації для тиражування проєкту: друк УФ-чорнилами на світлорозсіювальному папері «бекліт» для екстер'єрного розміщення, а також цифровий офсетний друк на щільному матовому папері (200–250 г/м<sup>2</sup>) із застосуванням ламінування soft-touch та вибіркового глянцевого УФ-лакування для інтер'єрів освітньо-виховних закладів та виставкових просторів. Створений продукт повністю готовий до крос-медійної адаптації у сучасному цифровому та речовому середовищах України.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейканіч А. І. Визначення поняття плаката, його види та жанри. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Філологічні науки*. 2014. Вип. 35. С. 36–41. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/newtracaar\\_2014\\_5\\_36.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/newtracaar_2014_5_36.pdf) (дата звернення: 31.05.2026).
2. Бабкіна О., Бабкіна М. Особливості використання фітомотивів у дизайні соціальної реклами. *Fine Art and Culture Studies*. 2024. № 2. С. 53–60. DOI: 10.32782/facs-2024-2-7.
3. Божко Т. О. Проектні концепції у графічному дизайні. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2012. № 7. С. 7–9. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/had\\_2012\\_7\\_3.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/had_2012_7_3.pdf) (дата звернення: 09.06.2026).
4. Васильєв О. С. Дизайн вебсайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти : дис. ... доктора філософії : спец. 022 «Дизайн» / Київський національний університет технологій та дизайну. Київ, 2024. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26918/1/Vasyliiev\\_disertation.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26918/1/Vasyliiev_disertation.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
5. Ворона Н., Слівінська А. Тенденції сучасного графічного дизайну. Молодий вчений. 2024. № 6(130). С. 1–5. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6-130-1>.
6. Гладун О. В. Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. Сучасне мистецтво. 2018. Вип. 14. С. 115–122. DOI: 10.31500/2309-8813.13.2018.152212.

7. Денисюк Ж. З. Візуальні комунікативні практики в контексті розвитку креативних індустрій. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2023. № 3. С. 10–14. DOI: 10.32461/2226-3209.3.2023.289769.
8. Єжова О. В., Яковлев М. І. Дизайн-проекткування графічних елементів фірмового стилю бренду. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : колективна монографія / за ред. М. І. Яковлева. Київ : КНУТД, 2022. С. 79–90. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19966/1/GDIVP\\_mono\\_2022\\_P079-090.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19966/1/GDIVP_mono_2022_P079-090.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
9. Єнчева Н. Р. Візуальний брендинг у fashion-індустрії першої чверті XXI століття : дис. ... доктора філософії : спец. 022 «Дизайн» / Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2026. URL: [https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2026/03/YEncheva\\_Dysertacziya\\_compressed.pdf](https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2026/03/YEncheva_Dysertacziya_compressed.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
10. Єрмуканова А. А. Нонконформізм у дизайні сценічного простору українського театру : дис. ... доктора філософії : спец. 022 «Дизайн» / Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2026. URL: <https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2026/04/Dysertacziya-YErnukanova.pdf> (дата звернення: 10.06.2026).
11. Журавель-Змєєва Л., Стрельцова С. Сучасні тенденції в проектуванні графічного дизайну України початку XXI ст. Актуальні проблеми гуманітарних наук. 2025. Вип. 84. Ч. 1. С. 166–172. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/84-1-23> (дата звернення: 31.05.2026).
12. Іванова О. В. Трансформація графічного дизайну під впливом технології доповненої реальності: історія та сучасність. Fine Art and Culture Studies. 2023. № 4. С. 141–146. DOI: 10.32782/facs-2023-4-19.
13. Іонов В. Голоси України в пікселях і кодах: інноваційні media для глобальної презентації національної культури. «М’яка сила» українського

- мистецтва в координатах сучасного світу : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 червня 2025 р.). Київ : Інститут культурних досліджень НАМ України, 2025. С. 116–121. URL: [https://icr.org.ua/wp-content/uploads/2025/12/Book\\_2025\\_Conference\\_24.06.2025.pdf](https://icr.org.ua/wp-content/uploads/2025/12/Book_2025_Conference_24.06.2025.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
14. Кавун В. М. Типологія культур: теоретичний аналіз. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2022. № 1. С. 47–51. URL: [https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4146/Visnyk\\_NAKK\\_KIM\\_1\\_2022\\_DOI-47-51.pdf?sequence=1](https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4146/Visnyk_NAKK_KIM_1_2022_DOI-47-51.pdf?sequence=1) (дата звернення: 09.06.2026).
15. Канєвський Б. М. Дослідження технологій управління кольоровідтворенням у флексографічному друці. Технологія і техніка друкарства. 2023. № 2 (80). С. 49–59. DOI: 10.20535/2077-7264.2(80).2023.288943.
16. Колосніченко О. В. Адаптивна роль плакату в контексті розвитку сучасного мистецтва : монографія. Київ : КНУТД, 2023. 220 с. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23006/1/ARPKRSM\\_2023\\_mono.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23006/1/ARPKRSM_2023_mono.pdf) (дата звернення: 31.05.2026).
17. Коновалова О. В. Мотиви української народної орнаментики як складова знакової системи national графічного дизайну. «М'яка сила» українського мистецтва в координатах сучасного світу : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 червня 2025 р.). Київ : Інститут культурних досліджень НАМ України, 2025. С. 617–622. URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/10694/1/O\\_Konovalova\\_28\\_03\\_12\\_konf\\_IM.pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/10694/1/O_Konovalova_28_03_12_konf_IM.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
18. Косаревська Р. О. Візуальна комунікація та маркетинг: аналіз впливу графічного дизайну на споживачів. Мистецтвознавчі записки. 2023. Вип. 44. С. 11–17. DOI: 10.32461/2226-2180.44.2023.293905.

- 19.Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років : монографія. Київ : Родовід, 2019. 480 с. URL: <https://mydisser.com/dfiles/27225211.pdf> (дата звернення: 31.05.2026).
- 20.Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і media-дизайну Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с. URL: [https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/4303/1/2017-cross\\_compressed.pdf](https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/4303/1/2017-cross_compressed.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
- 21.Колосніченко О. В., Єжова О. В., Остапенко Н. В., Кротова Т. Ф., Колосніченко М. В., Чжоу Чуанцзін. Адаптивне мистецтво сучасного плакату: соціальна комунікація та реклама. *Art and Design*. 2022. Т.18. №2. С. 79-93 <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.2.7..>
- 22.Лихолат О. В. Сучасні тенденції в дизайні дитячої книги: від класичної ілюстрації до цифрової інтерактивності. Український мистецтвознавчий дискурс. 2025. № 5. С. 10–18. URL: <https://doi.org/10.32782/uad.2025.5.10> (дата звернення: 31.05.2026).
- 23.Ляміна М. А. Плакат як засіб візуальної комунікації. Людина в інформаційному просторі : матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції (Кременчук, 12–13 травня 2022 р.). Кременчук : КрНУ, 2022. С. 139–141. URL: [https://gnkm.kdu.edu.ua/document/Zbirnyk\\_konferentsiyi\\_Lyudyna\\_v\\_informatsiynomu\\_prostor\\_i\\_2022.pdf](https://gnkm.kdu.edu.ua/document/Zbirnyk_konferentsiyi_Lyudyna_v_informatsiynomu_prostor_i_2022.pdf) (дата звернення: 09.06.2026).
- 24.Мирошниченко М. Е., Дубрівна А. П. Особливості побудови візуальної комунікації у дизайні плакату. *Технології та дизайн*. 2020. № 4 (37). URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17017/1/td\\_2020\\_N4\\_08.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17017/1/td_2020_N4_08.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
- 25.Мудаліге О. В. Засоби формування візуальної мови сучасного шрифтового плакату (на матеріалах Міжнародної екологічної трієнале «4-й Блок») : дис. ... доктора філософії : 022 «Дизайн» / Харківська державна академія

- дизайну і мистецтв. Харків, 2024. 234 с. URL: <https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2025/01/mudalige-dysertaciia.pdf> (дата звернення: 09.06.2026).
- 26.Мудаліге О. І., Іваненко Т. О. Сучасні тенденції в дизайні шрифтового плакату екологічного спрямування. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2023. № 5. С. 79–86. DOI: 10.32782/uad.2023.5.8.
- 27.Мулкохайнен В. А. Дизайн книги у контексті української проєктної культури 1950-х – 2020-х років : дис. ... доктора філософії : спец. 022 «Дизайн» / Київський національний університет технологій та дизайну. Київ, 2024. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/27042/1/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F\\_%D0%9C%D1%83%D0%BB%D0%BA%D0%BE%D1%85%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B5%D0%BD\\_%20%D0%92.%D0%90.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/27042/1/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%9C%D1%83%D0%BB%D0%BA%D0%BE%D1%85%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B5%D0%BD_%20%D0%92.%D0%90.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
- 28.Осадча А. С. Рекламна графіка у візуальному просторі м. Києва кінця XIX – початку XXI століття : дис. ... доктора філософії : 022 / Київський національний університет технологій та дизайну. Київ, 2024. 214 с. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26900/1/Osadcha\\_disertation.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26900/1/Osadcha_disertation.pdf) (дата звернення: 09.06.2026).
- 29.Поліграфічні, multimedia та web-технології. Інновації : монографія / редкол.: О. В. Вовк, І. Б. Чеботарьова, Ж. В. Дейнеко та ін. Харків : Друкарня Мадрид, 2022. 304 с. URL: <https://pmw.nure.ua/files/51.pdf> (дата звернення: 10.06.2026).
- 30.Пушонкова О. А. Візуальні виміри пам'яті у часопросторі культури. Візуальне мистецтво у контексті сучасних культурних практик : збірник матеріалів VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Черкаси, 23–24 листопада 2023 р.). Черкаси : ЧДТУ, 2023. С. 10–12. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/4717/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.%20%D0%A7%D0%B5%D1%80%>

- D0%BA%D0%B0%D1%81%D0%B8.%202023%20%281%29.pdf (дата звернення: 10.06.2026).
- 31.Ременєва Т. О. Трансформація українського плаката у просторі візуальних комунікацій кінця XX – початку XXI століття : дис. ... доктора філософії : 022 «Дизайн» / Київський національний університет технологій та дизайну. Київ, 2024. 262 с. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26764/1/Remenieva\\_disertation.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26764/1/Remenieva_disertation.pdf) (дата звернення: 09.06.2026).
- 32.Савченко К. І., Зоренко О. В., Розум Т. В., Величко О. М. Сучасний стан технологій друкування в Україні. Технологія і техніка друкарства. 2011. № 2(32). С. 21–27. DOI: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.2\(32\).2011.52761](https://doi.org/10.20535/2077-7264.2(32).2011.52761).
- 33.Сбітнева Н. Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2015. № 4. С. 60–66. URL: <http://www.visnik.org.ua/pdf/v2015-04-09-sbitneva.pdf> (дата звернення: 09.06.2026).
- 34.Світлична Н. В. Дизайн-проектування корпоративного героя як елементу фірмового стилю компанії. Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 2022). Київ: КНУТД, 2022. Т. 2. С. 71–74. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21107/3/APSD\\_2022\\_V2\\_P071-074.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21107/3/APSD_2022_V2_P071-074.pdf) (дата звернення: 13.06.2026).
- 35.Свірко В. О., Рубцов А. Л., Чемакіна О. В. Дизайн-ергономічні чинники створення візуальних інформаційних систем. *Теорія та практика дизайну*. 2018. Вип. 15. С. 149–173. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/tprd\\_2018\\_15\\_15.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/tprd_2018_15_15.pdf) (дата звернення: 10.06.2026).
- 36.Сеньківський В. М., Піх І. В. Онтологічна модель програмного забезпечення додрукарського процесу. *Наукові записки* [Української

- академії друкарства]. 2026. № 1 (72). С. 16–26. URL: <https://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-72/4.pdf> (дата звернення: 10.06.2026).
37. Сінь В. Дизайн візуальної комунікації як засіб творчої самореалізації майбутніх фахівців. *Академічні студії. Серія: Педагогіка*. 2024. № 4. С. 148–154. DOI: <https://doi.org/10.52726/as.pedagogy/2024.4.21>.
38. Скляренко Н. В., Колосніченко О. В., Єжова О. В., Чупріна Н. В., Струмінська Т. В., Лю Хуамей. Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. *Art and Design*. 2022. Т. 18. № 3. С. 120–139. URL: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10> (дата звернення: 31.05.2026).
39. Удріс-Бородавко Н., Максимчук Д. Проектна методика Василя Кричевського в типографічному дизайні як джерело культурної ідентичності сучасних візуальних практик. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2026. Т. 9. № 1. С. 32–46. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.9.1.2026> (дата звернення: 09.06.2026).
40. Федорук О. Художнє життя Києва кінця XIX - початку XX століття: польський дискурс. *Сучасне мистецтво*. 2022. Вип. 18. С. 307–320. DOI: [10.31500/2309-8813.18.2022.273817](https://doi.org/10.31500/2309-8813.18.2022.273817).
41. Черниш М., Житеньова Н. Етапи розробки графічних плакатів. *Professional Art Education*. 2024. Т. 5, № 1. С. 83–92. DOI: [10.34142/27091805.2024.5.01.10](https://doi.org/10.34142/27091805.2024.5.01.10).
42. Чжао А., Безугла Р. І. Негативний простір у дизайні постерів: особливості застосування. *Теорія та практика дизайну*. 2025. Вип. 38. Т. 1. С. 5–12. DOI: [10.32782/2415-8151.2025.38.1.1](https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.38.1.1).
43. Шевченко А., Горносталь І. Аналіз тенденцій посилення культурної ідентичності в сучасному графічному дизайні. Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27–28 квіт. 2023 р.) : у 2 т. Київ : КНУТД, 2023. Т. 2. С. 112–115. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24716/1/APSD\\_2023\\_V2\\_P112-115.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24716/1/APSD_2023_V2_P112-115.pdf) (дата звернення: 09.06.2026).

44. Шевченко В. Я. Наочний посібник з навчальної дисципліни «Композиція плакату» для самостійної роботи і дистанційного навчання здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація». 5 семестр / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків : ХДАДМ, 2022. 144 с. URL: <https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2025/03/posibnyk-kompoz-plakatu-3-kurs-5-sem.pdf> (дата звернення: 09.06.2026).
45. Diachenko A., Breniuk A., Petrashyk V., Nikolenko K., Yaremenko D. The aesthetics of digital images and the dynamics of visual practices in the media environment of the new era. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*. 2026. Vol. 7. No. 1. P. 163–171. DOI: <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v7.i1.2026.7204>.
46. Guffey E. *Retro: The Culture of Revival*. London : Reaktion Books, 2006. 195 p. URL: <https://archive.org/details/retrocultureofre0000guff> (дата звернення: 10.06.2026).
47. Khynevych R. Character's visual image creation in multimedia projects. *Art and Design*. 2025. Vol. 8. No. 1. P. 92–102. URL: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2025.1.7> (дата звернення: 31.05.2026).
48. Landa R. *Graphic Design Solutions*. 4th ed. Boston, MA : Wadsworth/Cengage Learning, 2011. 483 p. URL: <https://archive.org/details/graphicdesignsol0004land> (дата звернення: 10.06.2026).
49. Meggs P. B., Purvis A. W. *Meggs' History of Graphic Design*. 5th ed. Hoboken : John Wiley & Sons, 2012. 603 p. URL: [https://archive.org/details/meggshistoryofgr0000megg\\_05ed](https://archive.org/details/meggshistoryofgr0000megg_05ed) (дата звернення: 31.05.2026).
50. Weill A. *The Poster: A Worldwide Survey and History*. Boston : G.K. Hall, 1985. 422 p. URL: <https://archive.org/details/posterworldwides0000weil> (дата звернення: 31.05.2026).

51. **Zhelizna M.**, Liubymova N. V. Artificial intelligence in graphic design and English content creation. *Modern science: trends, challenges, solutions: proceedings of the 11th International scientific and practical conference* (Liverpool, United Kingdom, June 4–6, 2026). Liverpool: Cognum Publishing House, 2026. p. 556–560. URL: <https://sci-conf.com.ua/xi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-modern-science-trends-challenges-solutions-4-6-06-2026-liverpul-velikobritaniya-arhiv/> (дата звернення: 13.06.2026).

## ДОДАТКИ

## Додаток А



Рис. А.1. Сертифікат з участі у XI Міжнародній науково-практичній конференції «MODERN SCIENCE: TRENDS, CHALLENGES, SOLUTIONS» (4-6.06.2026 року, Ліверпуль, Великобританія)



Рис. А.2. Сертифікат учасника XXVI Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів «Печерські каштани» (06.06.2026, м. Київ, КНУТД)

## Додаток Б



Рис. Б.1. Плакат «Зеніт 2» з серії «Космічні коти»

# ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКЕ



## ПІВДЕНМАШ

ОДНЕ З НАЙБІЛЬШИХ КОСМІЧНИХ  
ПІДПРИЄМСТВ СВІТУ, ДЕ СТВОРЮВАЛИ РАКЕТИ  
ДЛЯ ЗАПУСКІВ СУПУТНИКІВ І МІЖНАРОДНИХ  
КОСМІЧНИХ МІСІЙ.

Рис. Б.2. Плакат «Південмаш» з серії «Космічні коти»



Рис. Б.3. Плакат «Леонід Каденюк» з серії «Космічні коти»



Рис. Б.4. Плакат «Дивлюсь я на небо» з серії «Космічні коти»