

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ імені ІГОРЯ
СКОРСЬКОГО»**

Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут

Кафедра графіки

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри графіки

_____ Оляніна С.В.

(підпис) (ініціали, прізвище)

“ ____ ” _____ 20__ р.

Дипломна робота

на здобуття ступеня бакалавра

зі спеціальності (спеціалізації) 023 «Образотворче мистецтво, декоративне
мистецтво, реставрація»

на тему: **Художньо-технічне оформлення та поліграфічне виконання серії
соціальних плакатів та брошури-портфоліо**

Виконала: студентка 4 курсу, групи СГ-01

Макух Оксана Богданівна _____

Керівник: викладач кафедри графіки

Гулевич С. О. _____

Рецензент _____

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших авторів
без відповідних посилань.

Студентка _____

Київ – 2024

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Науково-навчальний Видавничо-поліграфічний інститут,
кафедра графіки

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність (спеціалізація) 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри графіки

_____ Оляніна С.В.

(підпис) (ініціали, прізвище)

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студенту

Макух Оксані Богданівні

1. Тема роботи: Художньо-технічне оформлення та поліграфічне виконання серії соціальних плакатів та брошури-портфоліо керівник роботи Гулевич Сергій Олександрович, викладач кафедри графіки.
затверджені наказом по університету від «__» _____ 2024 р. № _____
2. Строк подання студентом роботи *11 червня 2024 р.*
3. Вихідні дані до роботи: *серія з 10 плакатів, формат А2; брошура-портфоліо в м'якій обкладинці, формат 145х200, обсяг 44 ст.*
4. Зміст (дипломної роботи) пояснювальної записки (перелік завдань, які потрібно розробити) *розробка художньо-технічного оформлення та поліграфічного виконання серії соціальних плакатів та брошури-портфоліо.*
5. Перелік графічного (ілюстративного) матеріалу (із зазначенням плакатів, презентацій тощо): *не менш ніж 20 розворотів, оригінал-макет видання, презентація у програмі PowerPoint.*

6. Дата видачі завдання 10 жовтня 2024 року

Календарний план

№	Найменування дій	Термін дій
1.	Вибір та затвердження теми	Жовтень
2.	Формулювання та затвердження завдання	Жовтень
3.	Виконання розділу 1	Січень-лютий
4.	Виконання розділу 2	Березень-квітень
5.	Виконання розділу 3	Квітень-травень
6.	Оформлення та завершення дипломної роботи	Травень
7.	Надання дипломної роботи (електронний варіант) відповідальному за організацію дипломного проектування на кафедрі графіки для перевірки на наявність плагіату	Травень
8.	Остаточна перевірка дипломної роботи керівником, надання відгуку	Травень
9.	Попередній захист	Травень
10.	Рецензування	Червень
11.	Надання роботи відповідальному за організацію дипломного проектування на кафедрі графіки (друкований варіант)	Орієнтовно за 14 днів до захисту
12.	Захист дипломної роботи на засіданні ЕК	Червень

Студентка



О. Б. Макух

Керівник роботи

С. О. Гулевич

РЕФЕРАТ

В якості бакалаврської роботи було створено серію авторських соціальних плакатів на тему російсько-української війни та брошуру-портфоліо. Видання включає 10 графічних плакатів та брошуру обсягом 44 сторінки, яка містить 22 ілюстровані розвороти.

Формат плакатів – А2. Формат брошури – 145x200 мм, гарнітура Fixel, кегль основного тексту – 10 пт, додаткового тексту – 24 пт, колонцифр – 14 пт.

Дипломна робота складається з трьох розділів. В першому розділі міститься дослідження плаката як виду мистецтва, його характеристика, аналіз та важливість для суспільства. Другий розділ містить детальний опис проєктування та художньо-технічного оформлення видання. В третьому розділі проведена технічна характеристика видання та розроблена технологія його виготовлення.

Основною метою роботи є привернення уваги до важливих соціальних проблем українського суспільства.

ABSTRACT

As a bachelor's thesis, a series of author's social posters on the topic of the Russian-Ukrainian war and a brochure-portfolio were created. The publication includes 10 graphic posters and a 44-page brochure containing 22 illustrated spreads.

The format of the posters is A2. Brochure format - 145x200 mm, Fixel font, main text pin - 10 pt, additional text - 24 pt, column numbers - 14 pt.

Bachelor's thesis consists of three sections. The first chapter contains a study of the poster as an art form, its characteristics, analysis and importance for society. The second section contains a detailed description of the design and artistic and technical design of the publication. In the third section, the technical characteristics of the publication and the technology of its production were developed.

The main goal of the work is to draw attention to important social problems of Ukrainian society.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1: ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТА.....	8
1.1 Визначення поняття плаката та його види.....	8
1.2 Історія розвитку українського плаката.....	13
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2: ПРОЄКТУВАННЯ ТА ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ	
ВИДАННЯ.....	27
2.1 Художня концепція.....	27
2.2 Формат видання, його виправданість залежно від типу, обсягу та	
призначення.....	29
2.3 Оформлення видання.....	30
2.3.1 Оформлення плакатів.....	30
2.3.2 Оформлення брошури.....	37
2.3.2.1 Зовнішнє оформлення видання.....	37
2.3.2.2 Внутрішнє оформлення видання.....	39
Висновки до розділу 2.....	45
РОЗДІЛ 3: РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ ВИДАННЯ.....	46
3.1 Аналіз вихідних даних для проєктування.....	46
3.2 Розробка конструкції видання.....	49
3.3 Вибір варіанту технологічного процесу виготовлення видання зі	
складанням загальної блок-схеми.....	50
3.4 Маршрутно-технологічна карта.....	54
3.5 Розрахункова частина.....	58
Висновки до розділу 3.....	60
ВИСНОВКИ.....	61
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	63

ВСТУП

Плакат як візуальний засіб донесення певної інформації до людини завжди буде актуальним об'єктом для дослідження, адже в цьому різновиді графіки тісно переплітаються мистецтво та реклама. Реклама давно стала одним із найбільш впливових факторів, які формують соціальні норми та цінності суспільства. Саме тому плакат, зародження якого припало на початок XVI ст., можна розглядати як один з перших проявів соціальної реклами, основна мета якого – привернути увагу громадськості до актуальних питань суспільства та виробити нові соціальні норми через конкретну візуальну мову графіки. [9, с. 79] Такі науки як психологія, мистецтвознавство, маркетинг, соціологія вивчають вплив плаката на свідомість людини. [15, с. 1162]

Сьогодні, незважаючи на глобальну діджиталізацію, соціальний плакат продовжує відігравати важливу роль у висвітленні важливих подій в українському суспільстві. У зв'язку з війною у мистецтві актуальними стали теми патріотизму, відродження історії, розвитку культури, охорони довкілля тощо. [17, с. 544] Тож український соціальний плакат потребує дослідження, адже сьогодні це не менш важливий засіб формування громадської свідомості, ніж був у XX ст.

Мета роботи: визначити важливість соціального плаката у сучасному інформаційному просторі України та розробити серію соціальних плакатів, які порушують важливі соціальні проблеми українського суспільства.

Об'єкт дослідження: український плакат XX-XXI ст..

Предмет дослідження: візуальна мова українського плаката XX-XXI ст.

Завдання:

1. Розглянути історію виникнення українського плаката;
2. Охарактеризувати вплив мистецьких течій на формування та трансформацію візуальної мови плаката;
3. Охарактеризувати вплив глобальних подій XX-XXI ст. на розвиток українського плаката;
4. З'ясувати поняття “соціальний плакат”;

5. Охарактеризувати вплив українського соціального плаката на сучасну українську культуру.
6. Розробити художньо-технічне оформлення та технологію виготовлення видання.

Методи дослідження:

1. Історичний метод: дослідження та аналіз документальних джерел;
2. Компаративний аналіз: порівняння різних видів плаката через призму предмету дослідження;
3. Символічний метод: інтерпретація графічних символів різних видів плаката;
4. Контекстуальний аналіз: аналіз плаката через історичний, соціокультурний та політичний контекст.

Структура: робота складається зі вступу, 3 розділів, висновку, списку використаної літератури (20 позицій). Загальний обсяг дослідження становить 64 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТА

1.1 Визначення поняття плаката та його види

Різні видання по-різному трактують термінологію плаката. Наприклад, в Академічному тлумачному словнику української мови (1970-1980 рр.) знаходимо наступне визначення: *“плакат – це малюнок з коротким текстом до нього, що закликає до чого-небудь, популяризує, рекламує щось.* [5] Український художник та автор “Антології українського плаката першої третини XX століття” Андрейканіч А.І. наводить наступне визначення: *“плакат – це вид друкованої графіки, що належить до її окремого різновиду плакатної графіки, виконується за проектами мистців у різних графічних та живописних техніках”.* [10, с. 4] В ДСТУ 3017:2015 “Інформація та документація. Видання. Основні види” вказано, що *плакат – це аркушеве видання, задруковане з одного чи обох боків аркуша та призначене для експонування.* [19, с. 6] Комбінуючи між собою ці визначення можна зробити висновок, що плакат – це аркушеве видання, виконане у певній графічній техніці, основне завдання якого – щось популяризувати. Саме це визначення найкраще підходить для подальшого аналізу, адже воно описує плакат як з технічної так і з смислової точки зору.

Як синонім до терміну “плакат” часто використовуються такі терміни як “афіша” та “постер”, які мають походження з різних мов. Терміни “плакат” (*plaquer*, тобто приклеїти) та “афіша” (*afficher*, тобто вивішувати) мають французьке походження. Термін “постер” посилається на англійське слово “post”, тобто розвішувати. Ці терміни можна назвати синонімічними, проте в українській мові вони набули конкретних конотацій. Таким чином в українській мові афіша сприймається як аркушеве оголошення про виставу, лекцію, концерт тощо. Плакат – це малюнок з короткою текстовою частиною, який щось популяризує чи рекламує. [14, с. 80] Постер – це суто рекламний засіб, який в українському інфо просторі найчастіше вживається коли мова йде про кіно. Саме тому, незважаючи

на синонімічність цих термінів, в подальшому буде вживатись саме термін “плакат”.

Плакат – це засіб соціальної реклами, яку сьогодні досить часто можна зустріти в інфопросторі. Соціальна реклама – це форма реклами, спрямована на зміну або формування певних соціальних поглядів, установок або поведінки в суспільстві. Цей вид реклами не несе в собі комерційний характер, а її розповсюдження відбувається лише заради популяризації цінностей та ідей.

Плакат як носій соціальної реклами є досить потужним засобом візуальної комунікації, адже з точки зору психології людина краще сприймає інформацію, коли присутні два композиційні центри: смисловий (який містить повідомлення) та візуальний (який привертає увагу). [18, с. 212]

Андрейканіч А. І. у своїй науковій праці “Антологія українського плаката першої половини XX століття” поділяє плакати на 3 типи: шрифтовий, графічний і плакат з поєднанням шрифтової та графічної частини. [10, с. 5]. У шрифтовому плакаті основним композиційним елементом є шрифт. Цей тип плаката має найдавнішу історію, адже шрифтові плакати як, в першу чергу, рекламну поліграфічну продукцію, доволі швидко та просто було створювати у великих накладах. Графічний плакат найменш розповсюджений тип, адже коли мова йде про масового глядача, то лише через графіку плакату досить складно виконувати одну зі своїх основних функцій – комунікативну та рекламну. (рис. 1.1) Найчастіше у композиції плакатів XX-XXI ст. можна зустріти поєднання графічної та шрифтової частини.

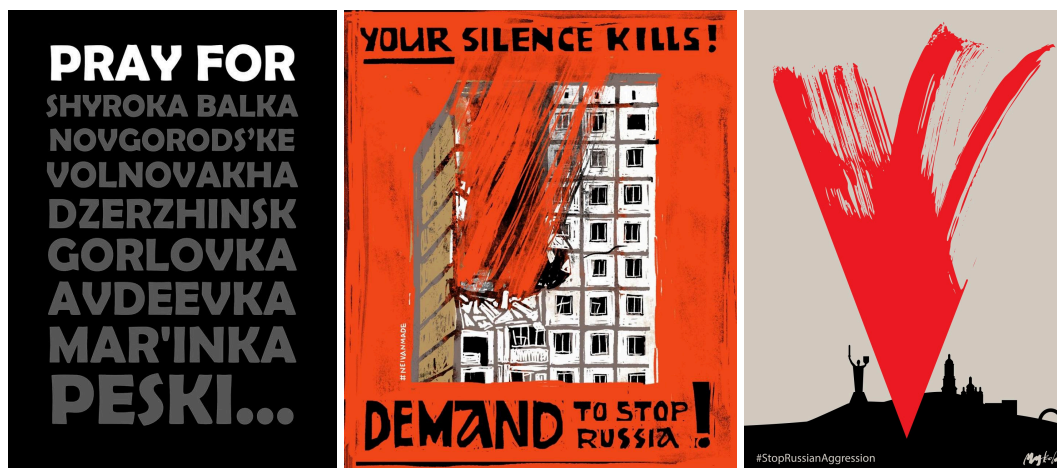


Рис 1.1 – Зліва направо: шрифтовий плакат Нікіти Тітова, 2022 р.; плакат Михайла Скопа, 2023 р.; графічний плакат Миколи Гончарова, 2022 р.

У наукових джерелах дослідниками рідко розглядається стала класифікація плаката, проте на сьогодні можна виокремити найважливіші види: *пропагандистський, рекламний, навчально-інструктивний та соціальний.*

Пропагандистський (агітаційний) плакат – це форма візуальної пропаганди, що використовується для поширення політичних, ідеологічних або релігійних ідей. Цей вид плаката включає в себе гасла в поєднанні із зображеннями та символами, що мають впливати на переконання та емоції людей. Пропагандистський плакат мав значний вплив на формування світоглядів під час Першої та Другої світових воєн. (рис. 1.2) Проте незважаючи на те, що розквіту цей вид плаката набув у тоталітарних режимах першої половини ХХ ст., його історія починається ще із Середньовіччя, коли пропагандистські плакати використовувались задля поширення релігійних поглядів.



Рис. 1.2 – Пропагандистський плакат Третього Рейху часів Другої світової війни

Рекламний плакат (кіноплакат, афіші, театральний плакат тощо) як вид зовнішньої реклами виник під час активного розвитку торговельних відносин та появи масового виробництва і досяг піку свого розвитку на межі XIX та XX ст. Головні його візуальні особливості це яскраві кольори та короткий текст, а основна мета – привернути увагу потенційних споживачів та зробити їх зацікавленими в продукті, що рекламується. (рис. 1.3) Сьогодні рекламний плакат є найпопулярнішим видом плакатної графіки.



Рис 1.3 – Кіноплакат до фільму “Земля”

Навчально-інструктивний плакат (інформаційна графіка) містить корисну інформацію, інструкції або поради з певної теми з метою навчання, навігації або безпеки. (рис. 1.5) Цей вид плакату містить багато пояснювального тексту, малюнків та схем і призначений для тривалого використання. Приклади навчально-інструктивних плакатів включають плакати з правилами евакуації в разі пожежі, таблиці множення, діаграми анатомії тіла, інструкції з першої допомоги та інші. Вони допомагають спростити складну інформацію та полегшують її засвоєння для цільової аудиторії.



Рис 1.7 – Соціальні плакати із серії «Військова еліта Української революції 1917-1921 років», Михайло Дяченко, 2018 р.

Науковець Абизов В. А. зазначає, що плакат є доволі чутливим до будь-яких зовнішніх факторів, а основна його риса – моментальне реагування на проблеми суспільства. Плакат, як і все мистецтво, розвивається під впливом різноманітних соціально-економічних, політичних, ергономічних, естетичних чинників. [20, с. 71-74] З цього можна зробити висновок, що саме через вплив цих чинників класифікація плаката не є сталою. Багатьом плакатам можуть бути присутні елементи кількох видів одночасно, вони можуть мати як політичний так і соціальний характер, бути водночас екологічним та навчальним, рекламним та пропагандистським. Саме тому розглядати лише один вид плаката було б недоцільно з точки зору того, наскільки важливим є вплив багатьох факторів на розвиток візуальної мови плакатної графіки.

1.2 Історія розвитку українського плаката

У Європі плакатна графіка почала розвиватись в другій половині XIX ст. та набула популярності на початку XX ст. Історія українського плаката починається на зламі XIX-XX ст. під впливом західноєвропейського мистецтва. До того часу

українська графіка була представлена в більшості ілюстраціями виконаних в техніках гравюра, станковий малюнок, літографія, а плакат в сучасному розумінні не був поширеним явищем.

Дослідниця О. Храмова-Баранова у своїй роботі “Деякі сторінки історії розвитку графічного дизайну в Україні у XX ст. та його періодизація” виокремлює декілька етапів розвитку української плакатної графіки через призму історичних катаклізмів:

- Перший етап (поч. XX ст. – Перша світова війна);
- Другий етап (міжвоєнний період, 1918-1939 рр.);
- Третій етап (кінець Другої світової війни до сьогодення) [8, с. 116]

Історичні катаклізми XX ст. багатьма дослідниками розглядаються як один із основних факторів стрімкого розвитку як європейського так і українського плакатного мистецтва. Адже як зазначалось вище, основна риса плаката – моментальна реакція на зміни, що відбуваються у суспільстві.

Кін. XIX - поч. XX ст. були часом панування модерну у європейському мистецтві, тому візуальна мова плаката розвивалась відповідно до цих стилів. В роботах Миколи Герардова, художника-графіка та ілюстратора з Одеси, чітко простежується вплив європейського модерну. В його плакаті “Бал - сказка” можна знайти схожість з роботами чеського плакатиста кін. XIX – поч. XX ст. Альфонса Мухи. Також до української графіки цього періоду можна віднести роботи Соні Делоне. (плакат “Zenith”) (рис 1.2.1)

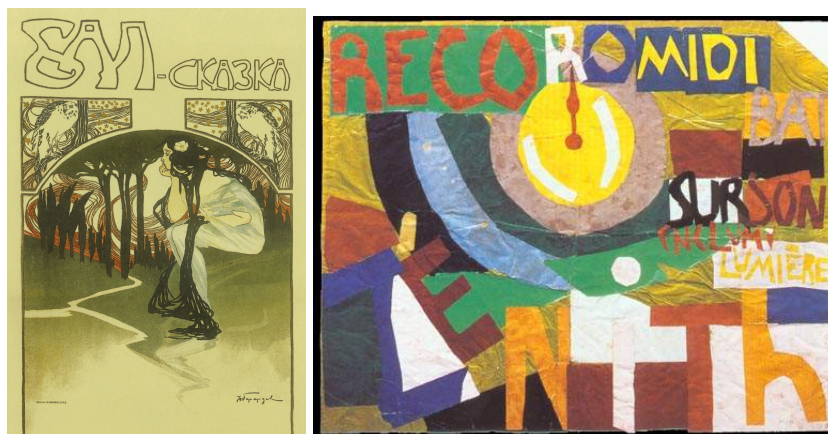


Рис 1.2.1 – “Бал - сказка”, Микола Герардов, 1901 р.; “Zenith”, Соня Делоне, 1914

В період Першої світової війни набуває популярності агітаційний плакат, який стає потужним засобом соціальної реклами та активно використовується владою для керування суспільною думкою. (рис 1.2.2) [9, с. 83] Саме в цей період українська плакатна графіка починає набувати популярності пропагуючи конкретну ідеологію. За підрахунками українського мистецтвознавця Б. Бутника-Сіверського в період з 1918 до 1921 рік більшовики опублікували приблизно 1850 пропагандистських плакатів. [12, с. 92]



Рис 1.2.2 – Агітаційний плакат “Вступайте до Червоної кінноти”, Борис Силкін, 1920 р.

У міжвоєнний період український плакат розвивався під сильним впливом радянської пропаганди. Основною функцією плаката, як і всього радянського мистецтва на той час, стало виховання “радянської людини”. З активним поширенням радянської ідеології на всі сфери життя на початку 30-х рр. виникає художній напрям соціалістичний реалізм, в якому працює багато митців того часу. У плакатах часто використовувалась триколірна гама: червоний-білий-чорний. Червоний колір, який тісно асоціюється з радянською символікою, мав сильний емоційний вплив на глядача та був ефективним у вихованні патріотично налаштованих громадян. [6, с. 67] Набули популярності сатиричні плакати під

назвою “Вікна сатири РОСТА”. Також під час розвитку радянського кінематографа стає поширеним кіноплакат.

Українську плакатну графіку того часу активно розвивають такі митці як Микола Акімов, Натан Альтман, Борис Силкін, Георгій Нарбут, Михайло Жук, Григорій Бершадський, Марія Брі-Бейн, Йосип Янг та інші. Серед плакатних робіт українських митців поширеними були театральні афіші, агітаційні плакати з радянською пропагандою. Українське мистецтво переважно працювало на ідеологію новоствореної держави: агітаційні плакати М. Брі-Бейн, Й. Янга, Г. Бершадського, О. Богомазова. (рис. 1.2.3) Проте незважаючи на це, деякі художники-графіки створювали роботи присвячені українській історії та культурі: серія плакатів М. Жука присвячена українським літературним діячам, графіка Г. Нарбута. (рис. 1.2.4)



Рис. 1.2.3 – Агітаційний плакат “Передам молодым рабочим опыт старых производителей”, Марія Брі-Бейн, 1933 р.;



*Рис. 1.2.4 – “Іван Франко” (1925 р.) та “Григорій Сковорода” (1923 р.),
Микола Жук*

В період Другої світової війни пропагандистський плакат стає домінуючим видом графіки в мистецтві СРСР.

Характерні риси радянського плакату в період Другої світової війни:

- Патріотичний зміст – насичення державною символікою та мотиваційними гаслами. (рис. 1.2.5)
- Масовість – плакати виготовлялись масово та розміщувались в усіх доступних місцях: на вулицях, у навчальних закладах, на заводах тощо. Це забезпечувало широке охоплення аудиторії та максимальний вплив на неї.
- Візуальна простота – плакати використовували прості та легко розпізнавані образи, що сприяло їхньому швидкому сприйняттю будь яким верствам населення.
- Демонізація ворога – активне використання образів ворога-шпигуна та воїна-героя.



Рис. 1.2.5 – “Україна вільна”, Валентин Литвиненко, 1944 р.

На противагу радянській ідеології під впливом діяльності ОУН та УПА в середині ХХ ст. почала зароджуватись графіка присвячена темі боротьби за українську незалежність. У 1943 р. художник Ніл Хасевич вступає до підпілля та починає створювати графічні роботи для потреб ОУН та УПА. За період співпраці з УПА графік створив безліч гравюр, дереворитів, бофонів та інших графічних робіт, в яких висвітлена тема боротьби українців за незалежність. (рис. 1.2.6)



Рис 1.2.6 – Графічні роботи Ніла Хасевича

У післявоєнний період плакат продовжує виконувати функцію пропаганди політичної системи СРСР. Перед державою постали нові завдання та виклики. У період післявоєнної реконструкції та холодної війни в радянському мистецтві переважала тема культури перемоги, робився акцент на ворожнечі до Заходу та активно пропагувались комуністичні ідеали. Влада почала контролювати інформацію для того, щоб активніше формувати ідеологічний контекст для громадян.

У другій половині XX століття образотворче мистецтво розвивається під впливом постмодернізму та його напрямків. Плакат як різновид графічного мистецтва, також вбирає в себе особливості того часу. В 60-70-ті рр. складаються доволі позитивні умови для розвитку української плакатної графіки. За часів "хрущовської відлиги" стало більше простору для становлення національного мистецтва, проте цензура і контроль з боку радянської влади все ще існували, і мистецька діяльність підлягала певним обмеженням.

Н. Сбітнєва зазначає: *"з другої половини 1950-х років відбувається поступове становлення графічного дизайну як професії"* [8, с. 118]. У 1970-80-ті рр. виникає плакат на екологічну та антивоєнну тематику, які стали першими зразками нового типу плаката, що не був політично-агітаційним, а через який митець оцінював різні події і виражав нові ідеї використовуючи конкретні візуальні образи. Антимілітаризм та пацифізм знаходять своє відображення в образотворчому мистецтві більшості країн. Саме в цей період виникає соціальний плакат як засіб впливу на свідомість через привернення уваги до актуальних проблем суспільства. (проблеми екології, алкоголізму, самоідентифікації нації, різноманітних захворювань тощо). Популярною темою у радянському плакатному мистецтві стала найбільша техногенна катастрофа XX ст. на Чорнобильській АЕС, після якої почалось поширення екологічних ідей у радянському плакатному мистецтві. (рис 1.2.7)

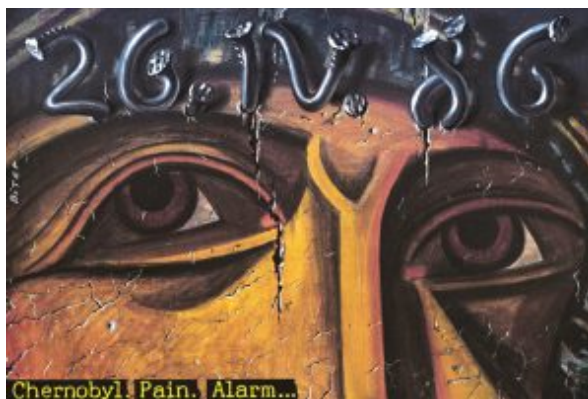


Рис 1.2.7 – Плакат присвячений трагедії на ЧАЕС, Валерій Вітер, 1993 р.

Соціальний плакат використовує безліч мистецьких прийомів (прийоми обговорення, риторичних запитань, повторення, метафори, тощо) для привернення уваги та виконується у багатьох техніках. Плакат може бути намальований від руки або у графічних програмах, створений за допомогою колажу, виконаний на різних матеріалах (ватман, полотно тощо) та в різних стилях. Митець вільний у методах та засобах самовираження, проте всі візуальні елементи мають працювати на загальну ідею.

Наприкінці ХХ ст. велику роль у популяризації українського плаката відігравали виставки, які організовували спілки художників. З 1991 року асоціація графічний дизайнерів “4-й блок” проводить трієнале екологічного плаката для підтримки соціальних та екологічних ідей. (рис. 1.2.8) [2] В контексті популяризації соціального плаката, поширеним став авторський плакат, який відрізняється від масового тим, що є формою самовираження митця. Авторські плакати, завдяки яким митці виражають власні думки та ідеї, зазвичай створюються для мистецьких виставок. (рис. 1.2.9)



Рис 1.2.8 – Плакати з міжнародного трієнале 2003 року організованого “4-м блоком”

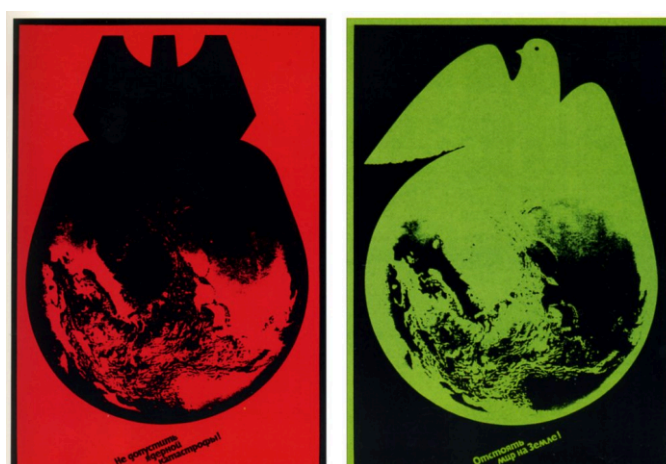


Рис 1.2.9 – Антивоєнні плакати Володимира Шевченка, 1982 р.

Отже, якщо графіка протягом століття розвивалась в контексті війн, революцій, економічних криз та національного відродження то в періодизації історії українського плаката доцільно виділити четвертий етап (з 2014 року до сьогодення).

Російсько-українська війна стала новим етапом розвитку не лише української графіки, а й українського мистецтва в цілому. Японський плакатист Кейдзо Мацуї зазначає, що “головна особистість соціального плаката – це відображати оточення та змінюватись в залежності від контексту в якому він існує”, [17, с. 214] тож український плакат став частиною гібридної війни, в якій важливу роль відіграє інформаційна пропаганда.

Події Революції Гідності стали однією з провідних тем у мистецтві України з початку 2013 року. Художники, виражаючи свій протест через мистецтво, шукали однодумців, об'єднували людей навколо своєї творчості та створювали потужну опозиційну силу. Наталія Іванченко, куратор Музею плаката, зазначила: *“під створення плакатів був саме на Майдані і знову спостерігається тепер, у час війни”* [13, с. 57]. У квітні 2014 року у Відні пройшла виставка під назвою “Крапля в океані” присвячена мистецтву революції Гідності. Афішею до цієї виставки став плакат “Крапля в океані” (рис. 1.2.10), завдання якого була змусити людей відчувати себе частиною спільної колективної ідеї та зрозуміти важливість себе як особистості [4]



Рис 1.2.10 – Плакат “Я крапля в океані”, автор невідомий, 2013 р.

У 2013 році виник протестний рух під назвою “Страйк Плакат”. Художники-активісти створили серію плакатів та розмістили у відкритий доступ на Facebook, звідки будь-хто бажаючий міг завантажити, роздрукувати плакат та вийти з ним на протест. Також будь-хто міг приєднатись до створення плакатів та поповнити колекцію “Страйк Плаката”.

Переосмисливши історію та мистецтво минулого українські художники у 2022 році створили проєкт під назвою “Never Again Gallery”, в якому представлені сучасні плакати на тему війни в Україні виконані у стилістично та композиційно наближеній манері до плакатів часів Другої світової війни. (рис 1.2.11) [1]



Рис 1.2.11 – Переосмислення британського плакату часів Другої світової війни художниками проєкту “Never Again Gallery”, 2022 р.

Серед сучасних художників-плакатистів можна виділити Андрія Єрмоленка, Нікіту Тітова, Тетяну Якунов, Махайла Скопа, Анну Іваненко, Олександра Грехова, Бориса Філоненка, Катю Лісову та багатьох інших митців, у чиїх роботах відображається тема російсько-української війни.

Михайло Скоп через символи та архетипи традиційної культури досліджує формування сучасної української ідентичності. (рис 1.2.12) В його воєнних плакатах можна побачити яскраві елементи іконопису: спрощені фігури людей, обмежена палітра чистих кольорів та релігійні образи.



Рис 1.2.12 – Плакат “Яйце”, Михайло Скоп., 2022 р.

Плакати Миколи Гончарова, які він називає “короткими візуальними меседжами”, також показують реакцію митця на світові події через досить прості, але зрозумілі всім візуальні образи. Приблизно в такому ж мінімалістичному графічному стилі працює дизайнер Микола Коваленко. (рис 1.2.13)

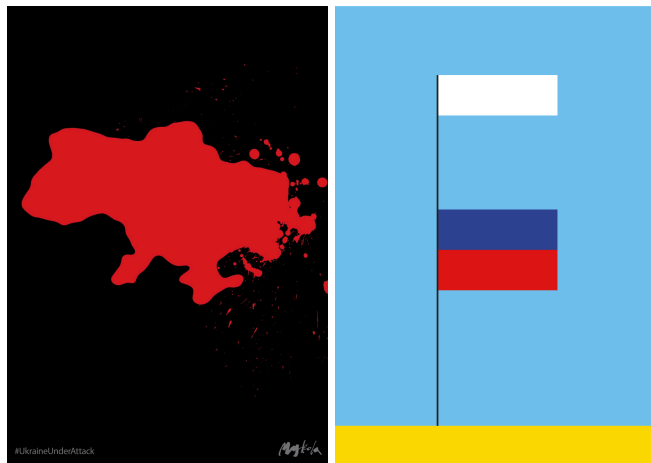


Рис 1.2.13 – Графічні плакати Миколи Гончарова (ліворуч) та Миколи Коваленка (праворуч), 2022 р.

Сьогодні все більше українських митців звертаються до плакатного мистецтва. Все частіше можна почути про організацію чергової виставки плакатів у різних містах України. У липні 2023 року Український Дім представив виставку українських плакатів воєнного часу, в якій взяли участь близько 40 українських художників. Тоді ж у Харкові у центрі сучасного мистецтва “ЄрміловЦентр” відкрилась виставка “Україна – Харків: Незламність”, організаторами якої стала асоціація дизайнерів “4-й Блок”. [3]

Не лише в Україні, а й у багатьох інших країнах проходять виставки воєнного українського плаката. У жовтні 2022 року у Нью-Йорку відбулась виставка під назвою “Українські плакати воєнного часу”, де були представлені роботи Насті Гайдаєнко, Олександра Грехова, Каті Лісової, Нікіти Тітова та інших художників. (рис 1.2.14) У черні 2023 року у Вюртемберзькій бібліотеці (Німеччина) відкрилась виставка під назвою “Народжені в Україні”, де всі графічні роботи були виконані студентами-графіками Харківської державної академії мистецтв і дизайну.



Рис 1.2.14 – Графічний плакат Насі Гайдаєнко та плакат “Сила пам’яті” Каті Лісової, виконаний в техніці колажу.

Роботи представлені на виставці “Українські плакати воєнного часу” в Нью-Йорку, 2022 р.

Плакатна графіка в сучасному мистецтві продовжує залишатися важливою формою вираження та комунікації. Вона є не лише відображенням соціальних та політичних проблем, а й стилістичних тенденцій та засобом культурного обміну.

Висновки до розділу 1

Отже, в цьому розділі було проведено детальний аналіз плакату як засобу візуальної комунікації, яка націлена на висвітлення певних соціальних проблем. Розглянуті різні види плакатів для того, щоб окреслити його завдання та значимість у минулому та сучасному інформаційному просторі українського суспільства.

Враховуючи той факт, що кожен етап розвитку української графіки розглядається науковцями в контексті Першої та Другої світових воєн, то доцільно було виділити ще один етап в періодизації, початок якого співпадає з початком російсько-української війни. В радянський період плакатна графіка, як і все мистецтво, було засобом інформаційної пропаганди та ідеології направленої на збереження державності та виховання “правильної радянської людини”. В контексті сьогоденної війни піку свого розвитку досяг український соціальний плакат, який є скоріше витвором мистецтва, а не частиною агресивної державної пропаганди як це було в СРСР. Якщо раніше український плакат слід було розглядати як засіб через який держава розмовляла із суспільством, то починаючи з кінця XX ст. через плакати із суспільством комунікують митці, які реагують на конкретну подію.

Сьогодні соціальний український плакат як вид мистецтва користується популярністю не лише в Україні, а й за кордоном. Плакат ретранслює думки суспільства, що переживає кризу в усіх сферах життєдіяльності, та привертає увагу світової аудиторії до проблем, які потрібно вирішувати спільно та позачергово. Плакатна графіка є динамічною частиною сучасного мистецтва, що постійно адаптується до змін у суспільстві.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТУВАННЯ ТА ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ВИДАННЯ

2.1 Художня концепція

Основна ідея дипломної роботи полягає у створенні серії графічних плакатів, які б піднімали важливі для українців теми в контексті російсько-української війни. Концепція видання була створена на основі дослідження сучасної української плакатної графіки, яка комунікує з глядачем через прості графічні образи.

Аналізуючи тренди графічного дизайну 2023-2024 років можна зазначити, що популярним стилем залишається мінімалізм. В мінімалістичному дизайні, де “менше – це більше”, кожен елемент має сенс. Завдяки правильному та лаконічному поєднанню кількох основних елементів та кольорів дизайн має сильний вплив на глядача. У сучасному світі, який переповнений інформацією, людський мозок прагне до простоти, саме тому обмежена палітра кольорів, симетрична композиція та проста типографіка є універсальним засобом комунікації з будь-якою аудиторією. Окрім того, мінімалістичний дизайн легше комерціалізувати. Він не обмежується лише плакатом, його можна легко адаптувати для нанесення на різні види поліграфічної продукції, з простих візуальних форм можна створити айдентику.

В якості референсів для розробки стилю були обрані графічні роботи сучасних художників-графіків Миколи Гончарова, Миколи Коваленка та Олега Буганова. (рис. 2.1.1) Роботи представлених художників виконані в техніці комп'ютерної графіки, яка є досить поширеною технікою в мистецтві ХХІ ст. Колірна палітра є обмеженою, проте кольори, як і образи, несуть смислове навантаження та викликають конкретні асоціації. У роботах Олега Буганова простежується поєднання комп'ютерної графіки з фотографією, що також є популярною технікою у дизайні. Авторські плакати відіграють не лише

інформаційну роль, а й несуть декоративну функцію, тому плакати можуть бути частиною інтер'єру.



Рис. 2.1.1 – Зліва направо: Плакати Миколи Гончарова, Миколи Коваленка та Олега Буганова

Для дипломного проєкту був обраний графічний тип плаката в поєднанні з фотографією щоб розкрити задачу мінімалізму – комунікувати з глядачами емоційно переважно через кольори та графічні образи. Плакати мають залишати відчуття недосказаності, бути “айсбергами”, в яких суттєва частина залишається під водою. В плакатах використовуються візуальні метафори, які запускають в глядача процес смислового пошуку, а це у свою чергу є процесом співтворчості.

В роботі важливу роль відіграє колірна палітра, яка складається з п'яти кольорів, кожен з яких відповідає певній емоції або почуттю: тривога, страх, спокій, надія. (Рис. 2.1.2) Для палітри були обрані теплі світлі кольори (жовтий, помаранчево-червоний) та холодні темні кольори (блакитний, темно-синій). На колірному колі Йоганнеса Іттена помаранчевий та блакитний є компліментарними кольорами та, відповідно, мають протилежний емоційний вплив на глядача. Помаранчево-червоний та жовтий є збуджуючими кольорами, якими легко акцентувати на чомусь увагу. Блакитний та темно-синій кольори є заспокійливими та меланхолійними.



Рис. 2.1.2 – Колірна палітра використана під час створення серії плакатів

В авторському стилі мінімалістичну комп'ютерну графіку доповнюють фотографії неба, які також несуть смислове навантаження через відтінки теплих та холодних кольорів. У серії плакатів небо – це емоційна складова, воно викликає почуття загрози, спокою, радості, надії тощо. Характер неба поєднується із графічними образами та допомагає глядачеві зчитати ідею. Композиція плакатів є симетричною, де основний елемент знаходиться в центрі та підсилюється контрастом кольорів. (контрасти комплементарних кольорів, контрасти світлого і темного, холодного і теплого). Символи на плакатах поділяються на два типи: ті, які безпосередньо відносяться до культурного коду України (герб, прапор, мапа України, символ вишиванки) і які є узагальненими та набувають конкретного значення під час цілісного сприйняття серії плакатів.

Графічні роботи розглянуті окремо та цілісно можуть по різному сприйматись глядачами, саме тому серію з десяти плакатів доповнює брошура, в якій зібрані всі графічні роботи. Брошура-портфоліо містить зображення кожного плаката та короткий опис до кожного. Портфоліо є дієвим засобом самопрезентації, за допомогою якого кожний митець має можливість продемонструвати власні здібності з метою побудови власної професійної кар'єри.

Ілюстративний матеріал дипломної роботи є доволі простим, проте за рахунок цього універсальним коли мова йде про монетизацію творчості. З ілюстративного матеріалу в подальшому можна створювати не лише плакати, а й листівки, наліпки, наносити друк на футболки, чашки та іншу сувенірну продукцію.

2.2 Формат видання, його виправданість залежно від типу, обсягу та призначення

Формат плакатів – А2 (420х594).

A2 є одним із стандартних і найрозповсюдженіших форматів для такого виду поліграфічної продукції. Цей формат універсальний адже є достатньо великим для привернення уваги, проте зручним для розміщення на багатьох поверхнях як на вулиці так і в приміщенні.

Формат готової брошури-портфоліо = 145x200 мм, вертикальне положення аркушів. Оскільки друк буде цифровим формат фізичного друкованого аркушу = 320x225 мм (SRA4).

Цей формат зручний для розміщення ілюстративного матеріалу без втрати його сприйняття. Також основна перевага брошури в її компактності, тому більший розмір тут недоцільний.

Враховуючи, що результатом цієї роботи буде два вида поліграфічної продукції, загальний обсяг видання складатиме 10 плакатів та брошура на 44 ст. Читацька аудиторія не є обмеженою за віком, статтю чи національністю.

2.3 Оформлення видання

2.3.1 Оформлення плакатів

Симетрію вважають класичним засобом композиційної побудови плаката. Симетрична композиція забезпечує рівновагу елементів та є зручною для сприйняття масовим глядачем оскільки відповідає загальним очікуванням щодо організації елементів. (рис. 2.3.1.1)

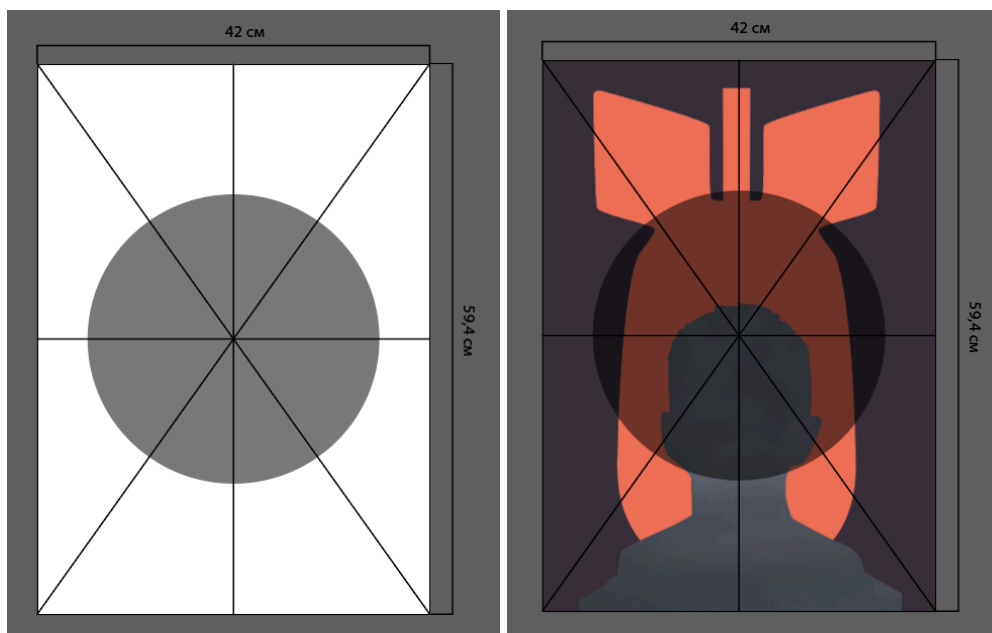


Рис. 2.3.1.1 – Симетрична композиція плаката

Плакати створювались в колірній моделі СМΥК, основна перевага якої це максимально точне відтворення кольорів при друці. Майже вся поліграфічна продукція створюється в СМΥК, адже всі друкарські машини налаштовані під роботу з цією колірною моделлю. Цей фактор особливо важливий у комерційному друці, де всі кольори мають відповідати очікуванням замовника.

Векторна графіка створювалась в програмі Adobe Illustrator, ретуш фотографій проводилась в Adobe Photoshop.

Для експонування було розглянуто два варіанти композиційного рішення. Перший варіант – плакат розміщується на повний формат А2 (420х594). Другий варіант – плакати оформленні в рамку та додані назви українською та англійською мовами. (рис. 2.3.1.2)



Рис. 2.3.1.2 – Варіанти оформлення плаката

Написи, поєднуючись з графікою, додають композиції зрозумілості. Проте було прийнято рішення зупинитись на першому варіанті оформлення, адже біла рамка забирає на себе багато композиційної уваги, а назви плакатів були перенесені у брошуру. Для захисту авторських прав на кожному плакаті внизу доданий підпис, у вигляді стилізованих літер “О” та “М”, що означають перші букви імені та прізвища автора. Літери розміщені у протилежних кутах плакату задля підтримки симетрії композиції. (рис. 2.3.1.3)



Рис. 2.3.1.3 – Авторський підпис та приклад його формлення в нижній частині плакатів

На першому плакаті під назвою “Політ свободи” (“Flight of the freedom”) зображене поєднання Державного гербу України та птаха. (рис. 2.3.1.4) Птах може бути як зображенням сокола, який в культурі багатьох народів є символом боротьби за незалежність, так і зображенням голуба, образ якого в мистецтві означає надію та прагнення до миру. Сьогодні деякі теорії просувають думку про те, що тризуб є символічним зображенням сокола або голуба, тому ці символи є тісно взаємопов’язаними між собою. Фотографія неба, розміщена в силуеті птаха, надає роботі почуття тривоги, адже темні хмари, через які пробивається червоне сонце є передвісником грози, яка в алегоричному значенні застала українців в 2014 році.



Рис. 2.3.1.4 – Плакат “Політ свободи” (“Flight of the freedom”)

Плакати під назвою “Спогади” (“Memories”) та “Там, де серце” (“Where the heart is”) передають тему вимушеного переселення та втрату дому під час війни. (рис. 2.3.1.5) Багато українців з початку війни втратили свої оселі, замість яких тепер залишились лише силуети теплих спогадів з минулого. В композиційній основі плакатів знаходяться контрасти темного та світлого, холодного і теплого, що створюють з одного боку спокійний, проте драматичний настрій.



Рис. 2.3.1.5 – Зліва направо: плакат “Спогади” (“Memories”) та “Там, де серце” (“Where the heart is”)

Плакат під назвою “Опіки” (“Burns”) підіймає не лише тему екоциду та завдання шкоди агропромисловості України, а й проблему знищення культури. Цей плакат тематично об’єднується з плакатом під назвою “Під прицілом” (“At gunpoint”). (рис. 2.3.1.6) Колосся пшениці є важливим символом України в контексті історії, культури та економіки, а жовтий колір є одним із двох основних кольорів українського прапора. Колосся пшениці, яке перетворюється в руйнівне полум’я розкриває теми знищення української культури та завдання шкоди природним ресурсам. На другому плакаті основними символами є зірка, яка є одним із основних елементів вишиванки, та приціл, що передає загрозу під якою знаходилась українська культура задовго до початку повномасштабної війни.

Червоне небо присутнє на обох плакатах та перекликається з червоними кольорами у графіці. Червоний колір завжди привертає увагу та асоціюється із сильними емоціями, до яких можна віднести агресію, гнів, любов, пристрасть. В цій серії плакатів червоний колір є скоріше “агресивним” та підсилює почуття небезпеки. Червоний колір також зустрічається у плакаті під назвою “Повітряна тривога” (“Air alarm”) (рис. 2.3.1.6), на якому зображення авіаційної бомби червоного кольору нависає над постаттю людини та символізує постійну психологічну напругу.



Рис. 2.3.1.6 – Зліва направо: плакат “Оніки” (“Burns”), “Під прицілом” (“At gunpoint”) та “Повітряна тривога” (“Air alarm”)

Плакат під назвою “З 00:00 до 05:00” (“From 00:00 to 05:00”) зображує спокійне вечірнє небо, що перекриває металева сітка. (рис. 2.3.1.7) Останні два роки українське суспільство живе в умовах конкретних обмежень, до яких відноситься комендантська година. Саме тому було вирішено передати тему життя під захистом, проте без свободи через алегорію неба за огорожею.

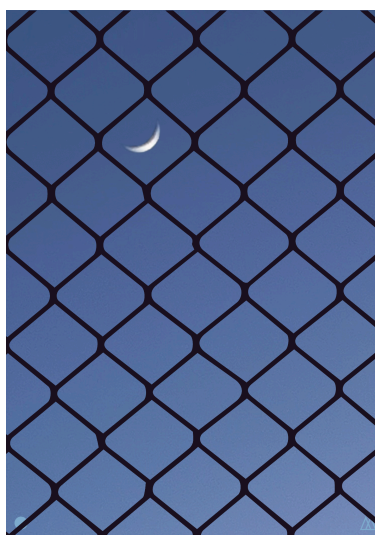


Рис. 2.3.1.7 – Плакат “З 00:00 до 05:00” (“From 00:00 to 05:00”)

До графічних робіт, які розкривають теми втрати відносяться плакати “Зниклий безвісти” (“Missing”) та “Втрачений елемент” (“Missing item”). (рис. 2.3.1.8) Війна приносить із собою незліченні втрати, які впливають на життя

кожної людини. Найбільш очевидними є фізичні втрати: руйнування домівок, інфраструктури, втрата життя та здоров'я. Однак війна забирає не тільки матеріальні речі. Вона руйнує мрії, надії та майбутнє. Люди втрачають рідних та близьких, що залишає глибокі емоційні рани, які можуть не загоїтися ніколи.

На плакаті під назвою “Зниклий безвісти” зображені руки, що обіймають невидиму (зниклу) постать, на місці якої знаходиться сонце. У більшості культурах сонце є потужним символом, який переважно асоціюється з позитивними емоціями. Таким чином сонце у свідомості людей стало символом життя та відродження, надії та оптимізму, символом нового початку та перемоги світла над темрявою. Саме тому на плакаті сонце є центром композиції та найсвітлішою точкою, що контрастує з темною графікою.

На плакаті під назвою “Втрачений елемент” (“Missing item”) зображене небо у вигляді пазлу. На цій роботі спокійне вечірнє небо асоціюється із стабільним життям до війни, а втрачений елемент пазлу означає втрату цієї стабільності. Під втраченим елементом можна розглядати втрату близької людини, дому, роботи тощо.

В композиції обидвох плакатів більше простору займає світле небо, на фоні якого виділяється темна графіка.

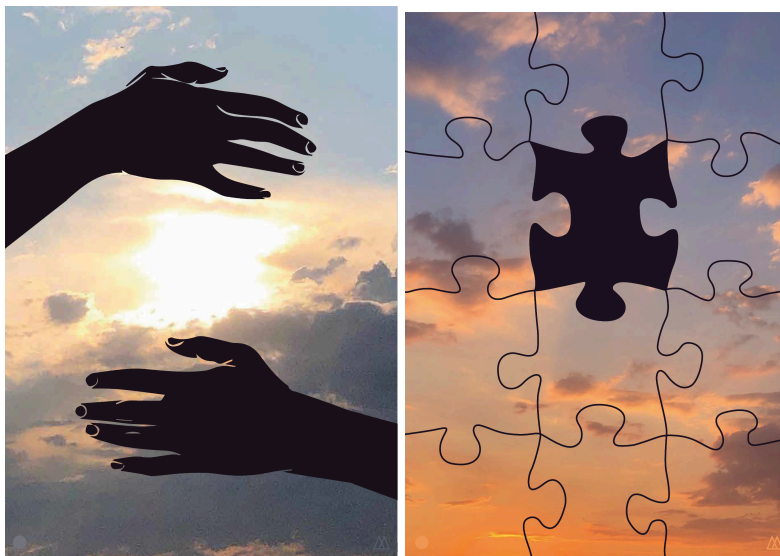


Рис. 2.3.1.8 – Зліва направо: Плакати “Зниклий безвісти” (“Missing”) та “Втрачений елемент” (“Missing item”)

Останній плакат із серії під назвою “Гроза” (“Thunderstorm”) зображує мапу України. (рис. 2.3.1.9) Як було зазначено в підрозділі 2.1 кожен колір в цій роботі відповідає певному почуттю чи емоції, тому в цій роботі загроза передається через темні хмари, що покривають східні на південні області України.



Рис. 2.3.1.9 – Плакат “Гроза” (“Thunderstorm”)

2.3.2 Оформлення брошури

2.3.2.1 Зовнішнє оформлення видання

Видання має м’яку обкладинку надруковану на крейдованому папері щільністю 200 г/м². Цей матеріал зручний для прошивки видання, що складається з 44 сторінок (22 розворотів), на металеву скобу. Також крейдований папір є дешевим матеріалом, що зменшує вартість брошури та робить її простішою у виготовленні.

Для текстового оформлення всього видання, була обрана гарнітура Fixel, розроблена українською компанією MacPaw. (рис. 2.3.2.1.1) Перевага цієї гарнітури в тому, що вона створена для використання у сучасному дизайні та є простою у сприйнятті. Саме тому ця гарнітура є правильним вибором, адже вона не буде відволікати увагу від ілюстративного матеріалу брошури. Окрім того Fixel у своєму складі має версії кирилиці та латиниці. Враховуючи те, що брошура

містить як текст українською, так і англійською, гарнітура досить зручна для використання у цій роботі.

Fixel Text	Fixel Display	Fixel Italic
Thin	Thin	<i>Thin</i>
Extra Light	Extra Light	<i>Extra Light</i>
Light	Light	<i>Light</i>
Regular	Regular	<i>Regular</i>
Medium	Medium	<i>Medium</i>
SemiBold	SemiBold	<i>SemiBold</i>
Bold	Bold	<i>Bold</i>
ExtraBold	ExtraBold	<i>ExtraBold</i>
Black	Black	<i>Black</i>

Рис. 2.3.2.1.1 – Гарнітура “Fixel” використана в оформленні видання

Обкладинка виконана у мінімалістичному стилі для того, щоб не відволікати уваги від ілюстративного матеріалу брошури. Колір, використаний в оформленні обкладинки, взятий з колірної палітри плакатів. Зі зворотного боку обкладинка задрукована.

Ім’я автора має першим чином привертати увагу читача, тому для цього напису обрана гарнітура Fixel Bold, 27 пт. Всі інші текстові елементи набрані гарнітурою Fixel Light, 17, 12 пт. Також на обкладинці міститься QR-код з посиланням на Інстаграм автора, містом та роком видання. (рис. 2.3.2.1.2)

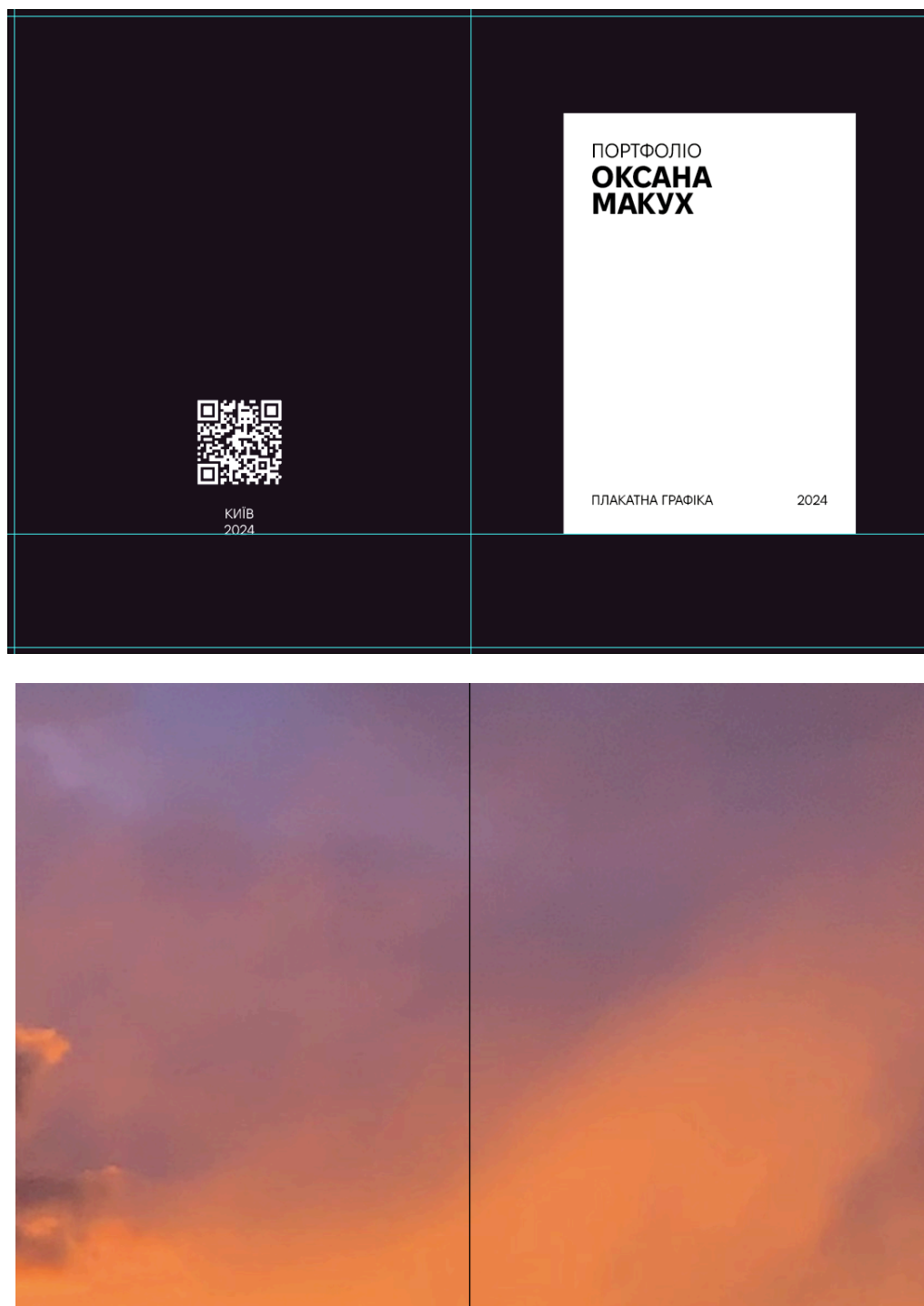


Рис. 2.3.2.1.2 – Лице та зворот обкладинки з лініями фальцу та обрізу

2.3.2.2 Внутрішнє оформлення видання

Проаналізувавши кілька брошур було зроблено висновок, що для оформлення основного тексту цього виду поліграфічної продукції зазвичай використовується кегль від 10 до 12 пунктів. Такий розмір забезпечує читабельність та не перезавантажує сторінки текстом. Для заголовків

використовується кегль від 16 до 24 пунктів. Отже, для основного тексту брошури була обрана гарнітура Fixel Thin, 10 пт. В оформленні заголовків (назви плакатів) використовується Fixel Regular, 24 пт.

Для формату 145x200 мм були обрані наступні розміри полів:

- верхнє поле – 10 мм;
- нижнє поле – 20 мм;
- зовнішнє поле – 10 мм;
- корінцеве поле – 15 мм. (рис. 2.3.2.2.1)

Також при створенні макету була врахована зона безпеки (5 мм), щоб у разі зміщення під час двостороннього друку важливі елементи не зарізались в процесі обрізки припусків. В цю зону не мають входити важливі елементи тексту та ілюстрацій.

Такі розміри полів поєднуючись із шириною шпальти (86 мм) створюють відчуття простору та організації елементів на сторінці. Ширина шпальти містить одну колонку та включає 50-55 символів (включаючи пробіли), що забезпечує комфортне читання тексту.

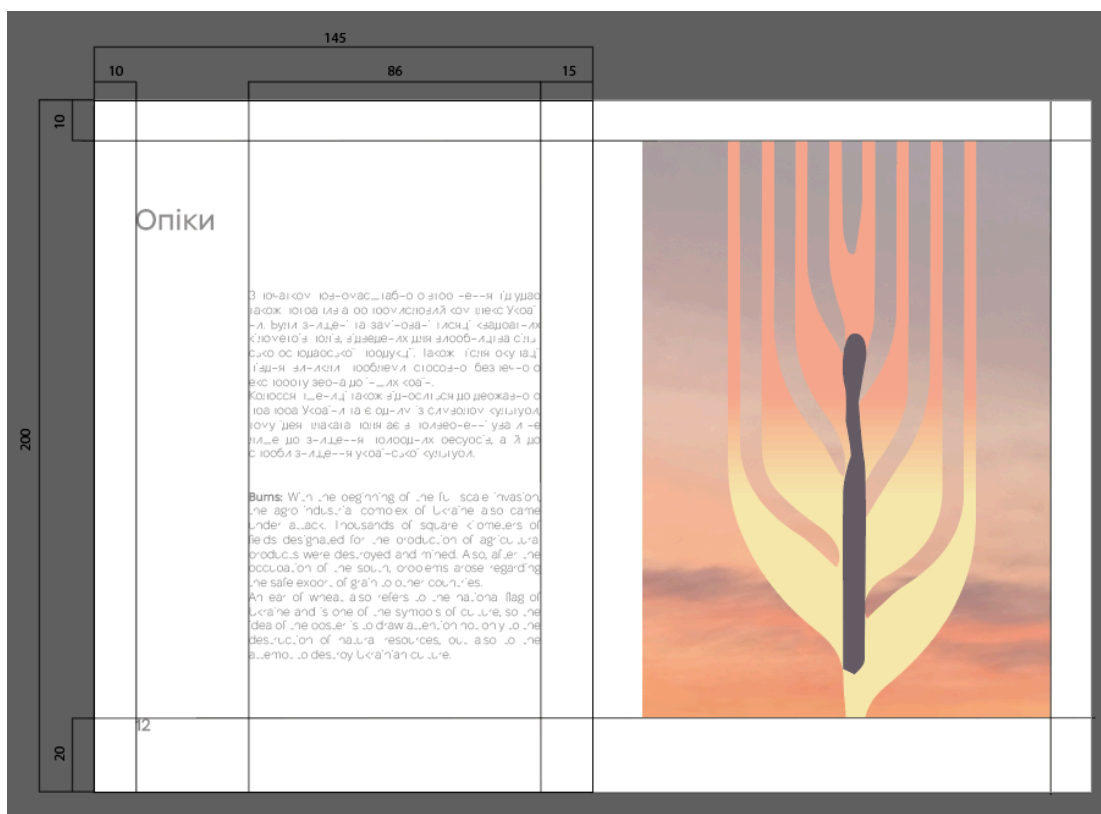


Рис. 2.3.2.2.1 – Розворот із зазначеними розмірами полів та шириною шпальти

Колонтитули відсутні, адже брошура має просту структуру, яка не потребує додаткової навігації. Для колонцифри, яка розміщується в нижньому лівому кутку сторінки, використана гарнітура Fixel Regular, кегль 14 пт.

Внутрішній блок видання починається зі змісту, який надає загальне уявлення про структуру брошури, та зворотної задрукованої сторінки обкладинки (рис. 2.3.2.2.2)

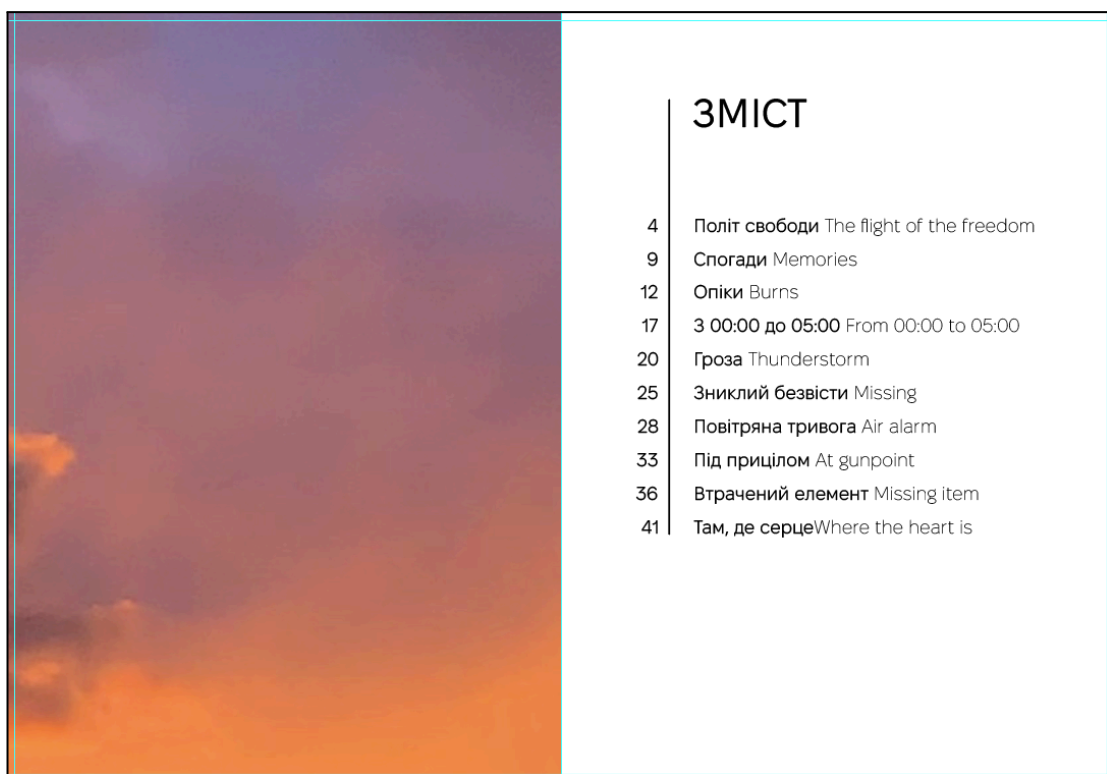


Рис. 2.3.2.2.2 – Перша сторінка видання з лінією фальцу та обрізу

На наступному розвороті міститься вступне слово автора українською та англійською мовами, в якому розкривається мета створення серії плакатів, та вірш Олександра Олеся “Небо”, який тематично відповідає роботі. (рис. 2.3.2.2.3)



Рис. 2.3.2.2.3 – Другий розворот брошури із вступним словом

Брошура складається з двох видів розворотів. Перший вид розвороту містить зображення плаката та його текстовий опис двома мовами, другий – декоративний, що відповідає тематиці кожного плаката. (рис. 2.3.2.2.4) В композиції присутній ілюстративний ритм, який є важливим елементом у сприйнятті брошури та створює відчуття гармонії за рахунок коректного розподілу простору між текстовими та ілюстративними елементами. За рахунок рівномірного розподілу тексту та ілюстрацій в композиції відсутні надто великі порожні простори або надмірне заповнення.

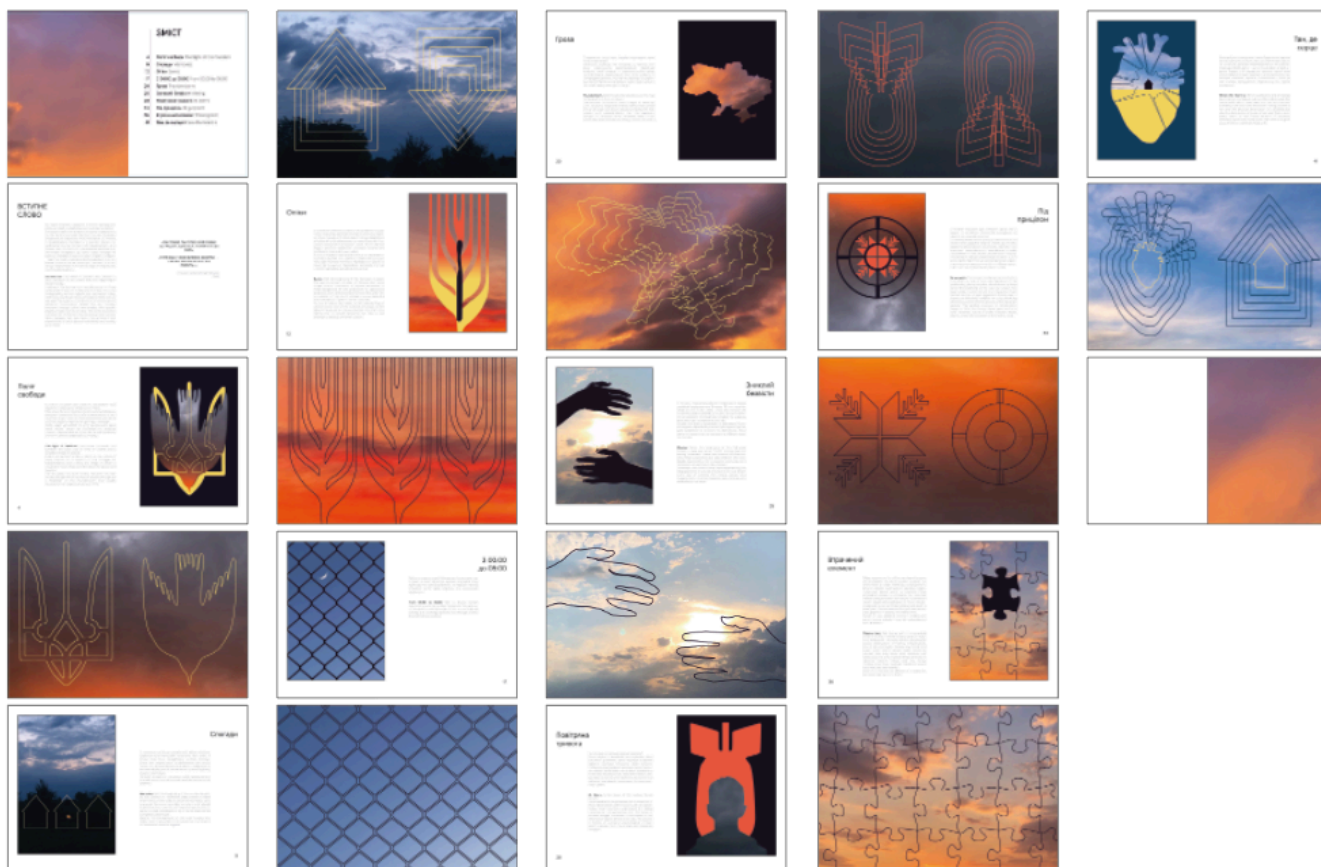


Рис. 2.3.2.2.4 – Розвороти брошури-портфоліо

Текстово-ілюстративні розвороти містять чіткі та помітні заголовки (Fixed Regular, 24 пт) та авторський текст українською та англійською мовами (Fixed Thin, 10 пт). Авторський текст підкреслює індивідуальність автора, відображає його стиль, передає ідеї та думки стосовно теми, яка розкривається в дипломній роботі. Англійський варіант тексту починається з назви плаката англійською (Fixed Regular, 10 пт). (рис. 2.3.2.2.5)

Декоративні розвороти відіграють важливу роль у створенні естетичного унікального стилю, підтримують колірну гаму видання тим самим покращують візуальне враження від брошури. Розворотні ілюстрації часто використовуються в оформленні дитячої літератури, графічних романів, альбомів, тобто в тих виданнях, де візуальний матеріал відіграє ключову роль у сприйнятті матеріалу. Тому було прийнято рішення додати декоративні розвороти, щоб додатково привернути увагу до візуальних елементів та створити певний ритм в композиції.

Розворотні ілюстрації виконані таким чином, щоб центральний фальц не порушував цілісності зображення. (рис. 2.3.2.1.6)

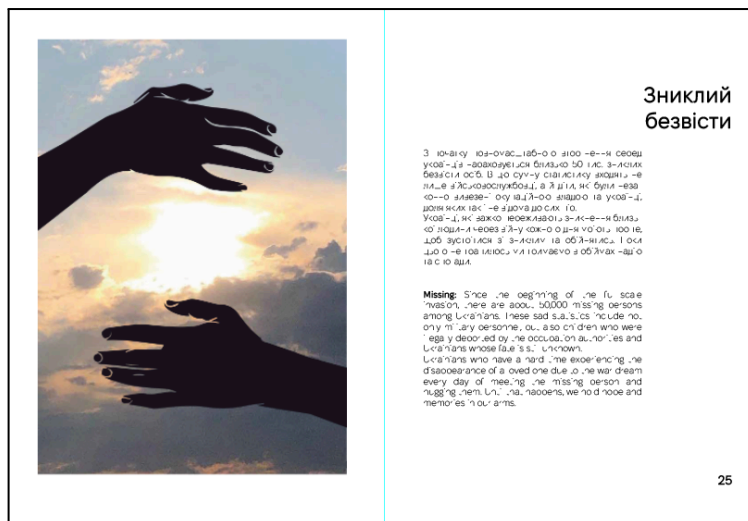


Рис. 2.3.2.2.5 –Текстово-ілюстративний та декоративний розвороти з лініями фальцу

Висновки до розділу 2

Отже, у другому розділі було розкрито художню концепцію дипломної роботи. В першу чергу був обґрунтований вибір стилістики плакатів посилаючись на роботи конкретних сучасних українських графіків та стилістичні тенденції у графічному дизайні. Також було розглянуто колірну палітру, яка використовується у оформленні плакатів та брошури-портфоліо, пояснений вибір саме цих кольорів через зв'язок із темою роботи.

Притримуючись художньої концепції була створена серія плакатів, та оформлений макет брошури, який складається з обкладинки та 22-х текстово-ілюстративних та декоративних розворотів. Був обґрунтований вибір композиційної побудови видання, ширини шпальти набору, полів, шрифту та кеглю для заголовків, основного тексту і колонцифр.

В результаті роботи над другим розділом були створені оригінал-макети плакатів та брошури, які готові до розробки технології виготовлення видання.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ ВИДАННЯ

3.1 Аналіз вихідних даних для проєктування

Для бакалаврської дипломної роботи було розроблено серію авторських плакатів та брошуру-портфоліо. Формат плакатів – А2, формат брошури після обрізу – 145x200 мм. Оскільки в процесі створення брошури буде використовуватись цифровий метод друку, розмір фізичного друкованого аркушу складає 320x225 мм (SRA4). На одному листі SRA4 вміщається 1 розворот.

Таблиця 3.1.1 Технічна характеристика брошури

№ п/п	Найменування показника	Оригінал
1	Формат і доля аркушу, см	320x225
2	Формат видання до обрізу, мм	147x214
3	Формат видання після обрізу, мм	145x200
4	Тираж видання, прим.	50
5	Обсяг видання: - у сторінках - у фіз. друкарських аркушах - в умовних друкованих аркушах - в обліково-видавничих аркушах	 44 22
6	Кількість колонок	13
7	Наявність та розміщення - Колонцифр	 Нижнє поле, кутові

	- Колонтитулів	Відсутні
8	Текст, кегль шрифту, гарнітура - Основний - Додатковий - Колонцифри - Вихідні дані	10 pt 24 pt 14 pt -
9	Ілюстрації - Кількість фарб - Характер ілюстрацій - Техніка виконання - Розташування у виданні - Ілюстративність видання	4 Векторні, кольорові Растрові, кольорові Програми Adobe Illustrator та Adobe Photoshop Сторінкові, на розворотах 62%
10	Обкладинка - Тип - Матеріал - Кількість фарб - Характер оформлення - Характер ілюстрацій	М'яка Папір крейдований 200 г/м ² 4 Ілюстративно-текстовий Векторні, кольорові
11	Форзац	-
12	Блок	

	- Форма корінця - Матеріал - Вид скріплення блоку - Матеріал скріплення	Округлена Крейдований папір 130 г/м2 На скобу Металеві скоби
13	Метод друку	Лазерний

Таблиця 3.1.2 Класифікація видання за ДСТУ 3017:2015

Ознака	Визначення брошури:	Визначення плакатів:
За матеріальністю конструкції	Жунальне	Аркушеве
За знаковою природою	Ілюстративно-текстове	Ілюстративне
За періодичністю	Неперіодичне	Неперіодичне
За цільовим призначенням	Рекламне	Рекламне
За аналітично-синтетичним переробленням інформації	Інформаційне	Інформаційне
За повторністю випуску	Одноразове	Одноразове
За обсягом	Брошура	Листівка

За віковою категорією	Для дітей старшого шкільного віку та дорослих	Для дітей старшого шкільного віку та дорослих
За термінами використання	Середній термін	Малий/середній термін
За форматом	Стандартний	Великий

3.2 Розробка конструкції видання

Брошура складається з м'якої обкладинки та внутрішнього блоку. Видання містить 44 сторінки, що є кратне 4 і зручно розкладається на 22 розвороти.

Обкладинка друкується окремо від блоку на крейдованому папері щільністю 200 г/м². З іншого боку обкладинка задруковується. Блок друкується на крейдованому папері щільністю 130 г/м². Переваги крейдованого паперу полягають в тому, що цей матеріал забезпечує яскравість та насиченість кольорів, а завдяки рівній поверхні крейдований папір також вдало передає чіткість деталей. Враховуючи те, що основний текст брошури має гарнітуру “thin”, гладка поверхня крейдованого паперу ідеально підходить для точної передачі тонких ліній літер та тим самим забезпечує читабельність тексту. Окрім того з цим матеріалом легко працювати при різних видах післядрукарської обробки (обрізка, фальцювання тощо). Він також є стійким до вологи матеріалом та доволі стійким до зношування, що продовжує терміни використання видання. Для обкладинки був обраний щільніший матеріал задля додаткового захисту внутрішнього блоку.

Після друку та комплектування аркушів внутрішнього блоку з обкладинкою зошит зшивається на металеву скобу та фальцюється вдвічі.

Макет брошури був створений у програмі Adobe Illustrator з урахуванням припусків під обріз по 2 мм з верхнього, нижнього та зовнішнього полів та зони безпеки по 5 мм з кожного краю. Визначення спуску шпальт відбувається у

програмі Adobe Acrobat Pro з допомогою функції “create booklet”. Сторінки автоматично розкладаються на формат 294x204 мм та розташовуються у такому порядку, щоб сторінки брошури в кінцевому результаті мали вірний порядок згідно з нумерацією. (рис. 3.2.1)

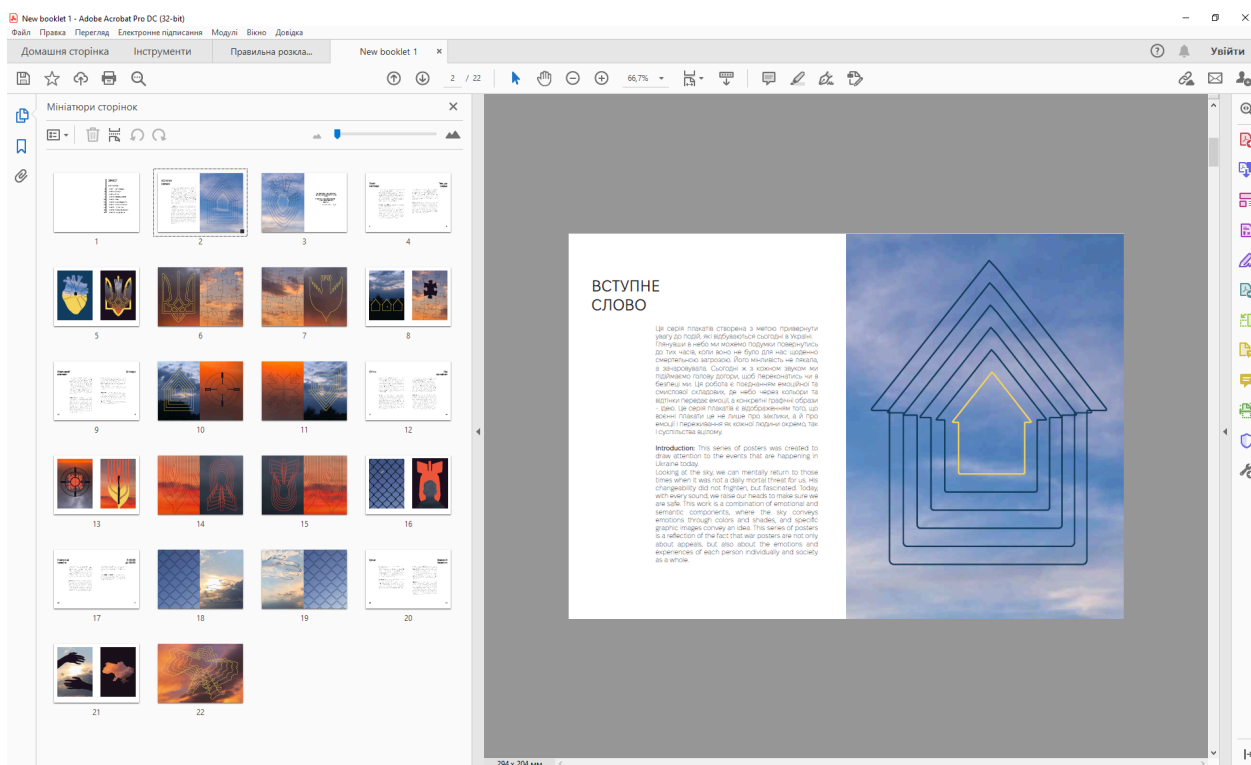


Рис. 3.2.1 – Спуск шпальт виконаний в програмі Adobe Acrobat Pro

Плакати створені у програмі Adobe Illustrator та Adobe Photoshop. В Adobe Photoshop проводилась ретуш фотографій, в Adobe Illustrator створювалась графіка та поєднувалась з фотографіями. Макет плакатів має справжній розмір (594x420) без припусків під обріз. Для плакатів був обраний матовий фотопапір 170 г/м². Цей папір часто використовується для друку виставкових матеріалів, адже забезпечує хорошу якість друку.

3.3 Вибір варіанту технологічного процесу виготовлення видання зі складанням загальної блок-схеми

Для друку плакатів була обрана технологія струменевого друку.

Струменева технологія часто використовується для друку широкоформатних рекламних матеріалів для зовнішньої та внутрішньої реклами. Струменевий друк працює за принципом нанесення крапель чорнил на друковану поверхню за допомогою сопел/дюз (отвори у картриджах, через які проходять чорнила). Картриджі заправляються рідкими чорнилами на водній основі, що є відносно екологічною технологією друку порівнюючи з іншими технологіями.

Перевага струменевого друку полягає в тому, що він максимально точно передає кольори та відтінки, здатен друкувати документи з високою роздільною здатністю. Оскільки у графічних роботах дипломної роботи присутні градієнти та численні переходи відтінків на фотографіях був обраний струменевий друк для чіткішої передачі кольорів. Також ця технологія друку досить гнучка у виборі матеріалів: фотопапір, тканина, пластик, плівка тощо. Завдяки відсутності потреби у виготовленні форм чи пластин ця технологія друку є економічною для малих та середніх тиражів та екологічною оскільки створює менше відходів. В поєднанні з матовим фотопапером струменевий друк дає якісний результат.

Для виготовлення брошури була обрана лазерна технологія друку. Лазерний друк дозволяє швидко та легко друкувати файли безпосередньо з комп'ютера. Ця технологія як і струменевий друк не потребує виготовлення друкарських форм, тому є екологічною та економічною для невеликих тиражів. В економічному плані лазерний друк забезпечує принцип друку на вимогу (Print on demand, POD), основна перевага якого це можливість друкувати необхідну кількість копій під відповідний запит покупця. Таким чином зменшується ризик перевиробництва.

Лазерний друк також забезпечує миттєву реалізацію після підготовки файлів, що значно скорочує терміни виготовлення поліграфічної продукції. Окім того ця технологія друку чітко передає кольори та забезпечує консистентність кольорів, тобто однакову якість друку на всіх сторінках.

Створення плакатів та верстка макету відбувалась у програмі Adobe Illustrator, яка є доволі зручною у створенні векторної графіки.

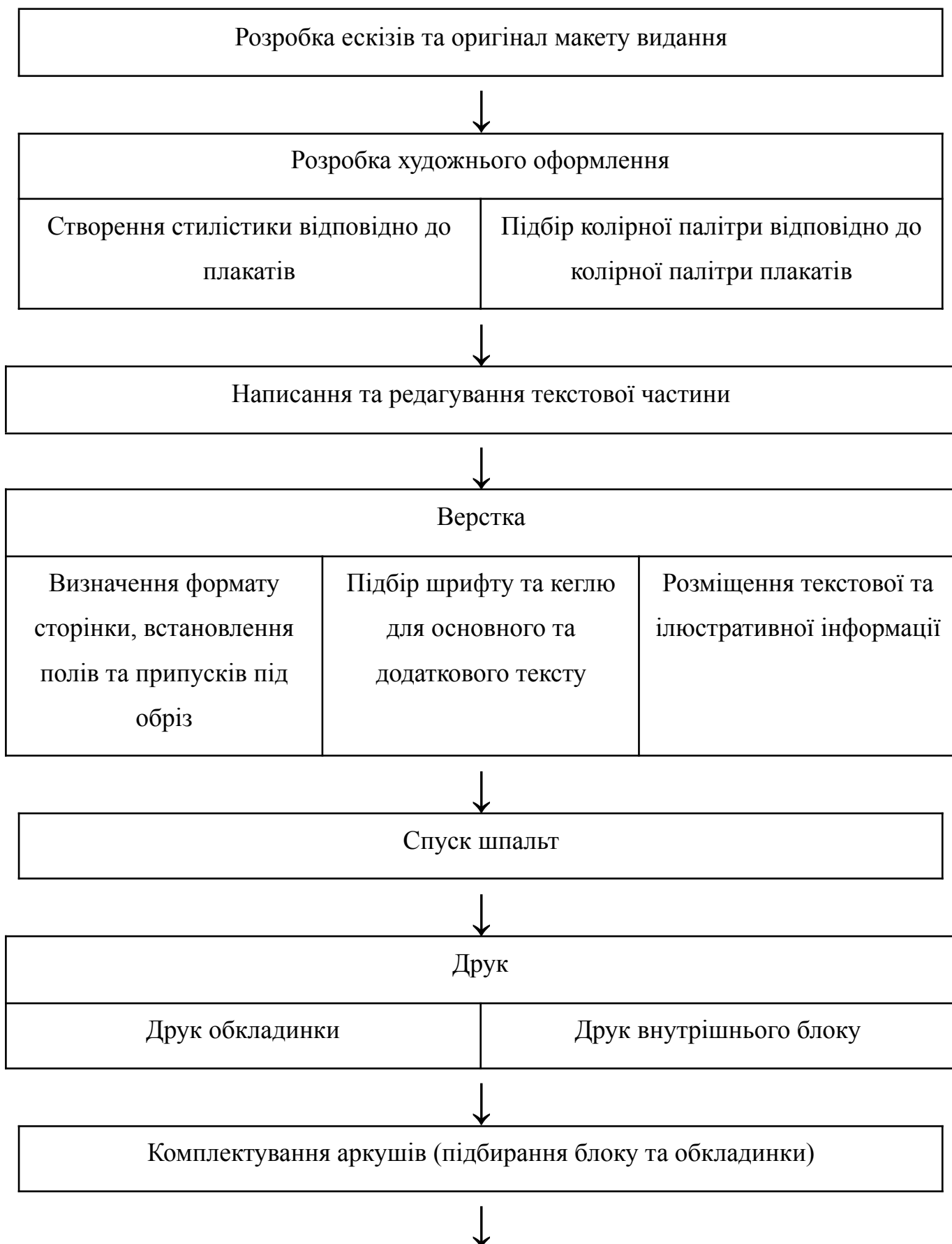
Після друку обкладинки та внутрішнього блоку було проведено комплектування блоку, зшивання блоку та обкладинки в один зошит та

фальцювання. Після цього зшитий та сфальцьований блок поміщається під прес в механічну гільйотину. Орієнтовно після 5 хвилин під пресом на штабельному різачу обрізаються припуски по 2 мм з трьох сторін. Плакати після друку обрізаються під формат на роликовому різачу для широкоформатної продукції. Для систематизації процесів та контролю була розроблені блок-схеми виготовлення плакатів (таблиця 3.3.1) та брошури. (таблиця 3.3.2)

Таблиця 3.3.1 Блок-схема технологічного процесу виготовлення плакатів



Таблиця 3.3.2 Блок-схема технологічного процесу виготовлення брошури





3.4 Маршрутно-технологічна карта

Для детальнішого опису технічних особливостей виробничих процесів була розроблена маршрутно-технологічна карта. (таблиця 3.4.1)

Таблиця 3.4.1 Маршрутно-технологічна карта процесу підготовки плакатів

№	Назва технологічної операції	Застосовуване устаткування та програмне забезпечення	Витратні матеріали	Технологічні режими	Методи і засоби контролю
---	------------------------------	--	--------------------	---------------------	--------------------------

Обробка графічної інформації					
1	Створення графічного матеріалу	Ноутбук Lenovo ThinkPad 11th Gen, Графічний планшет Wacom Intuos Draw Blue Pen	OC Windows 11, Adobe Illustrator 2022, Adobe Photoshop 2022	CMYK	Візуальний
Друк					
2	Підготовка машини для роботи: контрольний огляд, перевірка чорнил, контрольний пуск	Струменевий принтер Epson SureColor SC-T3200 для широкоформатного друку	Матовий фотопапір Xerox 610 mm Inkjet Tracing Paper Roll, 170 г/м2 Чорнила Pigment Ink для Epson SureColor T3200	Matte Paper, найвища якість друку, профіль – без керування кольором	Візуальний
Післядрукарські процеси					
3	Обрізання технічних полів	Різак Dahle 558 G.3 1330мм		Стандартні	Візуальний

Таблиця 3.4.2 Маршрутно-технологічна карта процесу підготовки брошури

№	Назва технологічної операції	Застосовуване устаткування та програмне забезпечення	Витратні матеріали	Технологічні режими	Методи і засоби контролю
Обробка текстової та графічної інформації					
1	Створення графічного матеріалу	Ноутбук Lenovo ThinkPad 11th Gen	OC Windows 11, Adobe Illustrator 2022	СМΥК	Візуальний
2	Набір тексту	Ноутбук Lenovo ThinkPad 11th Gen	OC Windows 11, Adobe Illustrator 2022	Стандартні	Модуль перевірки орфографії
3	Створення оригінал-макету та верстка	Ноутбук Lenovo ThinkPad 11th Gen	OC Windows 11, Adobe Illustrator 2022	СМΥК	Візуальний контроль за допомогою програмного забезпечення
4	Правка	Ноутбук Lenovo ThinkPad 11th Gen	OC Windows 11, Adobe Illustrator 2022	Стандартні	Візуальний
5	Електронний спуск шпальт	Ноутбук Lenovo ThinkPad 11th Gen	OC Windows 11, Adobe Acrobat 2022	Стандартні	Візуальний контроль за допомогою програмного

					забезпечення
Друк					
6	Підготовка машини для роботи: контрольний огляд, перевірка чорнил, контрольний пуск	Лазерний принтер Xerox Colour C60/C70	Тонер-картридж для Xerox Colour C60/C70 Папір крейдований 130 г/м ² та 200 г/м ²	Профіль Coated FOGRA39 для крейдованого паперу	Візуальний
Післядрукарські процеси					
7	Комплектування аркушів	Вручну			Візуальний
8	Обрізання технічних полів	Різак штабельний RC 560S Гільйотина механічна WH4300		Стандартні	Візуальний, контрольні шкали
9	Бігування обкладинки	Бігувальний пристрій ударного типу Cyklos KSL 435		Стандартні	Візуальний, контрольні шкали
10	Зшивання	Степлер	Скоби	Стандартні	Візуальний,

	блоку та обкладинки	потужний №23 Buromax	Buromax для степлера №23/24		контрольні шкали
11	Фальцювання	Вручну			Візуальний
12	Пресування	Гільйотина механічна WH4300	Цупкий картон	Стандартні	Візуальний
13	Обрізка блоку з трьох сторін	Різак штабельний RC 560S		Стандартні	Візуальний, контрольні шкали

3.5 Розрахункова частина

1) Обсяг видання у фізичних друкарських аркушах:

$$\text{Офіз.друк.арк.} = C/\text{ч},$$

де C – загальна кількість сторінок,

ч – доля;

$$\text{Офіз.друк.арк.} = 44/2 = 22$$

Оскільки друк відбуватиметься на лазерному принтері обсяг фізичних друкованих аркушів складатиме **22 аркушів**, формат 320x225 мм. Один паперовий аркуш містить 2 фізичних аркуші, адже друк двосторонній. При друці блоку було використано 11 паперових аркушів, отже видання містить 22 фізичних друкованих аркушів.

2) Ілюстративність видання:

$$I = \Sigma S_{\text{іл.}} / \Sigma S_{\text{вид.}},$$

де $\Sigma S_{\text{іл.}}$ – сумарна площа, яку займають ілюстрації,

$\Sigma S_{\text{вид.}}$ – сумарна площа всього видання

$$\sum S_{\text{іл.}} = 790\,000 \text{ мм}^2$$

$$\sum S_{\text{вид}} = 127\,6000 \text{ мм}^2$$

$$I = 790\,000 / 1\,276\,000 = \mathbf{62\%}$$

3) Кількість аркушо-відбитків:

$N_{\text{арк.відб.}} = O_{\text{фіз.др.арк}} \times T$, де T – наклад видання.

$$N_{\text{арк.відб.}} = 11 \times 50 = \mathbf{550}$$

4) Кількість фарбо-відбитків

$$\text{Для блоку: } N_{\text{фарб.відб.}} = N_{\text{арк.відб.}} \times \Phi = 550 \times 4 = 2200$$

Де Φ – фарбовість видання.

Кількість фарбо-відбитків для обкладинки:

$$N_{\text{фарб.відб.}} = 50 \times 4 = \mathbf{200}$$

Висновки до розділу 3

В третьому розділі був проведений детальний аналіз вихідних даних, визначена технічна характеристика та класифікація видання для розробки коректного технологічного процесу виготовлення плакатів та брошури.

Був обґрунтований вибір матеріалу, технологія друку та устаткування. У процесі реалізації продукції було проведено детальне ознайомлення з особливостями лазерного та струменевого друку.

Була розроблена блок-схема технологічного процесу для плакатів та портфоліо, яка відображає послідовність додрукарських, друкарських та післядрукарських процесів. Також створена маршрутно-технологічна карта процесу підготовки плакатів та брошури, яка містить детальний опис устаткування та програмне забезпечення, витратні матеріали, технологічні режими та методи контролю, які використовувались під час реалізації дипломної роботи.

ВИСНОВКИ

В процесі реалізації дипломної роботи першочергово було проведене дослідження плаката як унікальної форми візуальної комунікації та засобу соціальної реклами. Плакат як форма мистецтва з'явилась на початку XIX ст., розвивалась в контексті світових подій реагуючи на них і, незважаючи на глобальну діджиталізацію, продовжує відігравати важливу роль в інформаційному просторі сьогодення.

В українському мистецтві плакат набув нового значення з початком російсько-української війни. Плакатна графіка стала частиною протестного мистецтва, а згодом перетворилась в один із основних засобів комунікації через які висвітлюються події пов'язані з війною. Для сучасних українських плакатистів, таких як Микола Гончаров, Михайло Скоп, Катя Лісова, Микола Коваленко та інші, плакатне мистецтво стало засобом донесення важливої інформації не лише до українців, а й до іноземної аудиторії. Численні виставки української плакатної графіки як в Україні так і за кордоном є підтвердженням того, що суспільство зацікавлене в мистецтві, що висловлює політичні, соціальні або культурні протести. В цьому полягає актуальність дипломної роботи, адже мистецтво – це рефлексія митця на події, що відбуваються у світі, а тема війни завжди знаходила свій вираз у різних формах мистецтва.

В результаті теоретичного аналізу була розроблена художня концепція дипломної роботи, що полягає в тому, щоб створити серію графічних плакатів, кожен з яких висвітлює певну тему в контексті російсько-української війни, та брошури-портфолію, в якій розкривається мета, тема роботи та бачення автора. Важливу роль також відіграє колірна палітра та стиль виконання. Кожен колір має свій емоційний відтінок, який поєднується із графічними символами. У роботі акцент робиться на емоційному поєднанні кольорів та символів саме тому був обраний графічний тип плаката. В процесі створення брошури був розроблений оригінал-макет, який складається з 22-х текстово-ілюстративних та декоративних

розворотів. Був обґрунтований вибір шрифту, кольорів та композиційної побудови видання.

В третьому розділі міститься детальний опис процесу поліграфічного виконання дипломної роботи, до якого входить додрукарські процеси (створення макету у програмах Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Acrobat), друк (струменевий та лазерний) та післядрукарські процеси (обрізка, бігування, фальцювання). Після технічної характеристики та класифікації плакатів і брошури були розроблені блок-схема технологічного процесу та маршрутно-технологічна карта, які детально відображають всі процеси реалізації дипломної роботи. Також був обґрунтований вибір матеріалу для внутрішнього блоку і обкладинки та технології друку, які в кінцевому результаті максимально точно передали відтінки кольорів.

В результаті проведеної теоретичної та практичної роботи була створена серія плакатів та брошура-портфолію, мета яких – звернути увагу на актуальні соціально-політичні проблеми українського суспільства.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Never Again Gallery: вебсайт. URL :
<https://www.instagram.com/neveragaingallery/> (дата звернення: 20.12.2023)
2. The 4th Block: вебсайт. URL: http://the4thblock.org/?page_id=48 (дата звернення: 05.11.2023)
3. YermilovCentre: вебсайт. URL : <https://yermilovcentre.org/announcements/263/> (дата звернення 20.12.2023)
4. Музей Революції гідності: вебсайт. URL:
<https://www.maidanmuseum.org/uk/node/1589> (дата звернення: 12.01.2024)
5. Академічний тлумачний словник української мови: вебсайт. URL:
<https://sum.in.ua/s/plakat> (дата звернення: 26.10.2023)
6. Авраменко А. В. Радянський плакат 1920-1930-х рр. як засіб пропаганди. *Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури*. 2010. №101. С. 66-72.
7. Гладун О. Д. Соціальний плакат: нові завдання. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2008. №11. С. 26-31.
8. Гладун О. Д. Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. *Збірник наукових праць “Сучасне мистецтво”*. 2008. №14. С. 115-122
9. Колосніченко О. В., Єжова О. В., Остапенко Н. В., Кротова Т. Ф., Колосніченко М. В., Чуанцзін Чжоу . *Art and Design*. 2022. № 2. С. 79-93.
10. Андрейканіч А. І. Антологія українського плаката першої половини ХХ століття. Косів: Видавничий дім “Довбуш”, 2012. 122 с.
11. Шевченко В. Я. Композиція плаката. Навчальний посібник. Харків: Колорит, 2004. 124 с.
12. Мацола А. Плакатне мистецтво у формуванні " нової людини " часів тоталітаризму. *Сучасні соціокультурні процеси: компетентісно-аксіологічний аспект: Збірник статей і матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (28-29 жовтня 2020 р.)* 2020. С. 90-94

13. Кудрина Ю. М. Мистецтво Майдану як джерело наповнення музею Революції Гідності. *Historical and Cultural Studies*. 2019. №6. С. 55-60
14. Максимішин А. С. Плакат, афіша, постер, принт: походження термінів, специфіка використання. *Evropský filozofický a historický diskurz*. 2017. №3. С. 79-83
15. Бистрякова В., Осадча А., Гула Є. Плакат як засіб соціальної реклами. *Вісник Львівського університету. Серія мистецтво*. 2016. №17. С. 1162-1167
16. Бернат Л. А. Плакат як носій соціально-культурного змісту (соціальний плакат). *Соціалізація молоді у XXI сторіччі: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції, 20 квітня 2017 р., Краматорськ*. 2017. С. 110-118
17. Пономарьова Н. С. Соціальний плакат як засіб впливу на громадську свідомість. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів 27-28 квітня 2017 р., Київ*. 2017. С. 544-545.
18. Остапенко Н. В. Сучасний плакат як різновид реклами: види та формати носіїв в різних каналах комунікації (на прикладі адаптивного дизайну плаката). *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко*. Київ. 2022. С. 212-226.
19. ДСТУ 3017:2015 Інформація та документація. Видання. Основні види / Нац. стандарт України. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 6 с.
20. Абизов В. А., Грищенко В. В. Основні чинники, що визначають розвиток сучасного плакату. *Вісник ХДАДМ. Образотворче мистецтво*. 2011. №1. С. 71-75