

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра мультимедійного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка серії інтерактивних плакатів, присвячених творчості
сучасних українських художників

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Мультимедійний дизайн

Виконала: студентка групи БДм3-21

Ярощук Я.Ю.

Науковий керівник к.т.н., доц.

Слітюк О.О

Рецензент к.т.н., доц. Хиневич Р.В.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Ярошук Я.Ю. Розробка серії інтерактивних плакатів, присвячених творчості сучасних українських художників. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

В кваліфікаційній роботі розглянуто інтерактивний плакат як одну з форм синтезу графічного дизайну та веб-дизайну. Проведено аналіз еволюції плакату як в Україні, так і за її межами, що дозволило окреслити основні технологічні підходи до створення дизайну плакату. Особливу увагу приділено вивченню принципу дизайну та підходів до реалізації інтерактивного плакату, що сприяє глибшому розумінню застосування інноваційних дизайнерських методів у сучасному українському плакаті. Досліджено ключові засоби, прийоми та композиційні рішення у процесі розробки плакатного дизайну, а також дизайну односторінкового сайту. Виокремлено основні принципи інформаційного наповнення та візуального оформлення, визначено функції проєкту, значення ідеї та способи її художнього втілення. Розроблено серію інтерактивних плакатів, присвячених сучасним українським художникам.

Ключові слова: *графічний дизайн, мультимедійний дизайн, веб-дизайн, інтерактивний плакат, сучасні українські художники, односторінковий сайт, лендінг.*

SUMMARY

Yaroshchuk Y.Y. Development of a Series of Interactive Posters Dedicated to the Work of Contemporary Ukrainian Artists. – Manuscript.

Qualification thesis for obtaining the Bachelor's degree in the specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

This qualification work explores the interactive poster as a form of synthesis between graphic design and web design. The evolution of the poster both in Ukraine and abroad is analyzed, which allowed for identifying the main technological approaches to poster design creation. Particular attention is paid to the principles of design and approaches to implementing an interactive poster, contributing to a deeper understanding of the use of innovative design methods in contemporary Ukrainian poster art. The key tools, techniques, and compositional solutions involved in developing poster design and the design of a one-page website are studied. The main principles of informational content and visual presentation are highlighted, the project's functions, the significance of the concept, and the means of its artistic realization are defined. A series of interactive posters dedicated to contemporary Ukrainian artists has been developed.

Keywords: *graphic design, multimedia design, web design, interactive poster, contemporary Ukrainian artists, one-page website, landing page.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНТЕРАКТИВНОГО ПЛАКАТУ ЯК ВИДУ ГРАФІКИ.....	8
1.1. Історія становлення та розвитку плакату як виду графіки.	8
1.2. Визначення та особливості інтерактивного плакату.....	14
1.3.Місце інтерактивного плакату як графіки у сучасному українському та світовому мистецтві.....	19
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2.ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ІНТЕРАКТИВНОГО ПЛАКАТУ ЯК ВИДУ СУЧАСНОГО ПЛАКАТУ	26
2.1. Художньо-композиційні особливості у створенні плакату	26
2.2. Особливості дизайну односторінкового сайту	29
2.3. Концепція інтерактивних плакатів: загальна структура та ідея.....	36
Висновки до розділу 2	39
РОЗДІЛ 3.ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ІНТЕРАКТИВНИХ ПЛАКАТІВ	41
3.1. Розробка дизайну плакатів.....	41
3.2. Створення дизайну сайтів для інтерактивних плакатів та композиційні рішення.....	43
3.3. Інструменти та ресурси для створення візуальної частини та інтерактивних елементів плакату.....	47
Висновки до розділу 3	54
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, де цифрові технології стрімко проникають у всі сфери життя, традиційні форми комунікації набувають нових, інтерактивних форматів. Особливо це стосується графічного дизайну, який активно трансформується під впливом мультимедійних засобів, інтернету та візуальної культури соціальних мереж.

Інтерактивні плакати як синтез графічного та веб-дизайну є ефективним інструментом комунікації, що дозволяє залучати глядача до взаємодії, створювати емоційний контакт із контентом і розширювати межі традиційного сприйняття мистецтва. Використання таких форматів у візуалізації творчості сучасних українських художників не лише сприяє формуванню актуального візуального середовища, а й допомагає зберігати національну ідентичність, адаптуючи її до нових реалій.

У теперішньому контексті образотворче мистецтво виступає важливим інструментом для формування іміджу України як демократичної, освіченої та розвиненої держави. Сучасне мистецтво є відображенням суспільних процесів, актуальних проблем і водночас втілює новітні технології та креативні ідеї.

Створення серії плакатів про сучасних українських художників сприяє популяризації українського мистецтва, допомагаючи громадськості краще розуміти та цінувати сучасне художнє надбання. У час глобалізації, коли художні тенденції швидко змінюються і легко губляться серед світових трендів, особливого значення набуває акцентування уваги саме на національній культурі. Плакат, присвячений українському митцю, не лише інформує про його творчість, але й підсилює культурну ідентичність та відчуття єдності в суспільстві.

Українські художники активно розвивають нові форми мистецтва, поєднуючи традиції з інноваціями та створюючи нові стилі та напрями у мистецтві. Проте, багатьом із них не вистачає медійної присутності.

Створення інтерактивних плакатів дозволить популяризувати сучасних українських художників для широкої аудиторії. Таким чином, інтерактивні плакати у контексті популяризації сучасного українського мистецтва є своєчасними та соціально значущими, адже вони поєднують мистецтво, дизайн та технології задля формування актуального культурного дискурсу.

Мета дослідження: створити підхід до розробки серію інтерактивних плакатів, що будуть слугувати інструментом поширення сучасного українського образотворчого мистецтва для широкої аудиторії.

Завдання дослідження:

- проаналізувати проблематику створення інтерактивних плакатів;
- дослідити плакат як вид графіки;
- з'ясувати особливості проєктування плакату;
- узагальнити поняття інтерактивного плакату;
- визначити концепт-ідею проєкту;
- розробити план технічної реалізації проєкту;
- створити інтерактивні плакати та сайти-візитівки.

Об'єкт дослідження - процес розробки інтерактивного плакату.

Предметом дослідження є дизайн елементів інтерактивних плакатів.

Методи дослідження: на різних етапах дослідження було використано такі методи: такі як аналіз, класифікація наукової літератури; метод системного аналізу, систематизації та конкретизації – задля уточнення базових понять дослідження, узагальнення – для формулювання висновків за результатами дослідження.

Елементи наукової новизни одержаних результатів полягає в тому, що визначено елементи інтерактивних плакатів та запропоновано план розробки інтерактивного плакату, зокрема, графічної частини та веб-сторінок.

Практичне значення одержаних результатів - запропонований спосіб створення інтерактивного плакату. Цей підхід може бути корисним для дизайнерів, що займаються розробкою мультимедійних проєктів, а

також проєктів з одним конкретним видом дизайну (графічного або веб-дизайну) Розроблено серію інтерактивних плакатів та дизайни сайтів-візитівок, що слугуватимуть задля поширення сучасного українського мистецтва та заохочування аудиторії до подальшого дослідження.

Апробація результатів дослідження:

1. IV Міжнародна науково-практична конференція «Інновації в архітектурі, дизайні та мистецтві: до 150-річчя Олександра Вербицького» (23.05.2023 в Національній академії образотворчого мистецтва і архітектури, Київ, Україна) (Додаток А, рис. А.1);
2. Оформлення авторського права на роботу у УКРНОІВІ від 05.05.2025 (Додаток А, рис.А.2).

Публікації:

Ярощук Я.Ю., Слітюк О.О. Розробка серії інтерактивних плакатів, присвячених творчості сучасних українських художників / матеріали IV Міжнародній науково-практичній конференції «Інновації в архітектурі, дизайні та мистецтві: до 150-річчя Олександра Вербицького» (21–23 травня 2025 року в Національній академії образотворчого мистецтва і архітектури, Київ, Україна).

Структура та обсяг роботи зумовлена логікою дослідження і складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (усього 47 найменувань, з них – 5 іноземних джерел) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок, з них основного тексту – 59 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНТЕРАКТИВНОГО ПЛАКАТУ ЯК ВИДУ ГРАФІКИ

1.1. Історія становлення та розвитку плакату як виду графіки.

Історія плакату як виду мистецтва нараховує близько півтори сотні років. Використання зображень з текстом в культурних цілях було відоме ще з давніх часів. Наприклад, у Стародавньому Єгипті такими методами сповіщали про винагороду за впіймання рабів-втікачів, розміщуючи відповідні зображення з інформацією в громадських місцях. Греки та римляни також вміли малювати афіші, які сповіщали про майбутні події, такі як бої гладіаторів або театральні вистави. Поява друкарства у XIV столітті в Західній Європі дала можливість створювати перші тиражовані зразки, які можна вважати попередниками сучасних плакатів. Такі графічні листи рекламували щойно надруковані літературні твори авторів того часу.

На початку XIX століття вже існували барвисті афіші, намальовані вручну, що рекламували вистави в театрах і цирках, однак вони лише частково нагадували сучасні плакати. Початок офіційної історії плакату як мистецтва датується 1866 роком, коли Жюль Шере створив друкарсько-графічну майстерню, що дозволила розробити спрощену технологію чотириколірної літографії та налагодити масовий випуск плакатів. Чимало митців, як-от Анрі Тулуз-Лотрек, Теофіль-Александр Стейнлен, Ежен Грассе, Альфонс Марія Муха, разом із Шере сприяли розвитку нової галузі мистецтва. Саме в цей період з'явилися характерні риси плакатного стилю: яскраві символи, виразність композиції, узагальнені форми, оригінальні образи.

Завдяки комерційному успіху, плакати швидко стали невід'ємною частиною європейських міст, рекламуючи товари, виставки та спортивні події. У цей час у Західній Європі активізується комерційна реклама, що заохочує художників експериментувати, розробляючи плакати у стилях

модерн та авангард. Наприклад, пінап став популярним жанром плакату, а стиль модерн поступово змінюється простим предметним дизайном (Sachplakat). Люсьєн Бернхард, який розробив концепцію Sachplakat, та Леонетто Капп'єлло, який прославився сміливими рекламними зображеннями на простому тлі, стали новаторами в галузі реклами.

Іконою радянського дизайну став плакат Олександра Родченка, створений у 1920-х роках для видавництва Ленгиз, де зображена Ліля Брік. Також знаковим став постер "Метрополіс" Хайнца Шульц-Нойдама, створений у 1927 році, який у 2005 році був проданий за 690 тисяч доларів. До найвідоміших плакатистів належать Адольф Кассандр, Сол Басс та Роджер Кастел.

Під час Другої світової війни плакати активно використовувалися для пропаганди всіма державами. Такі митці, як Дж. М. Флегг, створювали патріотичні плакати для вербування солдатів, використовуючи навіть власний образ для персонажа дядька Сема. Після війни в оформленні плакатів набирає популярності Міжнародний типографічний стиль із використанням монохромної фотографії та шрифтів без засічок, що дозволило досягти чіткої емоційної виразності. Згодом Вольфганг Вейнгарт, експериментуючи з офсетним друком, порушив багато традицій і став одним з основоположників постмодерного дизайну. Символ миру, розроблений Джеральдом Холтом, також з'явився на плакатах цього періоду. У 1960-х Енді Ворхол популяризував шовкографію у своєму стилі поп-арт. Його відомі зображення знаменитостей і товарів стали одними з найвідоміших символів тогочасного мистецтва. У 1966 році Мілтон Глейзер створив відомий плакат до альбому Боба Ділана, поєднавши мінімалізм і яскравість у стилі психоделічних шістдесятих [38].

На сьогодні плакати відіграють значну роль у суспільстві. Завдяки сучасним технологіям, створення барвистих плакатів для реклами, політики, соціальних проектів та масової культури стало доступним і популярним. Інформаційна революція перетворилася на інформаційну

війну. Цей історичний злам, передбачуваний та логічний у світлі минулого досвіду, виявився для України неочікуваним випробуванням. Українська культура разом із суспільством стикнулися з викликом іншого порядку. Подібно до ситуації в часи Другої світової війни, плакат, що повернувся у новому тисячолітті, став актуальним, набувши форми цифрових об'єктів у віртуальній реальності. Сьогодні він виконує роль візуально-комунікативної моделі в інформаційному просторі та є універсальним засобом передачі інформації. У сучасному світі, де пріоритетна саме візуальна мова, на відміну від тривалого сприйняття вербального тексту, візуальний зміст подається на поверхні, у видимій та візуалізованій формі. Як частина візуальної комунікації, графічний дизайн відіграє домінуючу роль у цій моделі, пропонуючи ефективний інформаційний контент, що досягається через ретельне визначення контексту, вибір мовної стратегії, канали передачі та аналітику. Візуальна інформація високої художньої якості здатна гармонізувати внутрішній світ людини та формувати нове сприйняття реальності, що робить візуальну комунікацію потужним інструментом соціального управління. Плакат у цьому випадку виступає основним та надзвичайно точним засобом донесення інформації до аудиторії. Його ключове завдання – передавати інформаційне повідомлення у художній формі, яке легко піддається інтерпретації, а новизна і художня образність забезпечують краще сприйняття [4].

Історія українського плаката йде в ногу з розвитком українського образотворчого мистецтва та графічного дизайну, і це питання розглядалося у різні епохи. Важливим джерелом дослідження є «Історія українського мистецтва у 5-ти томах», особливо п'ятий том, присвячений XX століттю. Проте історія дизайну тут не представлена, тому плакат розглядається у контексті графіки XX століття. У 2012 році академік М. Яковлев у передмові до «Нарисів з історії українського дизайну XX століття» зауважує, що український дизайн, попри всі економічні та політичні труднощі, намагається відповідати сучасним суспільним

потребам, хоча й бракує теоретичної бази і глибоких наукових досліджень [42].

Бажання зрозуміти загальну еволюцію українського плаката відображено в роботі О. Храмової-Баранової, де вона поділяє розвиток графічного дизайну на три етапи: перший — з початку XX століття до Першої світової війни, другий — до Другої світової війни, третій — з 1945 року до сьогодення. Проте від 1945 року український плакат зазнав істотних змін, не відображених у цій періодизації, що також не включає унікальне явище воєнного плаката [37]. Класичне мистецтвознавство до 1960-х відносить плакат до графіки, і у цьому ключі його розглядає О. Лагутенко, яка стверджує, що мистецтво графіки існує в умовах воєн, революцій і національного відродження. На думку дослідниці, саме графіка першої третини XX століття заклала основи для нової історичної концепції мистецтва та визначила майбутній розвиток української культури у світовому контексті [19]. Термін прото-дизайн, уведений М. Станкевичем, використовується як попередник сучасного дизайну [32]. Н. Сбітнєва, аналізуючи історію графічного дизайну, відзначає, що найповніше його еволюція розглядається з позиції стилю. Плакат є частиною загального контексту графічного дизайну, і його стильова еволюція надає важливий матеріал для формування авторської концепції розвитку українського плаката, розглядаючи його візуально-пластичну мову на різних етапах [30].

Сучасні форми графічного дизайну стали настільки різноманітними, що, наприклад, О. Северіна розглядає екологічний плакат окремо, створюючи його періодизацію через еволюцію художньої мови: від агітаційно-індустріального плаката 20–40-х років до сучасного, віртуального простору екологічного плаката початку XXI століття. Технічні винаходи початку XX століття сприяли комерціалізації плаката, що відбилося у розвитку українського плакатного мистецтва [31]. Сбітнєва зазначає, що 1940–1950-ті роки позначили «занепад» комерційного

плаката, натомість з другої половини 1950-х почалося становлення графічного дизайну як професії. Відродження комерційного плаката у 1980-х пов'язано з появою кольорової фотографії та розширенням технічних можливостей. Щодо періоду 1990-х, Сбітнева описує його як «поліхромний», з використанням нових технік і матеріалів. В. Бичков у «Нонкласика. Естетична свідомість у XX столітті» пропонує класифікацію мистецтва XX століття за трьома етапами: авангард, модернізм, постмодернізм. Цей розподіл, хоч і умовний, все ж дає чітку типологію та хронологію змін у естетичній свідомості XX століття, а український плакат можна розглядати як елемент візуально-інформаційної культури [30]. О. Лагутенко зазначає, що поєднання різних стилів, мотивів та нових пластичних засобів створення образів формує унікальність української графіки першої третини XX століття. Загальна періодизація українського образотворчого мистецтва XX століття, а також розвиток екологічного та комерційного плаката створюють основу для формування моделі еволюції українського плаката, що охоплює такі основні етапи, як модерн/авангард, соціалістичний реалізм і модернізм, а також виокремлює стильові зміни, що відбувалися у контексті історичних та соціальних зрушень. Згідно з О. Лагутенко, графіка першої третини XX століття заклала основи для нової історичної концепції мистецтва, що відобразилося і на плакатному мистецтві. Вона зазначає, що українське графічне мистецтво того періоду формувалося під впливом багатьох напрямів, зокрема модернізму, авангарду та соціалістичного реалізму. На цьому підґрунті виникає загальна періодизація розвитку українського плаката, що включає три основні етапи: модерн/авангард, соціалістичний реалізм, і модернізм, які відображають соціально-політичні і культурні зміни в країні [19].

Історичні та соціальні трансформації вплинули на стильові особливості плаката. Протягом XX століття український плакат змінювався відповідно до суспільних потреб і технічних можливостей. Наприклад, післявоєнний період був відзначений спрощеними візуальними

елементами, що відповідали ідеям соціалістичного реалізму. Однак, починаючи з другої половини 1950-х років, графічний дизайн почав набувати статусу окремої професії, що позначилося на якісних змінах у плакатному мистецтві. З появою кольорової фотографії у 1980-х роках та нових друкарських технологій плакат став ще більш виразним та естетично досконалим. Розвиток комерційного та екологічного плаката в кінці XX – на початку XXI століття демонструє пошук нових засобів візуальної комунікації, який триває і донині. Технологічні інновації цього періоду, включно з цифровими методами створення зображень, сприяли комерціалізації плаката та його трансформації як засобу комунікації. Плакат продовжує адаптуватися до змін сучасного суспільства, зберігаючи свою культурну значущість і актуальність [4].

Історія плакату відображає еволюцію мистецтва, соціальні зміни та технологічні новації, що відбувалися протягом останніх півтора століття. Від перших малюнків у Стародавньому Єгипті та Греції до сучасних цифрових і віртуальних плакатів, цей вид мистецтва пройшов довгий шлях трансформацій. Становлення плакату як мистецького явища почалося з удосконалення друкарських технологій у XIX столітті, коли майстри започаткували характерні стильові риси, які стали основою для розвитку цієї галузі. Різні періоди — модерн, авангард, соціалістичний реалізм та постмодернізм — вплинули на формування візуальної мови плаката, що слугував не лише естетичним, але й потужним комунікативним засобом. Плакат відображав суспільні настрої, був інструментом пропаганди у воєнні часи і стимулював розвиток реклами. Особливо значущою виявилася роль плакату в умовах політичних змін та криз. У новітній історії України плакат став важливим інструментом інформаційної війни, формуючи суспільні настрої та підтримуючи культурну ідентичність на фоні глобальних конфліктів [6].

На сучасному етапі український плакат, як і загалом світовий, інтегрується у цифровий простір і використовує технологічні можливості

для швидкого та ефективного донесення інформації до аудиторії. Його значення в комерційній, соціальній та екологічній сферах продовжує зростати, а стильова різноманітність і багатофункціональність підтверджують адаптивність цього мистецтва до сучасних вимог.

Отже, історія плакату як виду мистецтва відображає важливі соціальні, культурні та технологічні зміни, що сталися за останні півтора століття. Плакат пройшов шлях від простих афіш у Стародавньому Єгипті та Греції до сучасних цифрових форматів, ставши не лише естетичним об'єктом, а й засобом комунікації з потужним впливом на суспільство. Вплив різних стилів — модерну, авангарду, соціалістичного реалізму та постмодернізму — сприяв розвитку плакату, надаючи йому унікальну візуальну мову, яка служить для вираження ідей, ідентичності та культурних цінностей. Український плакат, особливо в умовах сучасних політичних та інформаційних викликів, став важливим інструментом культурного самовираження та соціального впливу. Інтеграція плакату у цифровий простір відкриває нові можливості для візуальної комунікації, роблячи цей вид мистецтва ще більш адаптивним і актуальним у наш час. Сьогодні плакат відіграє ключову роль у рекламній, політичній та соціальній сферах, залишаючись важливим інструментом впливу на громадську думку та підтримки культурної спадщини.

1.2. Визначення та особливості інтерактивного плакату

Галузь графічного дизайну за останні десятиріччя зазнала суттєвого розвитку, значно розширившись у технологічному та соціальному аспектах. Впровадження комп'ютерних технологій стало ключовим етапом у процесі створення та відтворення плакатної продукції. Дедалі більшу популярність здобуває дизайн-графіка, орієнтована на віртуальний простір. Наприкінці XX століття спостерігалось активне впровадження інформаційних технологій у діяльність графічних дизайнерів. Сучасні фахівці, базуючись на традиціях графічного дизайну, інтегрують класичні

прийоми з інноваційними досягненнями у сфері візуальної комунікації. У зв'язку з цим плакатне мистецтво набуває особливого значення, враховуючи його вплив на суспільство та важливість візуальної культури. Однією з унікальних рис візуальної мови плакату є його універсальність у передачі інформації через образи. Актуальність досліджень у цій сфері зумовлена потребою вивчення методів психологічного впливу плакату на людину. Ефективний плакат має бути читабельним, легко сприйматися на відстані та бути інтуїтивно зрозумілим. Серед художніх прийомів часто використовуються метафори, різномасштабність елементів, контурне позначення предметів, а також зображення подій, що відбуваються в різних часових або просторових рамках. Значну роль відіграють вибір шрифту, його розташування та колір. Крім того, сучасні плакати поєднують фотографію з графікою або живописом.

Розглядаючи технології створення плакатів, варто відзначити широкий спектр графічних технік. Історично для цього використовувалися такі методи, як ліногравюра, ксилографія та літографія. У середині ХХ століття літографію поступово витіснив офсетний друк, який значно спростив масове виробництво. Водночас естетика плакатів зазнала змін: нові мистецькі тенденції початку ХХ століття сприяли створенню гармонійних і легких для сприйняття композицій.

На сучасному етапі плакат виступає інструментом соціокультурної комунікації. Його формати включають класичні рекламні носії в предметно-просторовому середовищі та електронні платформи завдяки інтернет-технологіям. У пошуках нових способів залучення уваги дизайнери звертаються до методів, які активують інтелектуальну взаємодію глядача із зображенням. Такі плакати, зокрема, часто використовують техніку сугестивної візуалізації, що створює ефект загадковості. Розгадуючи ці візуальні ребуси, глядач стає активним учасником процесу пізнання, запам'ятовуючи інформацію надовго. Урбаністичне середовище сучасності насичене візуальними

повідомленнями, що зумовлює необхідність створення плакатів нового формату. Вони повинні поєднувати естетику, інтелектуальність та здатність задовольняти потреби аудиторії. Традиційні методи залучення уваги поступово втрачають актуальність, поступаючись місцем інноваційним підходам [18].

Розвиток технологій також вплинув на спосіб подачі плакатної інформації. Завдяки сучасним засобам поліграфії, комп'ютерним технологіям та анімації стало можливим створення мультимедійних плакатів. Інтернет-банери сьогодні часто використовують ті ж візуальні прийоми, що й традиційні плакати, але з додаванням анімації та інтерактивності. Одна і та ж концепція може бути реалізована в різних форматах – від білбордів до інтернет-банерів. Історія плакатного мистецтва сягає XIX століття, коли у Франції були закладені його основи. На початку XX століття було сформовано принципи функціоналізму, що базуються на геометричних елементах і використанні відкритих просторів у композиції. У середині XX століття ці підходи стали основою сучасного дизайну. Згодом плакат еволюціонував, трансформуючись у багатоформатний інструмент комунікації. Завдяки персональним комп'ютерам та розвитку поліграфії процес створення графічних проєктів став швидшим і ефективнішим. Дизайнерам відкрилися нові можливості для візуального самовираження, що значно розширило межі творчості. Сьогодні плакат інтегрується в усі сфери життя, виконуючи функцію потужного інструменту графічної комунікації. У нових умовах традиційна плакатна форма адаптується до сучасних потреб: використання довговічних матеріалів, зміна форматів і впровадження електронних технологій забезпечують його актуальність у цифрову епоху. Плакат як засіб графічної комунікації демонструє високий потенціал впливу на суспільство, сприяючи гармонізації внутрішнього світу людини та формуванню нового сприйняття реальності [21].

Інтерактивний плакат – це інноваційний різновид плакату, який використовує технології доповненої (AR) або віртуальної реальності (VR), QR-коди, динамічна анімація, звукові ефекти та інші інструменти, що дозволяють взаємодіяти з ним за допомогою смартфона, планшета чи інших цифрових пристроїв. Основною особливістю інтерактивного плакату є можливість інтеграції текстових, візуальних і звукових елементів, які змінюються чи реагують на дії користувача, що дозволяє перетворити статичне зображення на динамічний об'єкт. Він є сучасним видом графічного мистецтва, який, на відміну від традиційного статичного плакату, дозволяє користувачеві безпосередньо взаємодіяти з ним за допомогою цифрових технологій. Основна мета інтерактивного плакату – посилення залучення аудиторії та створення більшої емоційної прив'язаності до інформації чи мистецького посилу. Вони використовуються в рекламі, освітніх програмах, музейних експозиціях, а також у сучасних мистецьких інсталяціях.

Інтерактивні плакати є інноваційним інструментом комунікації, який поєднує традиційний візуальний дизайн із цифровими технологіями. Це забезпечує підвищення зацікавленості аудиторії, створюючи персоналізований досвід взаємодії з контентом. Завдяки інтерактивним елементам глядачі можуть не лише отримувати інформацію, а й взаємодіяти з нею, наприклад, вибираючи окремі розділи, переглядаючи мультимедійний контент або здійснюючи дії, що змінюють представлення інформації. Однією з ключових переваг є інтеграція мультимедійного контенту. Додавання відео, аудіо, анімацій та інтерактивних графіків дозволяє зробити інформацію більш наочною та легкою для сприйняття. Використання технологій також забезпечує можливість персоналізації, дозволяючи адаптувати контент до потреб окремого користувача, наприклад, змінювати мову, масштабувати зображення або вибирати додаткові деталі. Крім того, інтерактивні плакати відкривають можливості для збору даних про взаємодію аудиторії. Завдяки цьому можна

відстежувати, які елементи привернули найбільшу увагу, які розділи плаката викликали інтерес та як довго користувачі взаємодіяли з контентом. Ці дані є цінними для аналізу ефективності плаката та подальшого вдосконалення дизайну.

Створення інтерактивних плакатів потребує використання сучасних технологій і спеціалізованого програмного забезпечення. Одним із найпоширеніших рішень є використання доповненої реальності (AR), яка дозволяє накладати цифровий контент на реальні об'єкти за допомогою камери смартфона або планшета. Іншою поширеною технологією є використання QR-кодів, які слугують зручним інструментом для перенаправлення аудиторії на додатковий контент, зокрема відео, веб-сторінки чи додатки. Також інтерактивні анімації, створені за допомогою програм Adobe Animate, After Effects або Figma, дозволяють оживляти статичні елементи, сприяючи залученню аудиторії. Деякі плакати використовують більш складні технології, такі як голосове управління або сенсорний зворотний зв'язок. Такі функції особливо корисні у виставкових залах або інтерактивних інсталяціях.

Попри значні переваги, створення та впровадження інтерактивних плакатів має низку викликів. По-перше, для коректної роботи багатьох інтерактивних елементів потрібні сучасні пристрої. Невідповідність технічних характеристик, наприклад, застарілі смартфони або планшети, може негативно вплинути на взаємодію з плакатом. По-друге, розробка інтерактивного плаката є дорожчою, ніж створення традиційного друкованого матеріалу. Це обумовлено необхідністю залучення кваліфікованих фахівців, таких як дизайнери, програмісти та фахівці з цифрових технологій. Третім обмеженням є залежність від підключення до інтернету, яка характерна для багатьох інтерактивних функцій, зокрема потокового відео або оновлення контенту в реальному часі. Відсутність доступу до мережі може суттєво знизити ефективність плаката. Крім того, інтерактивні плакати є новою формою комунікації, яка потребує

ознайомлення аудиторії з особливостями використання. Деякі користувачі можуть не знати, як взаємодіяти з інтерактивними елементами, що вимагає надання додаткових інструкцій або пояснень. Інтерактивні плакати є перспективним інструментом, здатним ефективно привертати увагу аудиторії, проте їх реалізація вимагає ретельного планування та врахування технічних і фінансових аспектів.

1.3. Місце інтерактивного плакату як графіки у сучасному українському та світовому мистецтві

Графічний дизайн є однією з найважливіших форм сучасного мистецтва та комунікації. У сучасному світі, де інформаційні технології постійно еволюціонують, інтерактивні форми графіки, зокрема інтерактивні плакати, набули великої популярності. Інтерактивний плакат — це не просто форма візуального мистецтва, але і засіб, який дозволяє досягти глибшої взаємодії з глядачем, створити унікальний досвід і вразити користувача через інноваційні інструменти взаємодії. У сучасному мистецькому контексті, як в Україні, так і у світі, інтерактивний плакат зайняв своє унікальне місце, впливаючи на розвиток графічного дизайну, реклами, соціальних комунікацій та культурного середовища.

У нашому житті ми часто стикаємося з безліччю плакатів, але лише деякі з них залишаються у пам'яті і привертають нашу увагу. Саме увага глядача має виняткову цінність для рекламистів, і тому завданням кожного дизайнера є створити такий плакат, який би ефективно виконував свої інформаційну, естетичну, комунікативну та рекламну функції. Увага глядача є ключовою для залучення його до комунікації, тому графічні дизайнери активно досліджують нові способи впливу, що мають залучати до комунікативного процесу [18].

Дослідження комунікації в графічному дизайні є частиною прикладної науки. Графічна комунікація відрізняється від художньої: перша націлена на взаємодію з реальністю, тоді як художня — це скоріше самовираження.

Якщо плакат викликає візуальну естетику, це приваблює нас, проте справжній ефект настає тоді, коли плакат викликає дію. Здійснення комунікації у графічному дизайні можна порівняти зі звичайною розмовою, де учасник не тільки слухає, а й розуміє, аналізує та реагує. Сучасні плакати покликані збуджувати увагу та надавати інформаційні імпульси, які стимулюють до дії. На зміну дизайну плакатів впливають інші фактори, зокрема, стрімке зростання кількості рекламних повідомлень та розвиток інтернету. Поява онлайн-реклами, зокрема банерів у 1994 році, розширила можливості розповсюдження рекламного контенту. Внаслідок цього дизайнери шукають нові методи для створення комунікаційного імпульсу. Яскравий плакатний образ може використовуватися на різних носіях, таких як футболки, листівки, а також у цифровому форматі, що посилює вплив на споживача.

Розвиток графічного дизайну відображає загальні тенденції сучасної дизайн-індустрії. Дизайнери використовують новітні технології для створення ефективних засобів комунікації, а незвичні форми та інтерактивні елементи допомагають привернути увагу. На фестивалі плакатів у Турині 2008 року було представлено безліч інноваційних плакатів, які продемонстрували нові способи комунікації через графіку. Окремі елементи плаката набувають динаміки завдяки анімаціям та інтерактивності, чим посилюють емоційний вплив. Новітні розробки, такі як електронний папір, створений корейською компанією «E-Ink» у 1999 році, дали можливість застосовувати плакати як у зовнішній, так і у внутрішній рекламі. З часом, коли технологія стане доступнішою, з'явиться більше плакатів з електронного паперу. Ще один інноваційний напрям — використання доповненої реальності. Такі плакати можуть взаємодіяти з відео- та медіаоб'єктами, розширюючи комунікативний потенціал [42].

На відміну від звичайного плакату, інтерактивний закликає глядача до дій, пропонуючи більше, ніж статичне зображення: можливість взаємодіяти з медіа-контентом через мобільний пристрій, дізнатися більше

про тему або навіть взяти участь у створенні самого твору, наприклад, через вибір шрифтів, кольорів чи елементів, що змінюються в режимі реального часу. Ця форма мистецтва є особливо привабливою в умовах сучасного суспільства, де цифрові та мобільні технології відіграють важливу роль у повсякденному житті. Завдяки новітнім графічним програмам і технологіям, створюються інтерактивні плакати, які лише через мобільний пристрій можуть "оживати" і стають новим засобом для інтерактивного досвіду. Ця технологія, хоча й не є широко розповсюдженою, застосовується в основному на виставках, афішах кіно, де глядачі готові приділити час для взаємодії з контентом. Інтерактивний плакат також може бути ефективним у навчальних проектах, де цифровий формат дозволяє додавати анімацію, інтерактивні зображення, 3D-моделі. Такий тип плакатів використовується як інструмент для підготовки і самостійного вивчення матеріалів учнями, які мають змогу взаємодіяти з контентом в рамках освітніх програм. Збільшення кількості друкованої реклами в міських умовах, а також широке використання інтернету спричинили зниження ефективності традиційних плакатів. Дизайнери відповідають на це використанням новітніх технологій і матеріалів. Електронний папір, інтерактивність, інноваційні технології допомагають графічному дизайну залишатися ефективним засобом комунікації. Плакати стали важливим інструментом графічної комунікації в сучасному візуальному просторі, активно застосовуються для передачі інформації в інтернеті та зберігають своє значення як засіб комунікації в динамічному інформаційному середовищі.

Як зазначає дослідник Новіков М., у сучасну епоху стрімко увійшли мультимедійні технології, цифрове мистецтво, VR/AR-арт, нет-арт, інтерактивні та імерсивні форми мистецтва, 3D-арт і творчість на основі штучного інтелекту. І це лише частина широкого спектра здобутків цифрової епохи. Ці інноваційні напрями у мистецтві відповідають актуальним інтересам і потребам сучасної аудиторії. Арт-об'єкти з

елементами доповненої реальності відіграють важливу роль у просуванні міського простору, сучасного мистецтва та творчості молодих митців. Скульптури з AR-компонентом не тільки сприяють формуванню впізнаваного образу міст, але й посилюють їх туристичну привабливість, допомагають брендам та забудовникам вирізнятися серед конкурентів, формують позитивне ставлення споживачів та підкреслюють інноваційний характер компаній, що використовують цифрові інструменти у маркетингових стратегіях. На відміну від віртуальної реальності, доповнена реальність не створює новий світ, а модифікує вже наявний, роблячи його насиченішим і більш інформативним. Завдяки широкій доступності технологія AR впевнено інтегрується в різноманітні сфери суспільного життя [23].

На глобальній сцені інтерактивний плакат також посідає важливе місце в музейних експозиціях, виставках і рекламних кампаніях. У музеях інтерактивні плакати використовуються як частина експозицій, пропонуючи відвідувачам взаємодіяти з артефактами, розширюючи межі досвіду за допомогою доповненої реальності та віртуальної навігації. Наприклад, у великих музеях Європи та Америки інтерактивні плакати дозволяють зануритися в історичний контекст, детальніше вивчити біографію митців, роботи яких представлені у виставкових залах, або дізнатися більше про історію певних епох. Вони використовують технології доповненої реальності, анімацію та інші мультимедійні інструменти, що дозволяють створювати інтерактивний досвід. Користувач, наводячи смартфон на плакат, може бачити додатковий віртуальний контент, що оживляє традиційну графіку, надаючи їй нового значення. Використання таких технологій є важливим елементом інтерактивного мистецтва, що дозволяє митцям і дизайнерам створювати глибші зв'язки з аудиторією. Інтерактивні плакати використовуються в рекламі завдяки можливості залучати користувачів до взаємодії, що значно підвищує їх ефективність і вражаючу силу. Вони можуть містити елементи

гри, розіграші призів або іншу інформацію, яка залучає глядачів і підсилює комунікацію брендів з клієнтами. Це допомагає компаніям не лише виділитися серед конкурентів, але і створює новий досвід споживача, який є надзвичайно актуальним у сучасному світі, де користувачі все більше очікують інновацій та персоналізації від рекламних медіа [23].

Українське сучасне мистецтво активно використовує інтерактивні форми для привернення уваги до соціальних, культурних та політичних питань. Інтерактивний плакат у цьому контексті став інструментом для створення культурного діалогу. Оскільки плакат залишається одним із найбільш поширених та доступних медіа, інтерактивність дозволяє робити його ще більш помітним і важливим для суспільства. У світі цифрової культури інтерактивний плакат став своєрідним містком між художниками та глядачами, дозволяючи їм не просто спостерігати, але й активно взаємодіяти з мистецтвом. В Україні інтерактивні плакати використовуються для популяризації культурної ідентичності, підкреслення важливих суспільних проблем, таких як екологія, права людини, соціальна справедливість чи війна. З початком війни глобальна цивілізована спільнота не залишилася осторонь подій в Україні. Українські та міжнародні дизайнери трансливали світу безмовне прохання про допомогу, де слова замінювались символами. Сучасний плакат, зокрема інтерактивний, доніс світові реальність того, що відбувається в Україні від моменту вторгнення російських військ. Проблематика війни існувала в українському інформаційному просторі з 2014 року, однак з повномасштабним вторгненням вона вийшла на перший план у графічному дизайні. Багато хто долучився до інформаційного спротиву, висловлюючи правду через мистецтво. Плакати стали засобом боротьби і демонстрації української незламності. Сучасні українські плакати промовляють яскраво і зрозуміло, спонукаючи до дій. Окрім нових візуальних прийомів, важливим аспектом стало розділення інформаційних приводів, які формують емоційний фон і підсилюють дієвість плаката. Інфоприводи

можна поділити на закликальні (направлені на мотивацію до дій), сатиричні (покликані висміювати агресора і піднімати настрій), патріотичні тощо. Плакат у часи реальної та інформаційної війни став потужним засобом впливу на суспільну свідомість, джерелом інформації, яку має отримати спільнота; він перетворився на комунікаційний інструмент із власними візуальними засобами, символікою і об'єднуючою ідеєю, яка резонує зі світом [6].

Також, інтерактивні плакати є важливими інструментами комунікації у суспільних кампаніях, спрямованих на освіту і зміну соціальних установок. Наприклад, використання QR-кодів на плакатах дозволяє перетворити традиційний рекламний носій на інтерактивний простір, де кожен охочий може отримати більше інформації або навіть зробити благодійний внесок у режимі реального часу. Інтерактивні плакати розвинули творчі підходи українських дизайнерів, розширивши межі традиційного графічного дизайну. Українські митці використовують нові форми і технології, аби створити не просто візуальні роботи, а справжні медіа-витвори, які можна досліджувати, занурюючись у доповнену реальність або переглядаючи інтерактивні зображення на мобільних пристроях. Це створює нову динаміку в комунікації з глядачами, сприяє створенню інноваційних культурних продуктів і піднімає рівень національного мистецтва на світову арену. Значний вплив на суспільство інтерактивний плакат має завдяки своїй здатності залучати аудиторію до спільного досвіду та змінювати традиційне уявлення про комунікацію. Такі плакати можуть транслювати важливі соціальні меседжі, залучаючи людей до участі у різноманітних кампаніях і проєктах, підвищуючи громадську обізнаність щодо певних тем. Це особливо актуально для соціальної реклами, де інтерактивність дає можливість швидше досягати цільової аудиторії і робити її частиною соціальних змін.

Висновки до розділу 1

1. У першому розділі було розглянуто історичні етапи становлення та розвитку плаката як самостійного виду графічного мистецтва. Встановлено, що плакат, виникнувши на перетині образотворчого мистецтва й комунікації, з самого початку виконував функцію візуального інформування, поєднуючи текст і зображення для передачі змісту. Його розвиток нерозривно пов'язаний із технічними новаціями — від винайдення друкарства до появи цифрових технологій, що забезпечили швидкість, масовість і візуальну привабливість розповсюдження інформації.

2. Досліджено, що плакатна графіка еволюціонувала відповідно до соціальних, політичних та культурних змін у світі. Кожна епоха — від модерну і авангарду до постмодернізму — формувала нові стильові та функціональні особливості плаката. Особливе місце займає український плакат, розвиток якого пройшов складний шлях — від пропагандистських та ідеологічних форм радянського періоду до різноманіття сучасних комерційних, екологічних та цифрових форматів. Незважаючи на обмежену теоретичну базу та складні історичні умови, український плакат зберіг свою самобутність та адаптувався до вимог часу.

3. З'ясовано перетворення сучасного плакату на динамічний інструмент візуальної комунікації, здатний оперативно реагувати на суспільні події. Його цифрові форми, зокрема інтерактивні плакати, демонструють новий рівень взаємодії з глядачем та підсилюють роль графічного дизайну в інформаційному просторі.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ІНТЕРАКТИВНОГО ПЛАКАТУ ЯК ВИДУ СУЧАСНОГО ПЛАКАТУ

2.1. Художньо-композиційні особливості у створенні плакату

Описуючи сучасний підхід до створення плакатів, варто зазначити, що першим важливим етапом у розробці структури роботи над постером є виокремлення виразних художніх засобів, які стають основою візуального впливу, а саме композиційних методів. Композиція у будь-якому виді художнього мистецтва - живопис, скульптура, а особливо дизайн - завжди була й залишається однією з ключових як у теоретичному, так і в практичному вимірах. Це поняття охоплює значний спектр процесів, пов'язаних із створенням образів. Вона виступає фундаментом побудови художнього задуму, живить творчі концепції та визначає методологічні підходи до реалізації ідей. Значна кількість як теоретиків, так і практиків, серед яких — митці та дослідники, присвятили увагу вивченню композиції в дизайні, зокрема плакату.

Звертаючись до практики й теорії композиції, варто акцентувати на тих елементах, які, з одного боку, надають твору характерних властивостей (наприклад, симетрії чи динаміки), а з іншого — виступають засобами художньої мови у створенні візуального образу (масштаб, пропорції, ритм, тон, колір, контраст тощо). Найпростішою формою побудови композиції є симетрія, що часто зустрічається в плакатному мистецтві. Така побудова вважається класичною і передбачає рівновагу однакових візуальних елементів відносно центральної осі — переважно вертикальної, яка розділяє площину на дві дзеркальні половини. Також іноді застосовується горизонтальна симетрія, де основа рівноваги лежить між верхньою і нижньою частинами. Протилежністю симетрії виступає асиметрія — більш складний принцип, що забезпечує зорову врівноваженість нерівних компонентів композиції. У таких випадках замість осі симетрії діє уявна

вісь рівноваги. Якщо симетрична композиція передає спокій та статику, то асиметрія активізує зображення, надаючи йому динаміки, контрастності й ритмічної напруги. Цей підхід був широко поширений серед художників-конструктивістів у 1920–1930-х роках і досі активно використовується. Асиметрія дозволяє урізноманітнити композицію: наприклад, розмістивши зображення лише з одного боку аркуша, можна врівноважити композицію написом або кольоровим акцентом з іншого. Важливо пам'ятати, що ефективність композиції не залежить лише від вибору симетрії чи асиметрії — кожна з них має свої переваги і виклики. Зокрема, асиметричне компонування потребує тонкого відчуття гармонії та балансу.

Серед ключових елементів композиції також вирізняється ритм. Саме слово «ритм» походить з грецької і означає «течія», що підкреслює його зв'язок із рухом. Ритмічні закономірності властиві як природі, так і людській діяльності: вони проявляються у мові, музиці, орнаменті, архітектурі, друкованих виданнях. Ритм поділяють на простий або метричний (повторення однакових елементів) і складний (чергування різних форм, підпорядкованих певним закономірностям зростання чи зменшення). Саме складний ритм забезпечує динаміку та внутрішню напругу зображення, акцентує увагу на головному, сприяє структурованості композиції. Сам по собі ритм не працює ізольовано, він набирає сили у поєднанні з іншими композиційними прийомами. Яскравим прикладом простого ритму є повторення літер у написах, тоді як складні ритмічні акценти досягаються за рахунок контрастів у кольорі, розмірі чи формі.

Контраст, у свою чергу, є одним із найдієвіших прийомів художнього впливу. Він ґрунтується на поєднанні елементів, протилежних за своїми властивостями: світлого і темного, великого і малого, теплого і холодного, тощо. Контраст посилює емоційне враження, створює напругу, підкреслює змістові акценти композиції. Ще одним важливим поняттям у побудові цілісного візуального образу є пропорція - гармонійне співвідношення

частин та цілого. Вона охоплює не лише формат плаката чи розмір шрифту, але й співвідношення об'єктів на площині. Із пропорцією тісно пов'язаний масштаб - показник значущості елемента в композиції. Він не завжди визначається фізичним розміром, навіть невеликий плакат може виглядати масштабним завдяки вдало знайденому композиційному рішенню.

Колір - надзвичайно важливий виразовий засіб у плакаті. Завдяки своїм візуальним і семіотичним властивостям, він здатен виділити плакат серед інших, підсилити образність, створити настрій. Часто використовується обмежена палітра — монохромні чи тональні рішення, які, залежно від задуму, можуть бути не менш ефективними, ніж кольорові. Наприклад, плакат, виконаний у чорному кольорі для виставки графіки або фотографії, може глибше розкрити зміст експозиції та передати характер творчості автора.

Побудова гармонійної й цілісної композиції плаката можлива лише за умови комплексного і продуманого застосування всіх її складових. Водночас не завжди можливо врахувати всі принципи в одному творі, тому вибір найбільш доцільних засобів і рішень має здійснюватися індивідуально, залежно від цілей, змісту та специфіки кожного конкретного проєкту.[27]

Метод проєктування плаката має відповідати потребам дизайнера та сприяти розвитку професійних навичок. Плакати класифікують за типами — шрифтові, змішані (текст і зображення), суто графічні — та за видами: соціальні (у тому числі політичні, екологічні), рекламні, культурологічні (афіші, театральні, кіно) і навчально-інструктивні. Вид плаката визначається його функцією. Водночас у межах сучасної дизайн-освіти формується ще одна — тренувальна функція плаката, спрямована на розвиток креативного мислення. Ключовою складовою процесу створення плаката є дослідження теми — контексту, в якому працює автор. Це дослідження дає змогу вибудувати чіткі візуальні рішення, а також

уникнути поверхневості у висловленні. Завдання плаката — привернути увагу глядача і чітко донести змістове повідомлення.

Сьогодні плакат все частіше перетворюється на форму візуального діалогу — з'являються плакати-рефлексії та плакати-питання, що потребують глибокого осмислення від підготовленої аудиторії. У цьому контексті роль дизайнера виходить за межі простої візуальної розробки — він постає стратегом, дослідником і комунікатором. Завдання дизайнера змінюється з “продукування об'єкта” на “створення процесу”, що вимагає знань не лише в царині мистецтва, але й у сфері соціальних наук, аналізу поведінки та критичного мислення [1].

У сучасному дизайні плакату ключову роль відіграє грамотне застосування композиційних засобів, таких як симетрія, асиметрія, ритм, контраст, пропорції, масштаб і колір, що у комплексі формують цілісний візуальний образ. Створення ефективного плаката вимагає не лише технічної майстерності, а й глибокого розуміння змісту, контексту й мети комунікації. Плакат сьогодні перестає бути лише інструментом передачі інформації — він стає формою інтелектуального діалогу, засобом вираження ідей та рефлексій. Відтак, сучасний дизайнер виступає не просто творцем візуального продукту, а мислителем і стратегом, який поєднує мистецькі, соціальні та аналітичні підходи у процесі формування актуального візуального висловлювання.

2.2. Особливості дизайну односторінкового сайту

Інтерактивний плакат із QR-кодом є прикладом синтезу графічного дизайну із веб-дизайном, де друкована форма не лише інформує, а й виконує функцію навігаційного елементу, спрямовуючи користувача до цифрового середовища. Перехід від статичного зображення до інтернет сайту вимагає особливої уваги до дизайнерських рішень, які забезпечують візуальну цілісність, зручність користування та відповідність змісту.

На початку XXI століття спостерігалось повернення до практики

створення максимально функціональних веб-сайтів, позбавлених надмірної візуальної складності. Ця тенденція була зумовлена кількома факторами. Зокрема, стало очевидним, що активне використання Flash-технологій у веб-дизайні часто створює значні труднощі для користувачів: сторінки могли не відкриватися або завантажувалися надто повільно. Крім того, Flash-елементи, як правило, не забезпечували естетичного задоволення — навпаки, вони часто виявлялися нав'язливими та дратували користувачів. Багато дизайнерів, захоплені новими можливостями, зловживали Flash, нерідко без належних знань у галузі графічного дизайну, що призводило до появи візуально хаотичних сайтів із миготливими та рухомими елементами, які не формували гармонійного візуального досвіду. Додатковим чинником стала криза доткомів наприкінці 1990-х років, а також глобальна фінансова криза, що змусили багато організацій скоротити витрати на створення індивідуалізованих веб-рішень із дорогими естетичними ефектами. Унаслідок цього зріс інтерес до економніших альтернатив, таких як шаблонні макети, які передбачали мінімальне використання декоративних елементів, особливо в контексті інформаційних і презентаційних сайтів як державного, так і приватного сектору.

Питання доцільності використання додаткових естетичних елементів — таких як відеофрагменти, Flash-анімація чи візуально привабливі зображення — залишається відкритим і часто є предметом дискусій. Доцільність таких візуальних засобів повинна визначатися залежно від характеру веб-сайту, його цільової аудиторії, типу контенту та призначення інформації. Із моменту активного розвитку веб-простору на початку 1990-х років співвідношення між функціональністю веб-ресурсів і їхньою естетичною складовою стало важливою темою обговорення серед науковців і практиків у галузі дизайну та цифрових медіа.

Як сьогодні очікується, що кожна сучасна людина має бути обізнана з базовими ІТ-технологіями, так само від веб-дизайнерів вимагається не

тільки розуміння функціональної побудови інтерфейсів, але й вміння ефективно комунікувати через візуальні, емоційні та художні засоби. У наш час технічна справність і зручність сприймаються як щось очевидне, — користувачі вже не оцінюють сайт за тим, чи працює він, бо це є стандартом. Натомість, увага зміщується до візуального сприйняття та емоційного контакту.

Зосередження на візуальних засобах є актуальним не лише в рекламних або культурних практиках, а й у будь-яких формах професійного цифрового спілкування. Саме тому при створенні веб-дизайну необхідно усвідомлювати роль естетичних елементів. Естетика веб-сайту формує уявлення про організацію або особу, яка стоїть за ресурсом. Кожен сайт - це комунікативний простір, і всі його елементи, від мови до графіки, впливають на сприйняття джерела інформації. Візуальні ефекти можуть значно покращити зручність користування, підтримуючи навігацію і взаємодію на сайті. Естетика має бути адаптована до формату сайту. Наприклад, розважальні платформи мають пропонувати яскраві візуальні враження, тоді як інформаційні — концентруватися на простоті й ефективності. Сайти для молодіжної аудиторії повинні відповідати актуальним візуальним трендам, тоді як ресурси для старшої публіки — будуватися на інших принципах подачі. Найуспішнішими можна вважати ті веб-сайти, де дизайнер врахував усі аспекти. Навіть сайти, головна мета яких — донести інформацію, повинні передавати естетичний настрій організації.

У більшості випадків пріоритет у веб-дизайні надається саме функціональності, тоді як естетика виступає як додатковий елемент. Це особливо характерно для сайтів, які обслуговують банки, державні установи або освітні структури. Проте навіть у цій категорії сайтів існує великий потенціал для вдосконалення за рахунок продуманих візуальних рішень, які сприяють навігації та засвоєнню контенту. Тут графічний та стилістичний дизайн повинен бути налаштований згідно з конкретними

очікуваннями користувачів і цілями установи.

Такі приклади, як сайти художніх музеїв або компаній, що займаються дизайном, демонструють, що навіть зручність користування має поєднуватися з естетичною презентацією. У таких випадках графіка, стиль і візуальні ефекти мають стратегічне значення.

Успішний веб-дизайн в умінні знайти баланс між функціональністю й естетикою, відповідно до запитів цільової аудиторії, специфіки ресурсу та іміджу, який хоче сформувати власник сайту.

Сучасний веб-простір вирізняється високою динамічністю та постійними трансформаціями. У зв'язку зі зростанням значення візуального сприйняття та потреби у зручності користування, фахівці у сфері веб-дизайну стикаються з викликом — створенням ефективних лендінг-сторінок, які будуть однаково зручними на різних пристроях і в різноманітних умовах користування [35].

Лендінг або односторінковий сайт – це сайт з чіткою цільовою дією. У сучасному цифровому просторі односторінкові сайти посідають особливе місце серед різновидів веб-ресурсів завдяки своїй компактності, візуальній цілісності та здатності концентрувати увагу користувача на ключовій інформації. Головним завданням при створенні таких сайтів є саме дизайн як засіб формування ефективної комунікації, емоційного контакту з аудиторією та виразного візуального образу. Дизайнер, виступаючи як автор візуального наративу, виконує стратегічну роль у побудові структури та візуального навантаження сайту. Основними завданнями дизайнера є формування логіки скролінгу, визначення акцентів, ієрархії інформації, створення цілісного стилістичного рішення та забезпечення зручності користування. Наприклад, щоб зареєструватись за онлайн-курс, купити товар, олянути сайт-візитівку чи заповнити форму зворотного зв'язку. Такий формат особливо ефективний для презентації окремого продукту, послуги чи особистості, зокрема у сфері культурних та мистецьких проєктів, презентації творчих проєктів та портфоліо,

просування послуг, продуктів або персонального бренду. Основна мета лендінгу — стимулювати відвідувача зробити саме цю конкретну дію.

Адаптивний дизайн та оптимізація лендінгів є ключовими аспектами побудови ефективної цифрової присутності. Ці підходи взаємодіють між собою, забезпечуючи створення користувацько-орієнтованих сайтів, які відповідають сучасним вимогам доступності, зручності та швидкодії. Адаптивний підхід полягає у розробці веб-сторінок, що коректно відображаються на будь-яких пристроях — від мобільних телефонів до планшетів і стаціонарних комп'ютерів. Це дозволяє забезпечити безперешкодний доступ до інформації незалежно від розміру екрана та сприяє залученню нових користувачів. Оптимізація лендінгів, у свою чергу, передбачає удосконалення окремих елементів сторінки задля підвищення їхньої ефективності. Сюди входить оптимізація структури, текстового і графічного контенту, а також впровадження інтерактивних елементів, які сприяють утриманню уваги відвідувачів і формуванню довіри до запропонованого продукту чи послуги. Процес створення лендінг-сторінки є складним і вимагає врахування багатьох аспектів, зокрема технічних, візуальних і поведінкових характеристик цільової аудиторії. Основна мета — забезпечити комфортну взаємодію користувача зі сторінкою незалежно від типу пристрою чи умов доступу.

Слід враховувати, що реалізація адаптивного дизайну і глибока оптимізація лендінгів вимагають системного підходу, регулярного тестування, аналітики та корекції. Це постійний процес, що передбачає гнучке реагування на зміни у поведінці користувачів та технологічному середовищі.

Поєднання адаптивного дизайну та оптимізованого контенту дозволяє створювати лендінг-сторінки, які не лише задовольняють функціональні вимоги, але й формують позитивний користувацький досвід. Саме тому ці методи стали базовими у сучасному веб-дизайні та залишаються запорукою цифрового успіху в умовах зростаючої конкуренції.[33]

Односторінковий сайт вирізняється лаконічною структурою та скролінговим способом подання інформації — усі ключові блоки розміщені на одній сторінці, без потреби переходити на додаткові підсторінки. Завдяки цьому користувач швидко орієнтується в змісті та не відволікається від головної мети. Такий формат забезпечує високу концентрацію уваги та зручність у сприйнятті інформації, а також добре адаптується до мобільних пристроїв. У дизайні односторінкового сайту велика увага приділяється візуальній цілісності, плавним переходам між блоками, інтерактивним елементам і логічному розташуванню контенту, що сприяє підвищенню ефективності комунікації з користувачем. Ефективний лендінг повинен містити візуальний контент, який емоційно зацікавлює відвідувача, короткі інформативні тексти з іконографічним супроводом, яскравий заголовок, що одразу окреслює цінність запропонованого контенту, а також чітку пропозицію з акцентом на її унікальні переваги. Завершальним компонентом є заклик до дії — наприклад, «Переглянути роботи художника», «Дізнатись більше про творчість», або «Зануритись в мистецтво». Усі ці складові мають бути адаптовані до цільової аудиторії та жанру, забезпечуючи баланс між естетикою, змістом і зручністю використання.

Однією з основних особливостей односторінкового сайту є його вертикальна структура, яка імітує послідовне «перегортання» сторінок у межах однієї візуальної площини. Це зумовлює необхідність чіткої інформаційної архітектури: розташування контенту має підпорядковуватись логіці поступового ознайомлення користувача з темою, переходу від загального до конкретного, або навпаки — за принципом емоційного впливу, де головний акцент ставиться вже в першому екрані. Сайт зазвичай починається з першого екрану, що містить головне повідомлення, зображення або короткий опис. Його візуальна виразність та емоційна сила мають вирішальне значення, оскільки саме він формує перше враження і визначає, чи залишиться користувач на сайті.

Дизайн односторінкового сайту потребує особливої уваги до композиційної послідовності блоків. Успішний макет — це поєднання графічних і текстових елементів, об'єднаних у логічні візуальні блоки, кожен з яких повинен виконувати певну функцію: інформувати, переконувати, спонукати до взаємодії. При цьому важливо дотримуватись ритміки: чергування великих і малих за обсягом блоків, використання вільного простору, кольору, типографіки та ілюстрацій або фотографій для формування візуальної динаміки. Односторінкові сайти часто використовують анімацію та мікровзаємодії, щоб підсилити користувацький досвід та уникнути монотонності візуального сприйняття.

Ще однією ключовою особливістю є мобільна адаптивність. Оскільки значна частина трафіку на подібні сайти надходить саме з мобільних пристроїв, дизайнер повинен передбачити варіативність відображення контенту на різних екранах, оптимізувати типографіку, розміщення елементів та навігацію. Через відсутність традиційного меню, яке притаманне багатосторінковим сайтам, навігація в односторінкових рішеннях має бути інтуїтивно зрозумілою -наприклад, через якірні посилання або фіксовану панель прокрутки, яку легко реалізувати засобами дизайну без складного програмування.

Окрему увагу варто приділити візуальному стилю та айдентиці. Потрібно враховувати загальний наратив сайту, його тематику, естетику цільової аудиторії, а також культурний або соціальний контекст. Односторінковий сайт у сфері культури, зокрема присвячений художнику, має не лише інформувати, а й бути візуально автентичним, гнучким до інтерпретацій. Для цього використовуються оригінальні колористичні рішення, нестандартні сітки, інтерактивні елементи або гіперпосилання на зовнішні ресурси.

Важливо наголосити, що створення односторінкового сайту — це завжди компроміс між візуальною насиченістю та мінімалізмом, естетикою та функціональністю. Занадто велика кількість елементів може

перевантажити користувача, тоді як надмірна простота — знизити емоційний вплив. Саме тому важливо вміти працювати з обмеженнями: кількістю блоків, обсягом тексту, кольорами, таймінгом взаємодій тощо. Створення односторінкового сайту — це повноцінний процес проєктування візуального середовища, в якому дизайнер виступає ключовим суб'єктом. Його завдання — не просто оформити контент, а перетворити його на цілісну, переконливу історію, яка веде користувача від знайомства до дії. Успішний односторінковий сайт — це завжди результат ретельно продуманої візуальної стратегії, що спирається на принципи композиції, айдентики та зручності.

2.3. Концепція інтерактивних плакатів: загальна структура та ідея

У період становлення незалежної України відбулися глибокі суспільно-культурні зміни, які кардинально трансформували художнє життя країни. Ці зрушення спричинили появу нових викликів, серед яких особливої актуальності набула проблема самовизначення українського мистецтва в умовах глобалізованого світу. Вітчизняним митцям довелося шукати своє місце в широкому міжнародному культурному контексті, переосмислювати національну ідентичність та водночас інтегруватися у світовий художній процес. У цей період сформувалося нове покоління митців, які володіли сучасними мистецькими засобами, орієнтувалися у новітніх технологіях і не боялися експериментів. Завдяки їхній діяльності почали змінюватися застарілі уявлення про природу мистецтва, його соціальні функції та візуальні форми. Вони відкрили нові шляхи для розвитку художньої культури, сприяючи формуванню більш відкритого, осмисленого та актуального мистецького середовища.

На сучасному етапі розвитку українське образотворче мистецтво виконує важливу роль у формуванні позитивного образу держави на міжнародній арені. Воно стає не лише віддзеркаленням суспільних змін,

політичних викликів і культурного багатства нації, а й потужним інструментом міжнародної комунікації. Через сучасне мистецтво Україна постає як демократична, інноваційна, креативна та інтелектуально розвинена країна.

Особливої уваги заслуговує необхідність активного поширення українського мистецтва у світі та підтримки національних художників. Популяризація творчості українських митців — це не лише спосіб збереження та розвитку національної культури, але й важлива стратегія культурної дипломатії. Важливо створювати платформи для міжнародних обмінів, проводити виставки, фестивалі, резиденції та використовувати цифрові технології для просування українського мистецтва за кордоном. Це сприятиме кращому розумінню нашої культури в світі, підвищить авторитет українських художників та забезпечить їхню присутність у глобальному культурному діалозі. Таким чином, сучасне мистецтво України — це не лише засіб самовираження митців, а й потужна соціокультурна сила, здатна змінювати уявлення про країну та зміцнювати її позиції у світовому культурному просторі.

Концепція інтерактивних плакатів присвячених сучасним українським художникам, полягає в поширенні культурної ідентичності та популяризації українського мистецтва. Плакати створені з метою інформування глядача про творчість Івана Марчука, Олександра Ройтбурда та Марини Скугарєвої. Завдяки використанню інтерактивних елементів, зокрема QR-кодів, плакати забезпечують перехід до сайтів, створених індивідуально для кожного з художників, де представлено розширену інформацію, а також фотографії їх робіт, що збагачують загальне сприйняття.

Інтерактивні плакати є також інструментом розширення культурних горизонтів, дозволяючи поглиблено ознайомитися з творчістю митців, які зробили значний внесок у формування образу сучасного українського мистецтва. Представлення їхніх робіт у такому форматі сприяє

формуванню більшого інтересу до української художньої традиції, підтримує її репрезентацію як у національному, так і в міжнародному контексті. Це важливий засіб поширення національної культури, підвищення її впізнаваності та збереження у критичні історичні моменти. Інтерактивний плакат об'єднує в собі функції естетичного об'єкта, освітнього ресурсу та засобу культурної просвіти. Основна мета інтерактивного плакату – посилення залучення аудиторії та створення більшої емоційної прив'язаності до інформації чи мистецького посилу. Інтерактивні плакати, присвячені творчості сучасних українських художників базуються на глибокому зануренні глядача в унікальний світ видатних митців. Мета плакату — не лише ознайомити аудиторію з їх творчістю, але й надати можливість відчувати індивідуальність художників, їх неповторний стиль, глибокий філософський підхід і розуміння мистецтва. Ці плакати мають на меті надати інтерактивний досвід, що допоможе користувачам ближче познайомитися з митцями та їх впливом на сучасне мистецтво України й світу.

Головна ідея плакатів полягає не лише у створенні візуального контакту між глядачем і мистецтвом, а й у забезпеченні глибокої інтелектуальної взаємодії. У цьому контексті інтерактивний плакат виступає як інтерфейс, що поєднує друковану візуальну форму з можливостями сайту. Він дозволяє не лише оцінити зовнішню естетику художніх творів, але й отримати доступ до змістовної інформації, яка сприяє розумінню художнього задуму, культурного й історичного контексту та особистості митця. Такий підхід не тільки збагачує досвід сприйняття, а й формує новий рівень зацікавленості глядача у вітчизняному мистецтві.

Особливої ваги ця концепція набуває в умовах сьогодення, коли поширення національної ідентичності та культурних цінностей стає вкрай важливим. Інтерактивні плакати стають не просто засобом інформування, а своєрідною формою зміцнення національного духу, поширення

українського мистецтва в публічному просторі та підтримці інтересу до власної культури в умовах інформаційної боротьби. Крім того, вони сприяють збереженню пам'яті про визначних митців і їхній внесок у національну культуру, що є надзвичайно важливим для майбутнього покоління. Таким чином, інтерактивні плакати виступають як ефективний механізм у системі збереження та поширення культурної спадщини. Їх застосування дозволяє забезпечити безперервність культурної комунікації, навіть в умовах соціальних і політичних потрясінь. У сучасному інформаційному середовищі, де важливою стає здатність до швидкого доступу та обробки інформації, поєднання традиційного графічного дизайну з цифровими технологіями відкриває нові можливості для культурної освіти.

Висновки до розділу 2

1. У другому розділі було розглянуто особливості дизайну інтерактивного плакату як форми сучасного візуального мистецтва, що перебуває на межі між традиційною графікою і цифровими технологіями. Аналіз охопив три важливі аспекти: художньо-композиційні принципи створення плакату, специфіку односторінкового веб-сайту як цифрового продовження плакатної форми, а також концепцію інтерактивного плакату на прикладі візуальних рішень, присвячених українським художникам.

2. Встановлено, що ефективна композиція формується шляхом грамотного поєднання таких базових категорій, як симетрія й асиметрія, ритм, контраст, масштаб, пропорції та колір. Усі ці елементи не лише забезпечують естетичну привабливість, але й відіграють важливу роль у переданні ідеї, структуруванні змісту та емоційній взаємодії з глядачем. Сучасний підхід до плакатного дизайну передбачає гнучке застосування цих засобів залежно від тематики, контексту й цільової аудиторії. Композиція сьогодні — не лише інструмент візуальної рівноваги, а й мова,

за допомогою якої дизайнер передає меседж, формує настрій і структурує візуальну інформацію.

3. Досліджено специфіку дизайну односторінкового сайту, що виконує функцію логічного цифрового продовження друкованого інтерактивного плакату. Визначено, що при розробці таких сайтів особлива увага має приділятися поєднанню функціональності та візуальної привабливості, простоти навігації та естетичної цілісності. З'ясовано, що сайт, пов'язаний з плакатом, повинен підтримувати його стиль, концепцію, кольорову гаму і візуальну мову, утворюючи з ним єдиний комунікативний простір.

4. Запропоновано практичну реалізацію ідеї інтерактивного плакату, де кожен із трьох створених постерів містив QR-код, що вів на односторінковий сайт про творчість сучасного українського художника. Такий підхід засвідчує високий потенціал синтезу аналогових і цифрових медіа у сфері візуального дизайну. Концепція проєктів показала, що при дотриманні принципів композиції, грамотному використанні типографіки, кольорових рішень та структурованому веб-інтерфейсі, інтерактивний плакат може не лише інформувати, а й зацікавлювати, спонукати до дослідження, поглиблювати враження глядача. Саме завдяки поєднанню друкованої естетики з веб-навігацією вдається розширити межі комунікативної функції плакату, зробити його більш гнучким, актуальним і динамічним.

РОЗДІЛ 3

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ІНТЕРАКТИВНИХ ПЛАКАТІВ

3.1. Розробка дизайну плакатів

Розробка дизайну серії плакатів присвячених творчості українських художників складалась з декількох етапів. Першим етапом для реалізації практичної частини проєкту є визначення проблеми, дослідження її сутності, формулювання ідеї проєкту та визначення цільової аудиторії. Наступний етап передбачає розробку стратегій, що окреслюють способи досягнення мети. Тут важливо врахувати унікальні характеристики кожного типу дизайну та обрати найбільш ефективну стратегію для кожного з них. Після цього проаналізовано та обрано одну концепцію, яка викорисовувалась для подальшої розробки. Вибір концепції задає напрямок роботи, допомагає створити єдиний стиль і спрямовує всі наступні кроки відповідно до обраної концепції. Концепція повинна відповідати потребам цільової аудиторії та сприяти досягненню цілей проєкту.

У процесі розробки дизайну плакатів було проведено попередній аналіз наявних візуальних рішень у сфері графічного дизайну, зокрема плакатного. Було розглянуто приклади як класичних, так і сучасних плакатів, що дозволило визначити актуальні тенденції, типові композиційні прийоми та ефективні засоби візуальної комунікації. Особливу увагу приділено стильовим рішенням, які поєднують інформативність із естетичною виразністю. Аналіз охоплював різні підходи до використання кольору, типографіки, розміщення зображень і тексту, а також рівня деталізації. Такий підхід дав змогу сформуванню обґрунтовану візуальну концепцію власного плаката, що відповідає тематиці проєкту та забезпечує його ефективне сприйняття.

Аналіз плакатів був проведений за наступним алгоритмом: збирання зразків плакатів, визначення цільової аудиторії, аналіз візуальних

характеристик (візуальні елементи, кольорова палітра, композиція, типографіка, використання зображень), оцінка змістового впливу (зміст, текстові повідомлення), а також оцінка якості та ефективності впливу на цільову аудиторію. За результатами аналізу було визначено, які елементи інтерактивних плакатів найбільш успішно працюють з обраною аудиторією і будуть використані при створенні кінцевого дизайн-проєкту.

Концепт дизайну полягає у наступному: кожен плакат складається з текстових блоків з ім'ям художника, а також блоки що містять в собі цитату художника чи про нього у нижній частині плакату. Було використано по одній роботі художника як візуальну частину. Картина навмисно деформована за рахунок обробки, щоб метафорично зобразити багатогранність художника та його роботи, спонукаючи глядача захотіти дізнатись більше та перейти на сайт-візитівку про обраного митця. Всього було створено три плакати: “Іван Марчук” (Додаток Б, рис.Б.1.), “Олександр Ройтбурд” (Додаток Б, рис.Б.2.), “Марина Скугарєва” (Додаток Б, рис.Б.3.).

Після остаточного формулювання ідеї проєкту настає етап опрацювання структури плакатів і підготовки необхідних матеріалів. Якщо у композиції передбачене використання зображення, воно повинно виконувати провідну функцію, привертати увагу з першого погляду та бути чітко впізнаваним. Це саме стосується і текстових елементів — їх розташування має бути продуманим і візуально домінантним. Важливо забезпечити видимість зображення з відстані, тому ключову роль відіграє його виразність та контрастність. Зайва деталізація та велика кількість декоративних елементів можуть ускладнити сприйняття основної ідеї, тому доцільно дотримуватися принципу візуальної лаконічності.

Візуальна ефективність плаката значною мірою залежить від грамотного використання контрасту. Саме завдяки різкій відмінності між зображенням, текстом та фоном формується чітке і виразне візуальне повідомлення. На етапі розробки дизайну необхідно одразу визначити

головні контрастні пари (світлий/темний, теплий/холодний тощо) та систематично перевіряти їхню ефективність у процесі роботи. З цією метою у дизайні плакатів була застосований кольоровий контраст. Це забезпечує візуальну ієрархію та полегшує сприйняття інформації, акцентуючи увагу на ключових елементах композиції.

Основний прийом, який використовується у плакатах – контраст між обробленим зображенням та монохромним текстом. Зробивши інверсійну версію фотографії, що знаходиться на задньому плані, базова виходить на середній план, привертаючи до себе увагу. За рахунок фільтру, на передньому плані фотографія також міняє свій тон та колір, роблячи фон для тексту з ім'ям автора. Найвиразнішим елементом плакату є саме ця текстова частина в поєднанні з яскравим фоном. Цей контраст створює цікавий ефект, що привертає увагу глядача. Основна композиційна маса була розміщена згори, щоб залишити місце для QR-коду (інтерактивного елемента плакату). Таким чином, було створено “рамку” для роботи художника. Для QR-коду також було створено рамку монохромного кольору, щоб він був відділений від основної композиції та спонукав до взаємодії з ним. Під фотографіями розміщено цитату, що напряму стосується митця, як невелика частина біографії, що заохочує глядача не лише споглядати картинки, а і дізнатись більше про життєпис художника. Цитата розміщена таким чином, щоб імітувати опис роботи, що зазвичай представлений на художніх виставках у музеях чи галереях. У плакатах представлені такі роботи: “Абстрактна композиція”, Іван Марчук, 1995; “Оп’яніння Ноя”, Олександр Ройтбурд, 1988; “Вечірній Київ”, Марина Скугарєва, 1989.

3.2. Створення дизайну сайтів для інтерактивних плакатів та композиційні рішення

Односторінкові сайти-візитівки, присвячені творчості сучасних українських художників, є частиною проєкту. Завдяки QR-коду на плакаті

глядач отримує доступ до сайту задля глибшого вивчення творчості митця, де візуальний контент об'єднано з інформацією.

Сайт-візитівка має на меті забезпечити глядачам можливість ознайомитися з творчістю художників більш детально, ніж це можливо в рамках плаката. Вони створені як своєрідний віртуальний простір, де можна побачити художні роботи, прочитати про художника та перейти на сторінку з більш детальнішою інформацією. Завдяки односторінковій структурі сайт лишається зручним для навігації, а всі необхідні елементи, від біографії митця до його картин, доступні користувачеві в межах одного екрану.

Процес створення односторінкового сайту передбачає системний підхід до реалізації дизайнерського задуму. Першим етапом є визначення цілей і завдань проєкту: встановлюється, для чого створюється сайт, яку інформацію він має донести до користувача, якою є його головна функція — інформативна, презентаційна, рекламна тощо. Важливим аспектом цього етапу є окреслення цільової аудиторії, її запитів, потреб і способів сприйняття інформації. Одночасно проводиться аналіз аналогічних сайтів (конкурентів) задля вивчення візуальних та функціональних рішень, які вже використовуються в сучасній практиці. Сайти, присвячені сучасним українським художникам мають формат сайтів-візитівок, основне завдання яких — представити митця у зрозумілому, лаконічному та візуально привабливому вигляді. У процесі визначення цілей проєкту важливо зосередитися на репрезентації художника як окремої творчої одиниці, підкреслити його індивідуальний стиль, тематику робіт, а також окреслити його місце в контексті сучасного українського мистецтва. Сайт має не лише інформувати, але й виконувати комунікативну функцію — встановлювати контакт між митцем та потенційною аудиторією. Враховуючи стислість структури односторінкового сайту, необхідно чітко продумати композицію подання інформації: поєднання текстових і візуальних елементів має бути збалансованим, логічним та естетично

вивіреном. У цьому контексті важливим є також добір контенту: актуальні репродукції творів, стислий опис художнього методу, біографічні дані, посилання на джерела або інші платформи. Таким чином, уже на етапі формування завдань слід враховувати не лише загальні вимоги до сайту, а й специфіку презентації мистецького контенту в цифровому середовищі.

Другим етапом є збір і підготовка контенту — як текстового, так і візуального. Структура інформації має бути логічною, стислою, але змістовною: текстовий матеріал повинен передавати основну ідею, а зображення та мультимедійні елементи — підсилювати її. Було обрано репрезентативні візуальні зразки творчості, біографічні дані, цитати, фрагменти інтерв'ю.

Наступним кроком є розробка структури сайту у вигляді інформаційної схеми або прототипу. Односторінковий сайт передбачає вертикальну навігацію, тому важливо грамотно сформувати логіку розташування блоків, які включають основну інформацію, цитати, галерею робіт й завершальну секцію з посиланнями. Прототип дає змогу протестувати зручність користування сайтом, послідовність подачі контенту та відповідність композиційної побудови завданню проєкту. Так як сайти про сучасних українських художників є саме сайтами-візитівками, було обрано наступну структуру: згори лендінгу (на першому екрані) знаходиться ім'я та цитата художника (чи про нього), коротка біографія та робота митця, що попередньо була використана в дизайні плакату. Нижче розташована міні-галерея з картинами і з самого низу сайту, у вигляді футера, були створені кнопки “Дізнайся більше” з посиланням на сторінку Вікіпедії про обраного художника, а також кнопки, що дають змогу глядачам переглянути два інших створених сайти. Дана структура дає змогу аудиторії послідовно познайомитись з творчістю та біографією митців.

Четвертим етапом є розробка візуального дизайну. Визначається кольорова палітра, типографіка, композиційні прийоми, стиль оформлення

елементів інтерфейсу. Важливим є забезпечення візуальної гармонії, адаптивності сайту під різні екрани та узгодженості між змістовою і візуальною частинами. Було обрано мінімалістичний стиль у створенні дизайну, що відгукується з дизайном попередньо створених плакатів. Візуальні елементи на плакатах були розташовані на чорному тлі, тому фоновим кольором сайтів було обрано саме чорний, але тільки на головному екрані. Використано мінімальну кількість графічних елементів. Білі полоси окреслюють композицію сайту, проте, без надмірності. Коли глядач гортає сторінку сайту, фон міняється на роботу художника, попередньо використану у плакаті. Зображення картини є розмитим, щоб не порушувати контраст та загальну структуру. Кольорова палітра є монохромною, якщо не враховувати зображення картин. Було використано шрифт Segoe UI задля збереження мінімалістичного концепту. Роботи художника, розташовані під його біографією, представлені у вигляді стрічки. Тобто глядач може горизонтально гортати сторінку, щоб оглянути три обрані картини. Нижче, знаходиться кнопка, що перекидає користувача з сайту-візитівки, на статтю, присвячену художнику. З самого низу знаходяться два посилання, у вигляді футеру, щоб глядач мав змогу дізнатись про всіх трьох митців. Було створено три сайти, а також три мобільні адаптації. У версіях для телефону, кнопка “Дізнатися більше” була змінена на округлу, щоб користувачу було зручніше натиснути на неї. Такі дизайнерські рішення були зроблені задля збереження одного графічного стилю, що об’єднує плакати та сайти, роблячи їх одним нерозривним проєктом – інтерактивними плакатами.

Створення дизайну односторінкового сайту є дизайнерською процедурою, а комплексним процесом, що поєднує дослідницьку та візуальну складові. Сайт-візитівка служить не лише доповненням до інтерактивного плакату, але й атономним ресурсом для глибшого знайомства з творчістю художника. Завдяки йому глядачі можуть з легкістю зрозуміти його значущість для українського та світового

мистецтва, і, можливо, навіть надихнутися на подальше вивчення його робіт та культурної спадщини України.

Односторінкові сайти-візитівки, присвячені творчості сучасних українських художників, виконує роль не лише інформаційного ресурсу, але й потужного інструменту залучення аудиторії до мистецтва. Завдяки інтеграції сайту в інтерактивний плакат через QR-код, глядач отримує доступ до глибшого розуміння філософії та унікального стилю митців, що сприяє формуванню цілісного враження про їх творчість.. У результаті сайти можуть стати не лише доповненням до інтерактивних плакатів, а й самостійним ресурсом, що сприяє глибшому пізнанню художників, їх мистецтва та впливу на культурну спадщину України. Вони слугуватимуть натхненням для подальшого дослідження робіт і заохочуватимуть до ширшого сприйняття сучасного українського мистецтва (Додаток Б, рис.Б.6., рис.Б.7., рис.Б.8., рис.Б.9.).

3.3. Інструменти та ресурси для створення візуальної частини та інтерактивних елементів плакату

Створення інтерактивного плакату вимагає продуманого поєднання графічного дизайну, інтерактивних елементів та динамічного контенту. Adobe Illustrator та Adobe Photoshop та Figma є ідеальними інструментами для цього завдання, оскільки дозволяють створювати високоякісні графічні елементи та дизайни сайтів.

Почнемо з серії плакатів. Розглянемо плакат присвячений творчості Марини Скугарєвої, так як усі вони були створені за одним принципом. Після завершення ескізу та концепту можна перейти до створення візуальної частини в Adobe Photoshop. У Photoshop інтегруються растрові зображення, текстури, які додають об'єму та глибини плакату. За основу було взято роботу художниці "Вечірній Київ", 1989. Створивши чорне тло у форматі А3 за основу, на нього було розміщено оригінал роботи, та роботу в інверсії, що була зроблена за допомогою інструменту Invert.

Після цього було додано прямокутник червоного кольору на передній план із ефектом накладення Vivid Light (рис. 3.1.).

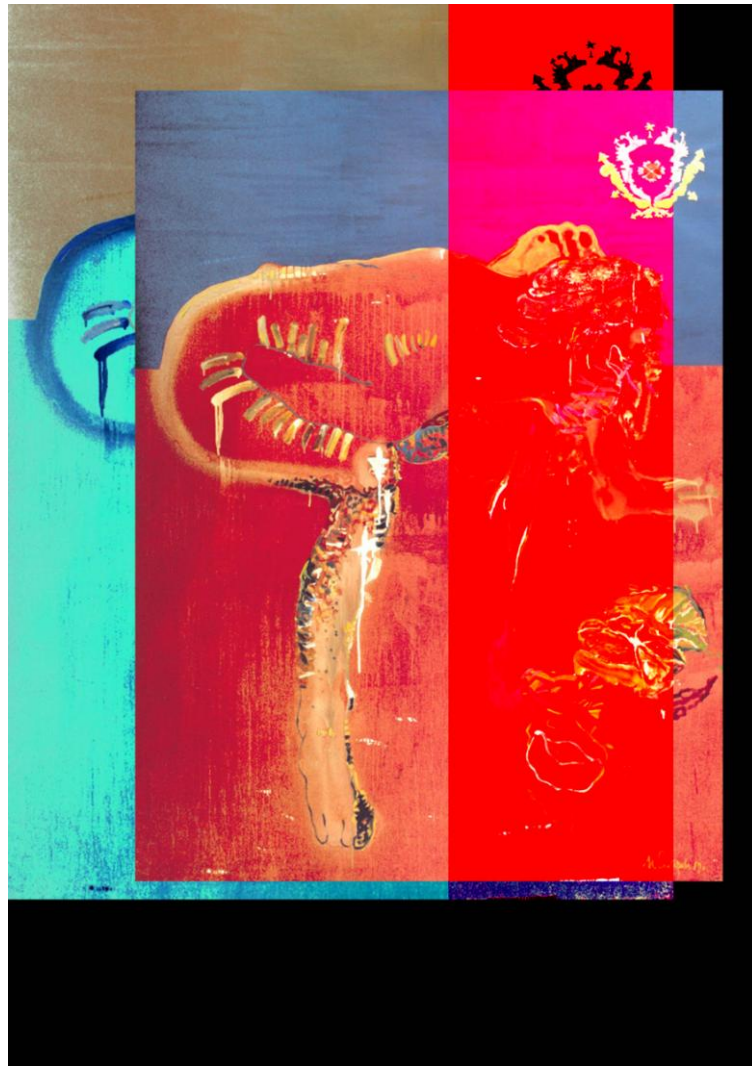


Рис. 3.1. Перший етап розробки плакату у програмі Adobe Photoshop

Створивши основу для майбутнього плакату, можна переходити в програму Adobe Illustrator. Illustrator ідеально підходить для розробки чіткої та гнучкої векторної графіки, яка забезпечує високу якість зображення при будь-якому масштабуванні. Основні елементи, такі як іконки, форми та текстові блоки, створюються як векторні об'єкти, щоб плакат залишався чітким незалежно від розміру. Завдяки роботі з шарами в Illustrator можна зручно організувати графічні елементи та налаштовувати кожен з них, змінюючи кольори, додаткові ефекти або налаштування

прозорості. У програмі було додано текстові блоки, а саме ім'я художниці, напрямок її творчості (з лівого боку) та цитату, що описує її роботи (у нижній частині). Використано шрифти Verdana та Source Sans Variable. Також, за допомогою векторів було розташовано місце під QR-код. Для нього з двох квадратів, білого та чорного, створено рамку, щоб виділити його як інтерактивну частину з усієї графічної композиції (рис.3.2.).



Рис. 3.2. Другий етап розробки плакату у програмі Adobe Illustrator

На сайті з вільним доступом для генерації QR-кодів було створено три оригінальні QR-коди з посиланням на сайти-візитівки для кожного з плакатів та експортовано у форматі PNG. Після цього в Adobe Photoshop додано ці коди до кожного з плакатів за допомогою інструменту layers.

Завершальний етап — це оптимізація та експорт інтерактивного плакату у потрібному форматі. Зазвичай для веб-застосування обирається формат PNG, JPEG або PDF з інтерактивними елементами, якщо плакат буде використовуватися в цифровому середовищі з кольоровою системою RGB. Для друку експорт файлів плакатів відбувається в кольоровій системі SMYK і так як плакати розраховані на те, щоб глядач бачив їх у надрукованому вигляді, було зроблено два варіанти файлів (SMYK та RGB) (Додаток Б, рис.Б.1., рис.Б.2., рис.Б.3.).

Перейдемо до процесу створення односторінкових сайтів. Також розглянемо сайт-візитівку присвячений творчості Марини Скугаревої, тому що усі сайти створені з однаковою технологією. Використовувалась програма Figma. Дизайн сайту розроблений у Figma дозволяє зручно реалізувати цілісну концепцію тому для проєкту обираємо саме цю програму. Figma — один із найбільш гнучких та зручних інструментів для дизайну веб-сайтів, тому вона ідеально підходить. Крім того, цей інструмент дозволяє легко експортувати дизайн для розробників та оптимізувати процес передачі макетів у розробку. Figma була обрана для розробки через її універсальність, легкість використання в реальному часі та наявність потужного набору інструментів. Figma дозволяє дизайнерам, розробникам і менеджерам проєкту взаємодіяти з дизайном, обмінюватися думками та відгуками без необхідності використовувати інші платформи. Цей інструмент особливо корисний у створенні інтерактивних прототипів, завдяки яким можна попередньо побачити, як відчуватиметься та працюватиме сайт ще до початку його реалізації. Це важливо, адже дизайн сайту, присвячений художнику, повинен бути продуманим до дрібниць, щоб максимально передати його мистецьку атмосферу.

Для комп'ютерної версії сайту було створено основу frame в стандартному розмірі 1440x1024 та згодом довжина лендінгу була збільшена. Для зручності створено сітку та колонки, щоб дотримуватись кордонів у компоновці. Композиційним рішенням було розмістити роботу

художниці та її біографію зверху. Використано шрифт Segoe UI. Також додано вектор в формі лінії за допомогою інструменту Pen. Для кожного елементу додано Auto-layout, щоб запобігти порушення композиції, якщо формат екрану користувача відрізнятиметься від заданого frame (рис. 3.4.).



Рис. 3.4. Верхня частина сайту (комп'ютерна версія)

Нижче розташовано текстовий блок “Роботи ” з вектором у формі лінії, щоб візуально відокремити частину сайту з біографією від частини з роботами. Напис та вектор вирівняні по центру з функцією Auto-layout. Під ними знаходяться картинки з роботами художниці, а також їх назва. Був створений горизонтальний скролінг робіт за допомогою функції Frame із Clip Content. Це дозволяє користувачу взаємодіяти з сайтом, перегортаючи роботи по черзі (рис. 3.5.).



Рис. 3.5. Середня частина сайту (комп'ютерна версія)

Знизу сторінки сайту знаходяться анімовані кнопки “Дізнайся більше!”, “Олександр Ройтбурд” та “Іван Марчук”. Перша має на меті перенаправити користувача на статтю про художницю, задля поглибленого вивчення її робіт та біографії. Дві інші перенаправляють на сайти-візитівки художників з серії, що було вказано у попередньому підрозділі. Усі кнопки були анімовані за допомогою Components, наводячи курсором на написи, вони підкреслюються (рис.3.6.) (Додаток Б, рис.Б.6., рис.Б.7., рис.Б.8.).

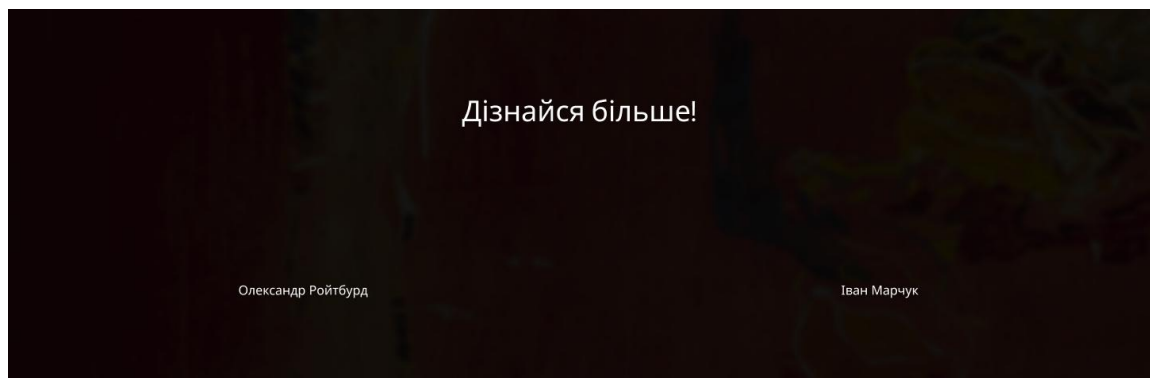


Рис. 3.6. Нижня частина сайту (комп'ютерна версія)

Мобільна версія сайту створена за прототипом комп'ютерної. Основа у розмірі 320x568, згодом видовжена. Створено сітку та колонки, щоб дотримуватись кордонів, так як у мобільних пристроях часто бувають камери, що можуть закривати верхню частину сайту. Зверху розміщено роботу художниці та її ім'я, а біографія переміщена нижче, задля того, щоб глядач краще зміг сприймати написане. Використано шрифт Segoe UI. Основний екран та текст розділено вектором-лінією, створеним за допомогою інструменту Pen. Для кожного елементу також було додано Auto-layout, щоб запобігти порушення композиції.

Нижче розташовано текстовий блок “Роботи ” з вектором у формі лінії, як і в комп'ютерній версії. Напис та вектор також вирівняні по центру з функцією Auto-layout. Під ними знаходяться картинки з роботами художниці, їх назва і за тим самим принципом створений горизонтальний скролінг робіт за допомогою функції Frame із Clip Content. Знизу сторінки сайту знаходяться анімовані кнопки “Дізнайся більше!”, “Олександр Ройтбурд” та “Іван Марчук”. Кнопка “Дізнайся більше!” була виконана за допомогою вектора у вигляді прямокутника із заокругленими кутами. Вона анімована за допомогою Components, коли користувач натискає на неї, вона міняє свій колір на чорний та переправляє його на статтю у Вікіпедії (рис.3.7.) (Додаток Б, рис.Б.9.).



Рис. 3.7. Нижня частина сайту (мобільна версія)

Висновки до розділу 3

1. У третьому розділі було здійснено детальний аналіз та опис практичного процесу розробки інтерактивних плакатів, які поєднують у собі графічний дизайн та цифрові технології з метою популяризації творчості сучасних українських художників. Процес включав кілька етапів, що охоплюють як розробку дизайну друкованих плакатів, так і створення пов'язаних з ними сайтів-візитівок, а також формування цілісної композиційної і концептуальної системи.

2. Висвітлено етапи створення серії плакатів, що передбачали дослідження проблематики, визначення концепції, аналіз прикладів візуальних рішень, формування стилістичного напрямку, вибір художників та обґрунтування кожного елементу плакатного дизайну.

3. Розглянуто розробку односторінкових сайтів-візитівок як продовження дизайну плакатів. Було окреслено основні етапи: визначення цілей і структури, добір контенту, створення прототипів, а також візуальне оформлення. Створено окремі мобільні адаптації, які забезпечують зручність користування на різних пристроях і зберігають дизайнерську цілісність.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було проведено всебічний аналіз теоретичних аспектів, пов'язаних із розробкою дизайну інтерактивних плакатів. У першому розділі розглянуто історичні етапи становлення та розвитку плаката як самостійного виду графічного мистецтва, інтерактивний плакат як сучасний засіб візуальної комунікації, що поєднує графічний та веб-дизайн. Проведено теоретичний аналіз історичного розвитку плакатного мистецтва в Україні та за кордоном, а також розглянуто основні тенденції сучасного цифрового дизайну. Визначено ключові принципи побудови інтерактивного плакату, особливості його композиції, інформаційного наповнення та засобів візуального впливу на глядача.

Було проведено огляд сучасних досліджень у сфері графічного та мультимедійного дизайну, зокрема в проблематиці композиції, дизайну. Аналіз наукової літератури допоміг визначити значущість кольору, структури та візуального контенту для утримання уваги та створення емоційного зв'язку з користувачем. Також досліджено особливості створення односторінкового сайту та його переваги для використання в контексті інтерактивного плакату. Узагальнення теоретичних напрацювань створило надійну основу для проведення практичної частини роботи, забезпечивши системний підхід до розробки дизайну.

На основі проведеного теоретичного аналізу було реалізовано практичну частину роботи, яка полягала у розробці серії плакатів присвячених сучасним українським художникам.

Практична частина проєкту полягала у створенні серії інтерактивних плакатів, присвячених творчості сучасних українських художників. Проаналізовано проблематику теми та зроблено рішення щодо концепту дизайну. У процесі розробки було застосовано сучасні методи графічного проєктування, адаптовані до цифрового середовища, зокрема —

використання односторінкових сайтів як платформи для розміщення інтерактивного контенту. Такий підхід дозволив не лише презентувати мистецтво в новому форматі, а й залучити користувача до активного ознайомлення з культурною інформацією. Результатом практичної частини стала розробка графічних плакатів із QR-кодами, а також односторінкові сайти. Для кожного художника було розроблено індивідуальний дизайн, що вписується в стиль серії. Плакат та сайт-візитівка мають однакові елементи дизайну, що об'єднують їх в один мультимедійний проєкт. Отримані результати продемонстрували ефективність інтеграції веб-сторінки у графічний плакат, що дозволяє користувачеві поглибити свої знання про обраного художника.

Наукові дослідження та практичні рішення, реалізовані у процесі роботи, сприяють вирішенню актуальних проблем, таких як поширення сучасного українського мистецтва серед широкої аудиторії, а також складність пошуку інформації для користувача самостійно.

Значущість роботи полягає у створенні інноваційного підходу до проєктування інтерактивних плакатів, що поєднують функціональність та естетичність. Розроблені інтерактивні плакати можуть бути основою для подальшого розвитку серії, щоб охопити більше маловідомих, але гідних представників сучасного мистецтва. Реалізація практичної частини демонструє ефективність інтерактивних рішень у візуальній комунікації та відкриває нові можливості для взаємодії між мистецтвом, глядачем і технологією.

Таким чином, виконана робота стала вагомим внеском у вирішення поставлених завдань та досягнення поставленої мети. Запропоновані рекомендації дозволяють розширити практичне застосування результатів і створюють основу для подальших досліджень у галузі мультимедійного дизайну та розробки інтерактивних плакатів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Київ, 2013. Вип. 19 (1). С. 121–126.
2. Бублик, А. Дизайн веб-сторінки, як основа зручності читання, утримання та естетики сучасного веб-сайту. *Computer-integrated technologies: education, science, production*, 2021, 45: 5-11.
3. Виноградова М. Роль віртуального простору у дизайні візуальної комунікації // Збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», м. Київ, 27 квітня 2022 року: у 2 томах. Київ: КНУТД, 2022. Том 1. С. 223 – 224.
4. Гладун, Ольга. Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. Збірник наукових праць Сучасне мистецтво, 2018, 14: 115-122. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.13.2018.152212>
5. Григор'єва, Л. А. Плакат у візуальній культурі: досвід модернізму та постмодернізму. Київ: Мистецтво, 2018. 212 с.
6. Гула Є. П. Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни / Є. П. Гула, А. Трикозенко, І. Масич // Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. – У 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 62-64. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24703>
7. Дубовик О. І. Графічний дизайн: теорія і практика. Київ : Видавничий дім «КМ Академія», 2018. 256 с.
8. Дяченко А. Сучасне українське мистецтво: гармонія традицій та інновацій в епоху технологій //grail of science. – 2025.
9. Затуловська Г. А. Актуальні особливості розвитку сучасного шрифтового художнього плакату //Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Технічні науки. – 2015. – №. 1. – С. 66-72.

10. Іванова Н. В. Плакат як засіб впливу в медійному просторі. Львів : Видавництво ЛНУ ім. І. Франка, 2017. 180 с.
11. Івченко, В. Р. *Використання Figma для розробки адаптивного дизайну веб-сайтів*. Diss. ХНУРЕ, 2024.
<https://doi.org/10.30837/IYF.IRTTPI.2024.231>
12. Історія українського мистецтва : у 5 т. / голов. ред. Г. Скрипник ; НАН України, Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. - Київ : [ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України], 2006 - 2011.
13. Колесник Н. Є., Шостачук Т. В., Максимчук А. П. Мультимедійні технології в дизайні: теорія та практика //«Наука і техніка сьогодні»(Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Фізико-математичні науки»)). – 2024. – №. 36. – С. 641-652.
14. Коломієць, Мальвіна. "Іван Марчук–сучасний геній «пльонтанізму»".
https://library.udpu.edu.ua/library_files/stud_konferenzia/2016_1/79.pdf
15. Копилова Н., Сапунова М. Принципи деконструкції у сучасному візуальному мистецтві: український досвід //українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрямок культурологія). – 2024. – №. 49. – с. 217-222.
16. Костенко, Ігор Олегович. "Особливості міждисциплінарного методу створення плаката." *The 11 th International scientific and practical conference “Modern research in world science”(January 29-31, 2023) SPC “Sci-conf. com. ua”, Lviv, Ukraine. 2023. 1579 p.. 2023.*
17. Косів В.М. Графічний дизайн як візуальна мова. Проблеми спілкування. Вісник Львівської академії мистецтв: зб. наук. пр. Львів: ЛАМ, 1999. 190-194 с.
18. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник / М. Я. Куленко; за ред. Є. А. Антоновича. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : Кондор, 2015. 544 с.

19. Лагутенко О. А. Українська графіка першої третини XX ст.: загальноєвропейські тенденції та національні особливості розвитку: автореф. дис. ... д-ра. Мистецтвознавства. Нац. акад. образотв. мистец. та архіт. Київ: 2008. 38 с.
20. Ленчик, Євгеній Олексійович. "Рекламний плакат: від задуму до оригінал-макета." (2023). <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/12660>
21. Мирошниченко, М. Е.; Дубрівна, А. П. Особливості побудови візуальної комунікації у дизайні плакату. *Технології та дизайн*, 2020. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17017>
22. Нариси з історії українського дизайну XX століття: Зб. статей / Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України; За заг. ред. М.І. Яковлєва. - К.: Фенікс, 2012. — 267 с.
23. Новіков М. Ю. Розвиток практичного використання технології доповненої реальності в арт-об'єктах // Міжнародна науково-практична конференція «Мистецтво та дизайн у художній мові мінливого часу: морфологія, семіотика, візуальність» // Збірник наукових матеріалів. 14 квітня 2022 року, ХДАДМ. – Харків, 2022. С. 81.
24. Новікова О. В. Мистецтво плакату та його роль у сучасному суспільстві. Львів : Видавництво ЛНУ ім. І. Франка, 2018. 220 с.
25. Перепадя, Дар. "Лендінг-сторінка для закладу готельного бізнесу." (2021).
26. Петрова О. Парадоксальний номадизм Олександра Ройтбурда // МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія. – 2022. – Т. 18. – С. 43-46.
27. Пічкур М.О. Навчальний посібник: Теорія і практика композиції. Кольорова. Київ. 2022. 238 с.
28. Романенко О. Ф. Мистецтво плакату : від класики до сучасності. Київ : Видавництво «Мистецтво», 2019. 192 с.
29. Романенко О. Ф. Мистецтво плакату : від класики до сучасності. Київ : Видавництво «Мистецтво», 2019. 192 с.

30. Сбітнєва Н. Ф. Історія графічного дизайну: навч. посіб. Харк. держ. акад. дизайну і мистецтв. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.
31. Северіна О. М. Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами Міжнародних трієнале «4-й Блок»): автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства. Харк. Держ. акад. Дизайну і мистецтв. Харків: 2010. 24 с.
32. Станкевич М. Протодизайн, концепції і морфологія дизайну. Нариси з історії українського дизайну XX ст. Київ: 2012, 122-131 с.
33. Трофименко О. Г. и др. Веб-технології та веб-дизайн Навчальний посібник //ОГ Трофименко, ОБ Козін, ОВ Задерейко, ОЄ Плачінда. – 2019.
34. Тузов В. Аналіз візуальних матеріалів сучасного українського мистецтва представлених у просторі ІПСМ НАМ України у 2018–2019 роках //міст. – с. 261.
35. Тютюнник А. Н. Адаптивний дизайн та оптимізація лендінгу //Акатріні ВМ. – С. 296.
36. Франчук, Роксолана. "Проектування макета та дизайну сторінкового сайту за допомогою програми Figma." *Інформаційно-комунікаційні технології в освіті* 10 (2023). <https://e-journals.udu.edu.ua/index.php/ikt/article/download/1323/1356>
37. Храмова-Баранова О. Л. Деякі сторінки історії розвитку графічного дизайну в Україні у XX ст. та його періодизація. Миколаїв: Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2006. 134 с.
38. Чирва, О. Ч.; Оленіна, О. Ю. Історія та теорія графічного мистецтва: конспект лекцій для здобувачів денної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 023–Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація. 2021.
39. Шевцов Є. Р. Образна мова соціального плаката XX-XXI століття: теоретичні та методичні засади. – 2024.
40. Шевченко В.Я. Композиція плаката: навч. посібн./ В.Я.Шевченко. – Х.: Колорит, 2004. – 124 с.

41. Шульга, Ю. Г. "Freepik та Adobe Illustrator: онлайн середовище для творчості під час створення постерів та плакатів." *Сучасні орієнтири змісту управлінської компетентності* (2022): 84.
https://sspu.edu.ua/images/2022/docs/naukovi-konf/zbirnik_suchasniy_osvitniy_prostir_konferenciya_3792a.pdf#page=84
42. Яковлєв, М. І. "Нариси з історії українського дизайну ХХ століття." (2012).
43. Beaird, Jason, Alex Walker, and James George. *The principles of beautiful web design*. SitePoint Pty Ltd, 2020.
44. Gustafson "Adaptive Web Design", 2nd ed. New Riders, United States of America. (2015).
45. Lidwell, William, Kritina Holden, and Jill Butler. *Universal principles of design, revised and updated: 125 ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design decisions, and teach through design*. Rockport Pub, 2010.
46. Masters, Ken, Trevor Gibbs, and John Sandars. "How to make an effective e-poster." *MedEdPublish* 1 (2015): 1-9.
<https://www.academia.edu/download/108793921/How-to-Make-an-Effective-e-Poster-DOI.pdf>
47. Siedlecki, Sandra L. "How to create a poster that attracts an audience." *AJN The American Journal of Nursing* 117.3 (2017): 48-54.
https://journals.lww.com/ajnonline/fulltext/2017/03000/original_research_how_to_create_a_poster_that.29.aspx

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1. Сертифікат про участь у IV Міжнародній науково-практичній конференції «Інновації в архітектурі, дизайні та мистецтві: до 150-річчя Олександра Вербицького», 21–23 травня 2025 року, НАОМА, м. Київ, Україна

Продовження додатку А

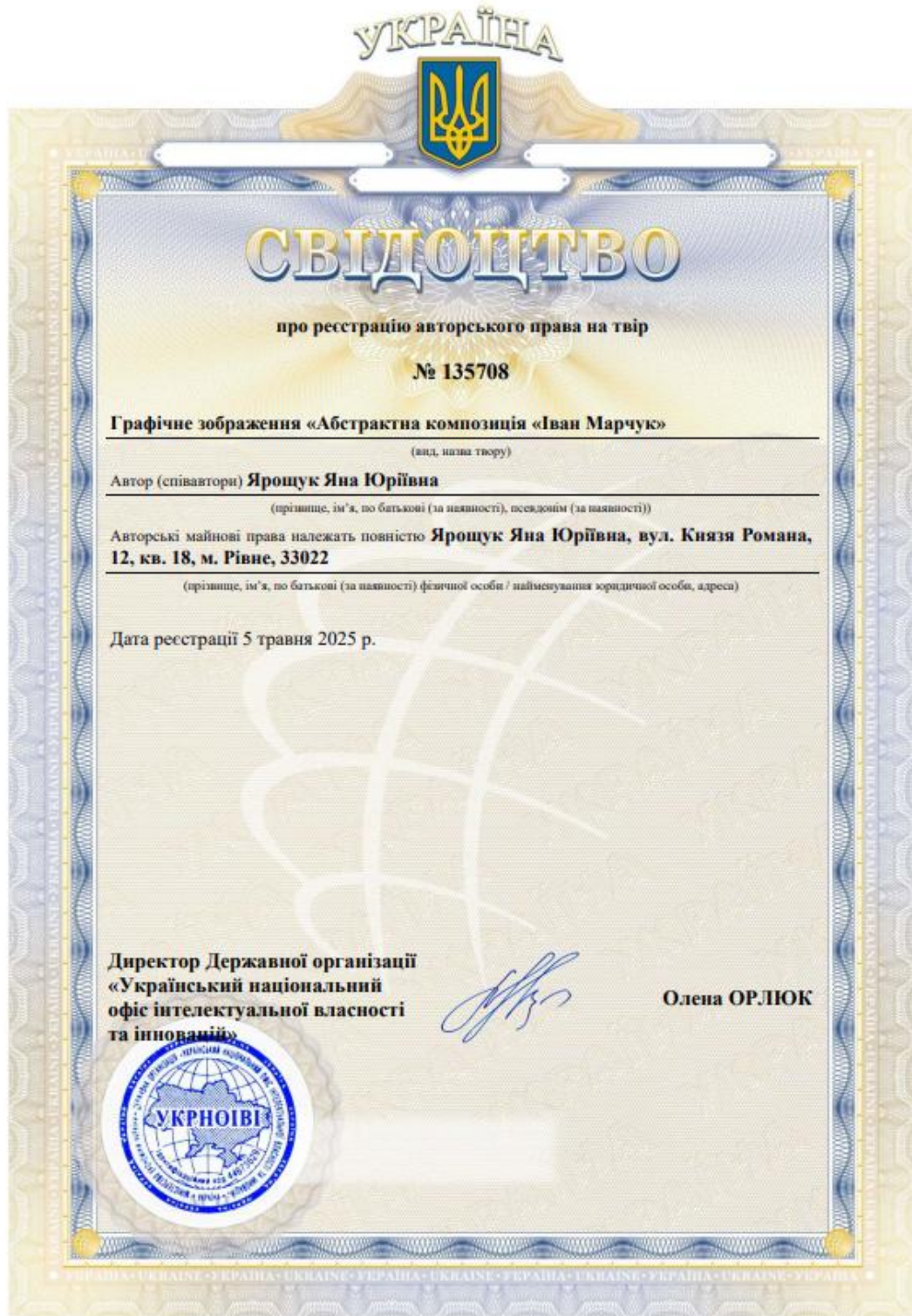


Рис. А.2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права від 05.05.2025



Рис.Б.1. Плакат, присвячений творчості Івана Марчука



Рис.Б.2. Плакат, присвячений творчості Олександра Ройтбурда

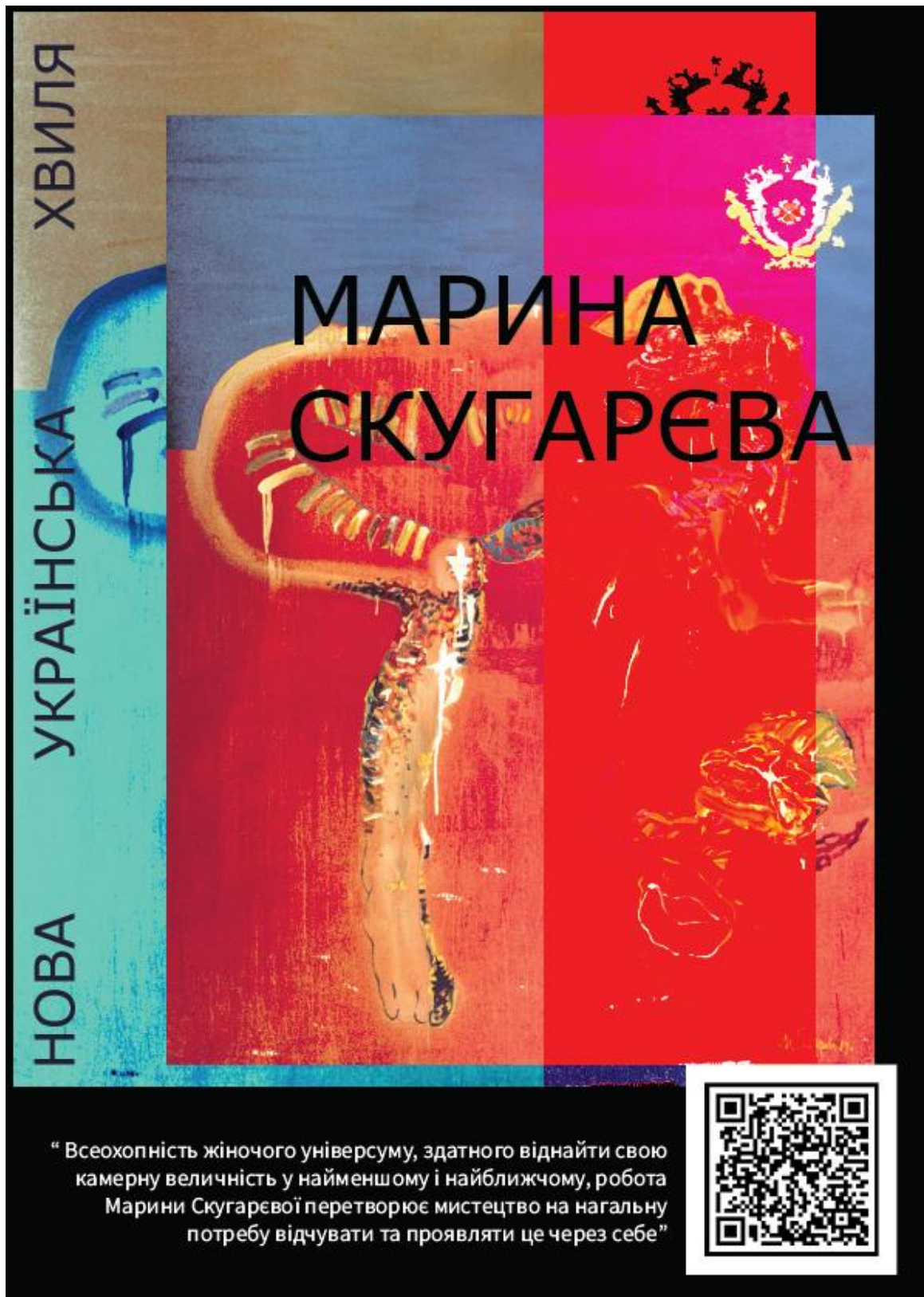


Рис.Б.3. Плакат, присвячений творчості Марії Скугаревої



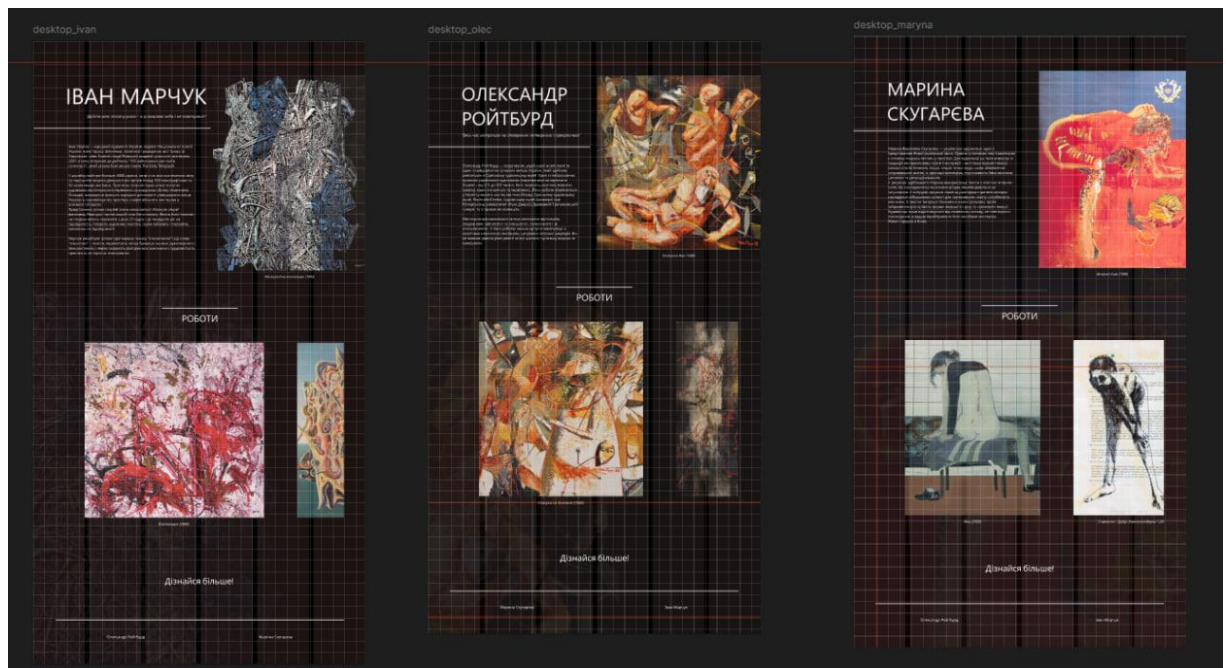


Рис.Б.5. Процес розробки сайтів-візитівок

ІВАН МАРЧУК

"Дайте мені тисячу років – я розмалюю небо і не повторюся!"

Іван Марчук – народний художник України, лауреат Національної премії України імені Тараса Шевченка, почесний громадянин міст Києва та Тернополя, член Золотої гільдії Римського академії сучасного мистецтва. 2007-о року потрапив до рейтингу "100 найвизначніших геніїв сучасності", який уклала британська газета The Daily Telegraph.

У доробку майстра близько 5000 картин, які є на всіх континентах світу. За століття творчої діяльності він провів понад 150 монографічних та 50 колективних виставок. Протягом останніх трьох років полотна художника експонувалися переважно за кордоном (Литва, Німеччина, Польща), виконуючи функцію народної дипломатії, утверджуючи місце України в європейському просторі, а європейського мистецтва у контексті світового.

Представники різних галузей знань намагаються збагнути секрет феномену Марчука і гриттавальної сили його таланту. Вплив його полотен на глядача можна порівняти з дією 25 кадрів, що передісм діє на підсвідомість. І творить художник полотна, окрім пейзажів і портретів, виключно на підсвідомості.

Марчук винайшов цілком оригінальну техніку "пльонтизм" (від слова "пльонгати" – плести, переплітати), котра балансує на межі руковорного і технологічного і через складність філігранного виконання і трудомісткість практично не підлягає повторенню.



Абстрактна композиція (1995)

РОБОТИ



Композиція (2004)



Дізнайся більше!

Олександр Ройтбурд

Марина Скугарєва

Рис.Б.6. Сайт "Іван Марчук"

ОЛЕКСАНДР РОЙТБУРД

"Весь час витрачаю на створення потворного і прекрасного"

Олександр Ройтбурд — представник української нової хвилі та один із найдорожчих сучасних митців України, який здійснив революцію в Одеському художньому музеї. Один із найдорожчих сучасних українських художників (стартова ціна на картини в Україні — від \$15 до \$30 тисяч), його творчість охоплює живопис, графіку, відео, інсталяцію та перформанс. Його роботи зберігаються у Музеї сучасного мистецтва Нью-Йорку, Одеському художньому музеї, PinstripArtCentre, Художньому музеї Цинмерлі при Рутгерському університеті (Нью-Джерсі), Державній Третьяковській галереї та в приватних колекціях.

Мистецьке висловлювання митця наповнене еротизмом, пошуканням «високого» та «низького», «класичного» та «популярного». У його роботах можна зустріти маніпуляції з сюжетами класичного мистецтва, цитування світових шедеврів. Він не омивав увагою різні релігії та іони цінності, суспільну мораль та саморонію.



Оптимізм Нині (1988)

РОБОТИ



Спокуся св. Антонія (1988)



Дізнайся більше!

Марина Сугарева

Іван Марчук

Рис.Б.7. Сайт "Олександр Ройтбурд"

МАРИНА СКУГАРЄВА

Марина Вадимівна Скугарєва — українська художниця, одна з представників Нової української хвилі. Однією з головних тем її мистецтва є оголена людська постать у просторі. Для художниці ця тема виростає із традицій експресіонізму, проте її експресія — не стільки відкриті емоції, скільки спосіб бачення, пошук іншої точки зору, шлях збереження «справжнього життя» в просторі мистецтва, спустошеного безкінечними цитатами та репродукуванням.

У рисунках здебільшого Марина використовує тексти з жіночих інтернет-чата, які, накладаючись на оголені фігури, перетворюються на татування. У побудові рисунків помітна умовляльна стратегія авторки: накладання зображення на текст для «затемнення» змісту і розбіжність між ними. В текстах тиснутися безліччю жіночі розмови, проте зображення розгортають форми людського руху та «камерні» емоції. Художниця лише відштовхується від сюжетного мотиву, не поетируючи повсякдення, а радше переборюючи його засобами мистецтва. Живе і працює в Києві.



Вечірній Київ (1989)

РОБОТИ



Яна (2005)



З проєкту "Добрі домогосподарки" (20)

Дізнайся більше!

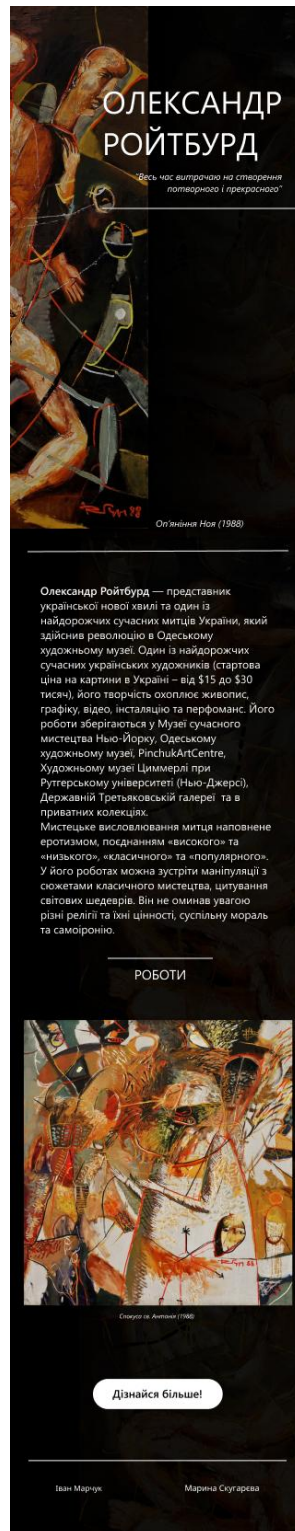
Олександр Ройтбурд

Іван Марчук

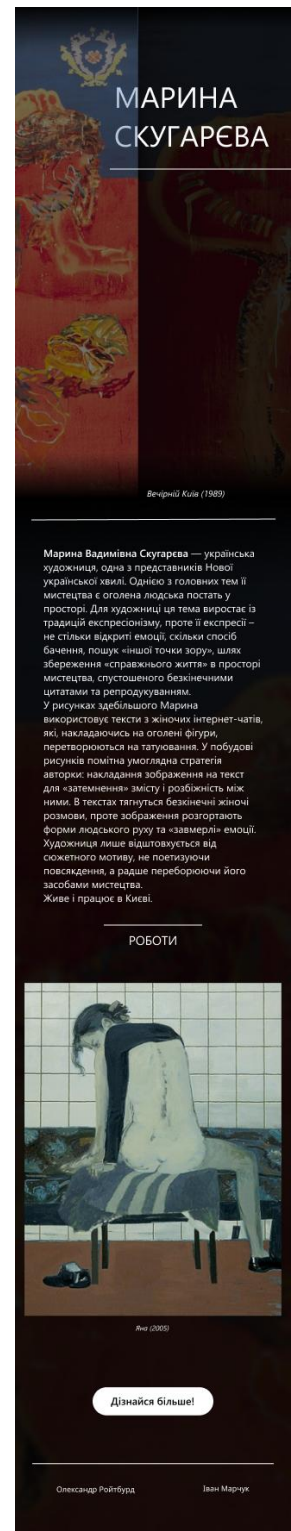
Рис.Б.8. Сайт "Марина Скугарєва"



а



б



В

Рис.Б.9. Мобільні версії сайтів: а – “Іван Марчук”; б – “Олександр Ройтбурд”; в – “Марина Скугарєва”