

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ім. О. М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий інститут архітектури, містобудування та дизайну

Кафедра дизайну та 3D-моделювання

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до бакалаврської дипломної роботи
на тему:

**СЕРІЯ ПЛАКАТІВ ДЛЯ КАФЕДР
«ДИЗАЙНУ ТА 3D-МОДЕЛЮВАННЯ» / «ДИЗАЙНУ ТА ІНТЕР'ЄРУ»**

Виконала: ст. 4 курсу, гр. Дизайн 2022-2
022 «Дизайн»



Поперечна К.І.

Керівник: асист. Зінченко А.Г.



В. Голіус

Рецензент: асист. Голіус В.А.



Зав. кафедри

Д3Д:

канд. мист., доц. Вергунова Н.С.

Харків – 2026р.

ЗМІСТ

ДИЗАЙНЕРСЬКЕ І ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ НА ПРОЄКТ.....	3
ВСТУП.....	5
МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ОБ'ЄКТ ПРОЄКТУ.....	6
РОЗДІЛ 1 ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ І ПРОТОТИПІВ У КОНТЕКСТІ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ.....	7
1.1 Плакат у контексті історіографії.....	7
1.2 Види плакатів. Аналіз аналогів та прототипів.....	10
РОЗДІЛ 2 КОМПОЗИЦІЙНІ ТА ПОЛІГРАФІНІ ВИМОГИ ДО ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ.....	13
2.1 Модульна сітка у графічному дизайні.....	13
2.2 Технології поліграфічного виробництва.....	17
РОЗДІЛ 3 ОБГРУНТУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТНОЇ КОНЦЕПЦІЇ.....	22
3.1 Обґрунтування проєктної концепції.....	22
3.2 Графічне рішення і композиційний аналіз.....	24
3.3 Виготовлення макетної частини.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	32
Додаток А АНАЛОГИ І ПРОТОТИП.....	35
Додаток Б ГРАФІЧНЕ РІШЕННЯ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ, ЕСКІЗ ПРОЄКТНОЇ ГРАФІКИ.....	41

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ АРХІТЕКТУРИ, МІСТОБУДУВАННЯ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРИ «ДИЗАЙНУ ТА 3D-МОДЕЛЮВАННЯ» І «ДИЗАЙНУ ТА ІНТЕР'ЄРУ»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 022 ДИЗАЙН

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
КАФЕДРОЮ «ДЗД»
«2» лютого 2026р.,
зав. каф. «ДЗД»

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
КАФЕДРОЮ «ДІ»
«2» лютого 2026р.,
зав. каф. «ДІ»

доцент Н.Вергунова

професор С.Вергунов

ЗАВДАННЯ
на дипломну роботу бакалавра

ПОПЕРЕЧНА КАТЕРИНА

1. Тема проекту: **Серія плакатів для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» / «Дизайну та інтер'єру». A series of posters for the departments of «Design and 3D Modeling» / «Design and Interior».**

затверджена наказом ХНУМГ від «04» травня 2026 року, № 383-03

2. Строк здачі студентом закінченого проекту **19 червня 2026 року**

3. Вихідні дані до проекту: **ДИЗАЙНЕРСЬКЕ ТА ТЕХНІЧНЕ (при наявності) ЗАВДАННЯ ЗА ТЕМОЮ ПРОЕКТА, РІЗНОМАНІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА.**

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які повинні розглядатися): **ВСТУП; ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ І ПРОТОТИПУ В КОНТЕКСТІ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ (якщо вони є); КОМПОЗИЦІЙНІ ТА ПОЛІГРАФІЧНІ ВИМОГИ ДО ОБ'ЄКТУ ПРОЄКТУВАННЯ; ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТНОЇ КОНЦЕПЦІЇ; ЛІТЕРАТУРА; ДОДАТКИ.**

5. Перелік макетно-графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) **ОРТОГОНАЛЬНІ ПРОЕКЦІЇ В КОЛЬОРІ (МАСШТАБНІ ЗОБРАЖЕННЯ ЗГІДНО ОБРАНОГО ФОРМАТУ ПО ISO 216: A6 – 105X148, A5 – 148X210, A4 – 210X297, A3 – 297X420), A2 – 420X594, A1 – 594X841, A0 – 841X1189; ПО-КАДРОВИЙ (РОЗКАДРОВКА) ПЛАН ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ ПЛАКАТУ, МОДУЛЬНА СІТКА, КОМПОЗИЦІЙНА СХЕМА АБО СХЕМА ПРОПОРЦІЙНОСТІ, ВАРІАНТИ КОЛЬОРОВО-ФАКТУРНОГО РІШЕННЯ; ДЕМОНСТРАЦІЙНИЙ МАКЕТ У МАСШТАБІ 1:1 З ІМІТАЦІЄЮ КОЛЬОРОВО-ФАКТУРНОГО РІШЕННЯ ОБ'ЄКТУ АБО ДІЮЧИЙ ПРОТОТИП.**

6. Консультанти по проекту, із зазначенням розділів проекту, що стосуються їх

7. Дата видання завдання: **2 лютого 2026 року**

Керівник проекту асистент кафедри «ДІ» _____

ЗІНЧЕНКО А.

Завдання прийняла до виконання _____

ПОПЕРЕЧНА К.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

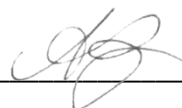
№	Назва етапів проєкту	Термін виконання
1.	Затвердження теми дипломного проєкту	2 лютого 2026 р.
2.	Маркетингові дослідження, збір інформації, та її аналіз	03.02. – 16.02.26
3.	Написання першої частини пояснювальної записки, та її затвердження	17.02. – 05.03.26
4.	Кафедральний перегляд 1-го етапу дипломного проєктування: збір та систематизація інформаційного матеріалу. Формування проєктної концепції. затвердження принципового напрямку дизайн-розробки та 1-ї частини пояснювальної записки	6 березня 2026 р.
5.	Розробка основного напрямку концепції, та її затвердження	07.03. – 24.03.26
6.	Розробка принципового дизайнерського рішення	07.03. – 02.04.26
7.	Написання другої частини пояснювальної записки, та її затвердження	07.03. – 02.04.26
8.	Кафедральний перегляд 2-го етапу дипломного проєктування: обґрунтування проєктної концепції, затвердження принципового дизайнерського рішення та об'єму дипломних матеріалів, та 2-ї частини пояснювальної записки	3 квітня 2026 р.
9.	Розробка дизайнерського рішення, побудова 3D-моделі	04.04. – 19.04.26
10.	Проробка художньо-пластичної, конструктивно-технологічної та ергономічної форми об'єкту	20.04. – 30.04.26
11.	Кафедральний перегляд 3-го етапу дипломного проєктування: оцінка рівня художньо-пластичної, конструктивно-технологічної та ергономічної проробки форми, об'єктів візуальних комунікацій та мультимедійного дизайну	1 травня 2026 р.
12.	Корегування 3D-моделі у частині нюансної проробки елементів, поверхонь та конструктивних вузлів виробу.	02.05. – 07.05.26
13.	Написання третьої частини пояснювальної записки, та її затвердження	08.05. – 14.05.26
14.	Кафедральний перегляд 4-го етапу дипломного проєктування: звіт з переддипломної практики. Нюансна проробка елементів, конструктивних вузлів виробу, об'єктів візуальних комунікацій та мультимедійного дизайну; кольорово-фактурне рішення	15 травня 2026 р.
15.	Виконання демонстраційного макета	16.05. – 31.05.26
16.	Розробка ескізу графічної частини дипломного проєкту (М 1:10)	16.05. – 31.05.26
17.	Закінчення роботи з усіма складовими дипломного проєкту бакалавра	16.05. – 31.05.26
18.	Кафедральний перегляд 5-го етапу дипломного проєктування: затвердження ескізу демонстраційної проєктної графіки, макетної частини та повного складу пояснювальної записки. Допуск до захисту дипломного проєкту	01 червня 2026 р.
19.	Підготовка компонентів (рендерів та креслень) графіки, завантаження файлів в групи захисту у Teams.	02.06. – 21.06.26
20.	Захист дипломних проєктів бакалаврів	24 - 26. 06. 2026

Студент - дипломник _____



ПОПЕРЕЧНА К.

Керівник проєкту асист. кафедри «ДІ» _____



ЗІНЧЕНКО А.

ВСТУП

Візуальна комунікація в університетському середовищі формується на перетині освітніх практик, професійної репрезентації та щоденної навігації. Для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» і «Дизайну та інтер'єру» це середовище має особливе значення, оскільки саме тут поєднуються цифрові інструменти проєктування, робота з формою та простором, а також презентація результатів навчальних і творчих проєктів. Водночас інформаційні матеріали про діяльність кафедр нерідко подаються у різних форматах і стилях: частина інформації розміщується в аудиторіях і коридорах, частина – в онлайн-каналах, що ускладнює формування цілісного та впізнаваного образу підрозділів. Тому серія плакатів як тип візуального продукту є доречною формою для систематизації повідомлень і створення стабільної комунікаційної мови, зрозумілої як для внутрішньої аудиторії (студентів і викладачів), так і для зовнішніх стейкхолдерів (абітурієнтів, партнерів, відвідувачів подій).

Проєкт «Серія плакатів для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» / «Дизайну та інтер'єру»» передбачає створення не лише виразних окремих плакатів, а насамперед узгодженої серії, яка працює як єдина система: забезпечує швидке впізнавання кафедр, структурність подачі інформації та послідовність візуальних рішень у різних сюжетах і форматах. Для цього необхідно сформувавши дизайн-систему серії: модульну сітку, типографічну ієрархію, правила компоновання заголовків і підписів, принципи роботи з фотографіями, а також узгоджене кольорово-фактурне рішення. Окремої уваги потребують поліграфічні умови реалізації плакатів: вибір форматів, матеріалів-основ, технологій друку, вимог до підготовки файлів і способів монтажу в реальному просторі кафедр, де важливими стають читабельність із дистанції, стійкість до освітлення та механічного зношування.

МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ОБ'ЄКТ ПРОЄКТУ

Метою даного проєкту є розробка дизайнерського рішення серії плакатів для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» / «Дизайну та інтер'єру» як цілісної системи візуальних комунікацій, що забезпечує узгоджену стилістику, зрозумілу ієрархію інформації, читабельність у публічному просторі та готовність матеріалів до поліграфічної реалізації й експонування.

Відповідно до мети проєкту, були визначені наступні **завдання**:

- провести аналіз передпроєктної ситуації: зібрати та проаналізувати аналоги й прототипи плакатних серій, визначити релевантні композиційні та типографічні прийоми подання матеріалу;

- сформувати структуру та перелік контенту для серії (тематика плакатів, ключові повідомлення, набори текстових блоків, графічні елементи, візуальні матеріали тощо);

- розробити концепцію візуального образу серії та правила єдності: модульну сітку, типографічну ієрархію, принципи вирівнювання, масштаби заголовків і підписів, ритм композиції;

- виконати ескізний пошук і підготувати проєктно-графічні матеріали (композиційні схеми, модульна сітка, варіанти кольорово-фактурного рішення, макети плакатів у вибраних форматах);

- підготувати файли до друку відповідно до обраних поліграфічних параметрів, а також визначити спосіб монтажу та експонування;

- виконати демонстраційний макет/прототип у масштабі 1:1 та перевірити читабельність і цілісність серії в умовах реального простору;

- пройти всі етапи поточних кафедральних переглядів дипломного проєктування відповідно до затвердженого графіка та захистити дипломний проєкт із обраної теми.

Об'єкт проєкту – серія плакатів для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» / «Дизайну та інтер'єру» як система візуальної комунікації в університетському середовищі.

РОЗДІЛ 1. ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ І ПРОТОТИПУ В КОНТЕКСТІ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ

1.1. Плакат у контексті історіографії

Плакат є друкованим та/або цифровим візуальним засобом передавання інформації, створеним для її публічного показу та швидкого сприйняття. Зазвичай поєднує зображення, типографіку, тобто шрифтове оформлення, та короткий текст, щоб оперативно інформувати, переконувати або спонукати до певної дії, наприклад, відвідати ту чи іншу подію, придбати товар чи підтримати певну ідею.

В розрізі історіографії жанр плакату має два важливі характеристики. По-перше, зразки плакатного мистецтва фактично є учасниками відповідних історичних процесів, так у момент подій плакат впливає на настрої людей, їх уявлення та споживчу поведінку. По-друге, плакат є документом епохи, адже фіксує візуальні прийоми переконання, типографічні норми та поширені соціальні уявлення, що часто не потрапляють до офіційних документів.

Перші дослідження плаката вибудовувалися за логікою історії мистецтва, так оповідь формувалася навколо видатних художників, стилів, напрямів і найвідоміших зразків. У таких оглядах особливу увагу приділяли французькій літографії XIX століття, становленню рекламних плакатів, афіш (від фр. *Affiche*) та перетворенню комерційних відбитків на колекційні «арт-об'єкти». Впливова праця англійського митця Джона Барнікоута (John Barnicoat) закріпила подібний підхід, пов'язавши плакат нового типу з розвитком кольорової літографії та з появою впізнаваних «шкіл» плакатного дизайну [1]. Незважаючи на системність вивчення плакатних зразків в зазначеному Дж. Барнікоутом розрізі, є певне упущення, оскільки історія нерідко зводиться до переліку стилістичних новацій, тоді як звичайні плакати, що фактично заповнювали міський простір, опиняються поза увагою дослідників.

Підхід історії дизайну запропонував розглядати плакати не як самодостатні мистецькі твори, а як результат промислового виробництва та конкретних комунікативних завдань. У загальних історіях графічного дизайну плакат аналізують у контексті розвитку друкарських технологій, брендингу та дизайну інформації [2]. Дослідники історії друку додають матеріальні пояснення: формат, фарби, папір і способи тиражування, що визначали зміст і форму зображень, їх вартість і швидкість поширення [3]. Для історіографії це важливо, оскільки візуальні характеристики плаката відображають не лише авторський задум, а й умови виробництва, тобто організацію праці, доступну інфраструктуру, цензурні обмеження та мережі розповсюдження.

Коли плакат розглядають як історичне джерело, ключовим стає питання методики: яким чином історики мають аналізувати зображення? Пітер Берк (Peter Burke) підкреслює, що візуальні джерела розширюють можливості історичного дослідження, але потребують джерелознавчої критики, так слід враховувати жанрові конвенції, передбачувану аудиторію та можливі розбіжності між зображенням і соціальною реальністю [4]. Френсіс Гаскелл (Francis Haskell) також показує, що зображення давно використовують як доказовий матеріал, проте їх значення змінюється залежно від того, хто саме їх відбирає, інтерпретує та демонструє: колекціонери, дослідники чи інституції [5].

Таким чином, можна виокремити найбільш доцільні аспекти в історіографії плакату, а саме детальний аналіз візуальної риторики, реконструкцію соціальної циркуляції плакатів і рефлексивне усвідомлення того, якими категоріями оперує історик. Аналіз візуальної риторики виграє від семіотичних інструментів. Пояснення французького філософа Роланда Барта (Roland Barthes) щодо того, як зображення і текст взаємодіють, фіксують значення та спрямовують інтерпретацію, допомагає зрозуміти, чому плакати здатні стискати складні повідомлення до формату швидкого сприйняття [6]. Концепція «повороту до зображення» американського

професора Вільяма Мітчелла (William Mitchell) додатково обґрунтовує тезу, що сучасну культуру не лише читають, а й сприймають візуально, і що зображення беруть участь у теорії та політиці, а не просто ілюструють їх [7]. Візуальні методології англійського філософа Джиліан Роуз (Gillian Rose) корисні як нагадування про те, що різні аналітичні підходи породжують різні історичні висновки, тому методи слід чітко окреслювати, а не залишати неявними [8].

Підхід, зосереджений на циркуляції, переводить історію плаката від переважно смислового тлумачення до аналізу даних про його реальне використання. Плакат призначений для публічного простору, а його вплив у конкретний історичний період залежить від місця розміщення, частоти повторення, часу появи та одночасної присутності інших повідомлень. Історики дизайну наголошують, що такі матеріали нерозривно пов'язані із соціальними структурами, оскільки дизайн опосередковує зв'язок між виробництвом і споживанням та закріплює ідеологічні уявлення у візуальних формах, з якими люди регулярно взаємодіють [9].

Сучасна історіографія плаката змінюється під впливом цифровізації та дискурсу культурної спадщини. Плакати дедалі частіше сканують, описують у каталогах і роблять доступними для пошуку, що відкриває можливості для порівняльних досліджень, але водночас створює нові викривлення, прогалини в метаданих і нерівномірність цифровізації в різних інституціях. Доктор мистецтвознавства та дослідниця Світлана Прищенко зазначає, що плакати функціонують як культурна спадщина та інструмент міжкультурної комунікації, у такому баченні плакати постають як довготривалі носії символічних значень і як матеріали, через які суспільства вибудовують наративи про самих себе [10].

Цифровізація також стимулює застосування підходу дистанційного читання у дослідженні візуальної культури, так великі масиви оцифрованих матеріалів можна порівнювати за метаданими, за результатами оптичного розпізнавання тексту або через групування за ознаками композиційних схем і

колірних полів. Тому методологічну прозорість, які саме зібрані матеріали використано, що було виключено з аналізу та за якими правилами виконано кодування, слід розглядати як складову самої історіографії плаката [8].

Отже, тема плаката в контексті історіографії стосується не лише візуальної стилістики; це показовий випадок того, як історики працюють із масовими та візуальними джерелами. Історія плаката є найбільш змістовною тоді, коли уникає двох спрощень: зведення плакатів до послідовності естетичних віх або трактування їх як прямого й прозорого відображення реальності. Натомість плакати варто аналізувати як спроектовані аргументи, створені за певних обмежень, поширені в публічному просторі, де конкурують різні повідомлення, і збережені завдяки вибірковій інституційній пам'яті.

1.2 Види плакатів. Аналіз аналогів та прототипів

В історії дизайну види плакатів зазвичай розрізняють насамперед за функціональним призначенням. Серед різновидів плакату можна виокремити:

Комерційні та розважальні рекламні плакати, що спрямованні на привернення уваги до покупки, послуги або відвідування. Одним з прикладів є плакат Анрі де Тулуз-Лотрека (Henri de Toulouse-Lautrec) «Moulin Rouge, La Goulue» (1891), великий літографічний аркуш, створений для промоції паризького кабаре, що спирається на виразні силуети та читабельні написи, розраховані на сприйняття з вуличної дистанції (Рис. 1.1).

Плакати культурних подій (театр, кіно, фестивалі, виставки), що поєднують елементи брендингу з атмосферою та обіцянкою події. Музейні історії театральних плакатів показують, як постановки протягом століть спиралися на афіші та, згодом, на ілюстровані плакати як на ключові інструменти маркетингу. У кіно плакати можуть працювати як компактні системи ідентичності, так плакат Сола Басса (Saul Bass) до фільму «The Man

with the Golden Arm» (1955) перетворює один абстрактний знак на впізнаваний образ фільму (Рис. 1.2).

Соціальні плакати, спрямовані на створення впливу у питаннях безпеки, гігієни та іншої тематики. Американська «WPA Poster Collection» у Бібліотеці Конгресу демонструє, як державні структури використовували трафаретний друк плакатів (1936–1943) для кампаній, від охорони природи до громадянського інформування. Плакат «The national parks preserve wild life» є одним із прикладів такого повідомлення в суспільних інтересах (Рис. 1.3).

Транспортні та навігаційні плакати. Деякі плакати просувають саму ідею мобільності, заохочують подорожі та спрямовують увагу людей у межах спільної інфраструктури. Лондонська система громадського транспорту розглядала плакати як один із ключових елементів своєї ідентичності, а вже у 1920–1930-х роках рекламу й плакати розміщували по мережі більш цілеспрямовано, демонструючи, як місце розташування та повторюваність стають частиною комунікаційної стратегії (Рис. 1.4).

Політичні та агітаційні плакати, де мета полягає в переконанні широкої аудиторії для залучення до голосування, формування лояльності або ідеологічної підтримки.

Інструктивний плакат – це різновид навчально-інформаційного матеріалу, призначений для чіткого пояснення знань, прийомів роботи, правил безпеки або порядку дій під час користування обладнанням. На відміну від рекламних чи подієвих плакатів, він зазвичай містить більше текстових блоків, схеми, піктограми, кілька ілюстрацій і підписи до них, щоб користувач міг відтворити потрібну дію без додаткових пояснень. Такі плакати розраховані на тривале використання: їх розміщують у класах, майстернях, лабораторіях або на виробництві як постійне візуальне нагадування. У шкільній практиці інструктивні плакати нерідко випускають серіями для різних навчальних предметів; для поглиблення теми їх також можуть створювати безпосередньо в закладі освіти. Важливою ознакою є

точність подання, коректні позначення, умовні знаки, підписані елементи схем і документально вірні зображення, адже мета полягає в засвоєнні правильних процедур і символіки. Показовим зразком інструктивного плаката є матеріали Центрів з контролю та профілактики захворювань США (Centers for Disease Control and Prevention, CDC) з гігієни рук. Організація публікує готові для друку плакати для громадських місць (зокрема шкіл і робочих просторів), де крок за кроком подано послідовність дій під час миття рук (намочити, нанести мило, терти, змити, висушити), поєднуючи короткі текстові команди з наочними елементами (Рис. 1.5).

Сьогодні одним із аналогів вуличного плаката є фестивальний візуал, що має працювати і як плакат, і як зображення для соціальних мереж. Міжнародний фестиваль анімації «Animaуо» в Гран-Канарія закріплює це у своєму конкурсі плакатів, де учасники подають і вертикальну (50×70 см), і горизонтальну (100×50 см) версії та додають обов'язкові рядки з назвою фестивалю, що забезпечує міжплатформне поширення без втрати читабельності [11]. Переможна робота стає офіційним постером фестивалю та публікується онлайн разом із фіналістами. В положенні конкурсу зазначено про велику кількість міжнародних заявок, що охоплюють ілюстрацію, колаж і 3D-дизайн. Для 2025 року переможний плакат «A Journey into the Unknown» описується як ілюстрація, побудована за принципом сцени, з фігурами, показаними зі спини, що спонукає глядачів уявляти власний сюжет (Рис. 1.6). Переможець 2023 року «Friends we made along the way» так само зосереджується на образі мандрівника та фантастичних супутників.

РОЗДІЛ 2 КОМПОЗИЦІЙНІ ТА ПОЛІГРАФІНІ ВИМОГИ ДО ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ

2.1 Модульна сітка у графічному дизайні

Модульна сітка – це система компонування, яка ділить формат на повторювані одиниці (модулі), утворені перетином вертикальних і горизонтальних напрямних. Дизайнери використовують ці модулі як вимірну основу для розміщення тексту, зображень, підписів і навігаційних елементів так, щоб сторінки (або екрани) залишалися узгодженими навіть тоді, коли змінюється контент. Тобто модульна сітка – це не декоративний прийом, а інструмент планування, що допомагає керувати складністю й забезпечувати відтворюваність композиції в багатьох макетах (Рис. 2.1).

Модульні сітки належать до ширшого класу сіткових систем. У дизайн-освіті та професійній практиці сітку часто подають як структурну основу типографічної композиції, а не як стилістичну «ознаку вигляду». У відомому огляді Кімберлі Ілем (Kimberly Elam) сіткові системи описано як фундамент типографічного дизайну, при цьому наголошено, що їх нерідко помилково сприймають як жорсткі формули, тоді як насправді це гнучкі структури, здатні підтримувати варіативність [12]. Цей момент важливий і з історіографічної точки зору, адже сітка – не одна естетична традиція, а метод, який можна переносити між різними візуальними мовами.

Модульна сітка стає особливо корисною тоді, коли дизайнер має поєднати непередбачувані елементи: заголовки, колонки тексту, фотографії, діаграми, винесені цитати, піктограми – в упорядковану цілісність. Саме тому модульні сітки тісно пов'язують із редакційним дизайном та іншими багатосторінковими форматами. Дослідження газетної верстки прямо розглядають модульні сітки як базову структуру організації візуальної інформації в періодиці й простежують розвиток та сучасні застосування

модульного конструювання в графічному дизайні, коли видання потрібно випускати регулярно й у жорстких часових межах, сітка стабілізує і робочий процес, і візуальну ієрархію [13].

Чітке пояснення модульної логіки подано у вітчизняних навчальних матеріалах з верстки та вебдизайну. В одному з курсів модульну сітку визначають як систему невидимих напрямних, уздовж яких розміщують елементи сторінки; така організація підтримує візуальні зв'язки між блоками та зберігає послідовність під час переходу від однієї сторінки до іншої. Хоча цей приклад стосується вебсторінок, базова логіка безпосередньо переноситься на друк: сітка насамперед узгоджує взаємини (вирівнювання, інтервали, ритм), а не диктує конкретні стилістичні рішення [14].

У професійному дискурсі графічного дизайну Массимо Віньеллі (Massimo Vignelli) формулює одну з найпряміших тез щодо призначення сітки: сітка є базовою структурою, яка допомагає впорядкувати контент, забезпечує послідовність і надає композиції організованого вигляду; важливо. У своїй роботі М. Віньеллі підкреслює: можливих сіток багато, але зазвичай існує одна, яка найкраще відповідає конкретному завданню. Принцип «відповідності завданню» є ключовим для модульних сіток, дизайнер не просто обирає кількість колонок, а визначає розмір модуля та стратегію поділу, які узгоджуються з очікуваним контентом і ситуацією читання [15].

Практично модульна сітка формується на основі невеликого набору рішень:

1. *Формат і поля.* Формат (розмір сторінки або рамка екрана) задає загальне поле композиції. Поля визначають корисну площу та встановлюють, наскільки близько контент може підходити до країв, що є ергономічним та естетичним рішенням. М. Віньеллі прямо пов'язує вибір полів із напруженням між краями сторінки та змістом, нагадуючи, що керування білим простором є частиною структурної системи, а не другорядною дією.

2. *Вертикальні поділи (колонки) і горизонтальні поділи (модулі).* Одні лише колонки можуть забезпечити послідовність, але модульна сітка додає горизонтальну опору, щоб вирівнювання працювало не лише зліва направо, а й зверху вниз. М. Віньєллі описує цей крок прямо: після вибору колонок сторінку ділять на певну кількість модулів, утворюючи стабільну матрицю для розміщення інформації. Його приклади показують, як різна кількість модулів (наприклад, 2×4, 3×6, 6×6) змінює діапазон можливих макетів без зміни самого формату.
3. *Розмір модуля та рівень деталізації.* Вітчизняні настанови з верстки конкретизують це: модульна сітка може мати однаковий крок по горизонталі й вертикалі (тоді утворюються квадратні комірки) або різний крок (тоді комірки прямокутні). Елементи – заголовки, зображення, підписи, декоративні частини – розміщують у комірках, а саму сітку потрібно добирати відповідно до матеріалу видання так, щоб вона давала чітке структурне розмежування, а не механічне компонування. Це практичне застереження, адже надто дрібні сітки можуть перетворюватися на зайвий «шум», а надто грубі обмежувати композицію.
4. *Типографічна система та логіка базової лінії.* Хоча модульні сітки часто пояснюють через геометрію, їх ефективність залежить від типографіки: кегль, інтерліньяж, довжина рядка та ієрархія мають узгоджуватися із сіткою так, щоб підтримувати читання. Багато дизайнерів досягають цього, вирівнюючи текст за ритмом базової лінії, який співпрацює з модульними рядами, наприклад, коли висота ряду дорівнює кратному значенню інтерліньяжу основного тексту. Важливим є не догматизм, а передбачуваність: повторювані типографічні рішення легше застосовувати і легше зчитувати [15; 16].

З погляду робочого процесу модульні сітки найефективніші тоді, коли їх застосовують як метод, орієнтований на контент. Практична послідовність може бути такою:

- *Описати типи контенту*, текстові блоки, зображення, дані, навігація, підписи.
- *Оцінити варіативність*, як часто змінюється кількість зображень; наскільки довгими можуть бути заголовки.
- *Обрати модуль, що витримує «найгірший типово можливий випадок»*. Якщо заголовки дуже варіюються, сітка має дозволяти гнучке розтягування елементів на кілька модулів; якщо домінують зображення, сітка може пріоритезувати їх пропорції.
- *Зробити кілька прототипів розворотів/екранів* із реальним, а не умовним контентом і перевірити правила вирівнювання.
- *Визначити допустимі сценарії*, наприклад, зображення можуть займати 2×2, 3×2 або 4×3 модулі; підписи мають вирівнюватися за базовою лінією; бокові блоки займають одну колонку плюс міжколонки.
- *Задokumentувати систему*, щоб інші дизайнери могли відтворювати її послідовно.

Саме тут модульні сітки демонструють свою цінність поза межами естетики: вони підтримують командну роботу та масштабування. Книга Алекса В. Вайта (Alex W. White) «The Elements of Graphic Design» є доречною в цьому контексті, оскільки розглядає «архітектуру сторінки» та ясність як результати дизайну, пов'язані зі структурними рішеннями. У бібліографічних даних видання прямо зазначено, що переглянуте видання розширює обговорення модульності та містить розділ про вебдизайн, що свідчить про те, як сіткове мислення поєднує друк і екран [17].

У сучасній практиці модульні сітки також є містком між редакційним дизайном і дизайном інтерфейсів. В роботі Р. Р. Головатого, де модульні сітки визначаються у вебконтекстах, також пояснюється, що вебсторінки можна розглядати як набори прямокутних блоків, упорядкованих у певній послідовності, часто в одно-, дво- або триколонкових схемах; саме цю «блокову логіку» модульні сітки формалізують. Відмінність між друком і цифровим середовищем полягає не в потребі структури, а в поведінці рамки:

екрани змінюють розмір, підтримують прокручування і адаптуються до різних пристроїв. Тому модульну сітку можна розуміти як приховану координатну систему, що допомагає зберігати взаємини між елементами (вирівнювання, ієрархію, інтервали), навіть коли видимий макет змінюється [14].

Водночас модульні сітки мають обмеження, так найпоширеніша проблема – це надмірна регуляризація, коли все вирівняно, але нічого не виділено, тоді макет стає одноманітним. Робота М. Віньєллі, де сітка трактується як корисний інструмент, а не як обмежувальний механізм, зазначено, що сітки мають підсилювати ясність, а не замінювати дизайнерське рішення. На практиці «порушення сітки» зазвичай означає вибіркочну напругу, а не хаос: один елемент відхиляється від домінантного вирівнювання, щоб створити ієрархію, тоді як решта системи лишається достатньо стабільною для збереження читабельності [15].

Отже, модульні сітки важливі тому, що вони переводять у практичну площину ключову мету дизайну, зробити складну інформацію читабельною та відтворюваною на багатьох сторінках або екранах. Найкраще розуміти їх як систему виважених обмежень, що підтримує варіативність, через розтягування елементів на кілька модулів, групування та ієрархію, а не як стилістичну ознаку. Коли дизайнер обирає розмір модуля, задає логіку колонок і рядів, узгоджує типографіку та документує допустимі сценарії компонування, модульна сітка стає практичною інфраструктурою візуальної комунікації, придатною і для газет, і для вебсайтів, не втрачаючи своєї головної функції: швидко й узгоджено організовувати інформацію в доступному просторі [14].

2.2 Технології поліграфічного виробництва

Для серії плакатів, створеної для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» і «Дизайну та інтер'єру», технологія друку визначає візуальну

переконливість плаката, а саме точність кольору, плавність градієнтів, деталізацію зображень, а також його довговічність – стійкість до стирання, відбитків пальців, впливу світла та логіку виробництва. На практиці оптимальний вибір друку залежить від трьох змінних проєкту: тиражу, середовища експонування, у приміщенні чи напіввідкритому просторі, та типу контенту, переважно типографічного або з домінуванням зображень/3D-рендерів. Серія плакатів для академічних підрозділів часто поєднує всі ці складники: елементи інституційної ідентичності, пояснювальний текст, фотографії та високороздільні рендери.

Результат плаката визначає не лише «друкарня», а весь процес: допресова підготовка → друк → оздоблення. Навчальні матеріали з видавничо-поліграфічних процесів підкреслюють, що виробництво організоване через технологічний цикл і картування процесів, включно з допресовою підготовкою, технологіями виготовлення форм, друком і післядрукарськими операціями [18]. Така постановка питання корисна для серії кафедральних плакатів, бо змушує зафіксувати технічне завдання на ранньому етапі, формат, матеріал-основа, цільові параметри кольору, оздоблення, спосіб монтажу, а не імпровізувати вже у друкарні.

Критично важливе рішення на етапі допресу – обмін файлами. Стандарти PDF/X створені спеціально для зменшення неоднозначностей у файлах, підготовлених до друку. ISO 15930-1 описує методи використання PDF для повного обміну даними СМҮК, «готовими до фінального друкарського відтворення» [19]. Практично це означає вбудовані шрифти, визначений профіль і передбачувану поведінку прозоростей, особливо важливо, коли плакати містять дрібну типографіку, невеликі підписи та градієнти, характерні для 3D-візуалізації.

Офсетна літографія залишається референтною технологією для стабільного, повторюваного кольору в середніх і великих тиражах. Вона потребує друкарських форм, а отже, має більший час і вартість налаштування, зате забезпечує узгоджені результати в сотнях або тисячах

відбитків. ISO 12647-2 задає параметри процесу та цільові значення для чотириколірного аркушевого й рулонного офсетного друку (за винятком певних газетних умов), тому офсет часто розглядають як «контрольований» базовий стандарт у професійних друкарських середовищах [20].

Один із ключових технічних моментів в офсеті, це баланс фарба–вода (зволоження). Спеціалізована література про зволоження в офсетному друці деталізує фізико-хімічні основи офсету зі зволоженням, включно з підготовкою обладнання та зволожувальних розчинів, а також тим, як ці чинники впливають на стабільність друку й виникнення дефектів [21]. Для плакатних проєктів це важливо тоді, коли потрібні стабільні відтінки на фотографіях, нейтральні сірі та плавні тональні переходи в рендерах, у цих зонах нестабільний баланс може спричиняти замулювання тіней, зсуви тону або забруднення пробільних елементів.

Офсет є доцільним вибором в наступних випадках:

- потрібна велика кількість однакових копій;
- потрібна висока узгодженість між кількома друкарськими тиражами;
- є можливість закласти довший термін виробництва та підготовку з використанням друкарських форм.

Для більшості академічних серій плакатів цифровий друк є практичним стандартом, оскільки усуває потребу у виготовленні друкарських форм і підтримує швидкі ітерації. Дослідження з технологій цифрового друку зазначають, що цифровий друк забезпечує можливість змінних даних і швидший випуск продукції, адже друкарські форми не потрібні; також у ньому розрізняють аркушевий і широкоформатний цифровий друк, описують широкоформатні струменеві плотери для великих інтер'єрних композицій та зовнішньої реклами на різних матеріалах (плівка, банерна тканина, текстиль, папір, сітка, полотно), і навіть відзначають дуже великі розміри у практиці.

З боку індустріальних технологій компанія Epson пояснює загальну логіку: традиційний аналоговий друк (часто офсетний) потребує виготовлення форм, що додає часу й витрат; у міру зростання попиту на

короткі тиражі та різноманітні замовлення з малими партіями, розвивається струменевий цифровий друк, зокрема в сегментах вивісок і плакатів як ключових сфер застосування [22].

Цифровий друк є доцільним вибором в наступних випадках:

- короткі тиражі, часті оновлення, персоналізовані версії;
- значна частка зображень і 3D-рендерів, де потрібні чисті градієнти та висока деталізація;
- стислі терміни та ітеративне погодження.

Хоча для повсякденних академічних плакатів трафаретний друк використовують рідше, він залишається цінним, коли потрібні тактильний ефект, насичені плашкові кольори або спеціальні фарби. The Metropolitan Museum of Art узагальнює трафаретний друк як процес продавлювання фарби через сітку на поверхню, де трафарет утворюють шляхом блокування недрукарських ділянок [23]. Ця технологія може наносити товстий шар фарби, ніж багато цифрових методів, що дає змогу отримувати щільний колір, металічні або флуоресцентні фарби, а також фактурні покриття. Це корисно для «флагманських» плакатів (ювілейні виставки, ключові події), де сам плакат має сприйматися як спроектований об'єкт, а не як одноразове оголошення.

Коли трафаретний друк є доцільним:

- обмежена кількість кольорів і виразна графічна ідентичність;
- подієві плакати, де важлива колекційність або реміснича цінність;
- матеріали типу спеціальних паперів або картону, де потрібні товстий шар фарби та підвищена зносостійкість.

Плакати є особливо чутливими до керування кольором. Навчальні матеріали з теорії кольору та кольороутворення описують контроль кольору як ланцюг процесів – сканування, верстка, перетворення кольорів, кольоропроба, кольороподіл, друк – і наголошує, що колір має бути передбачуваним на різних пристроях завдяки системі керування кольором [24]. Те саме джерело застерігає від спрощених таблиць, які декларують

фіксовані відповідності між RGB, CMYK і Pantone, оскільки перетворення залежить від ICC-профілю: змінюється профіль – змінюється і сприйняття кольору. Для кафедральних плакатів це означає практичне правило: завчасно визначити умови друку (тип паперу + профіль + спосіб кольоропроби), особливо коли друкуються 3D-рендери з тонкими матеріальними нюансами (бетон, дерево, відтінки шкіри, металеві акценти).

В академічному середовищі плакати торкаються руками, поруч прибирають, вони піддаються впливу денного світла, а інколи їх демонтують і монтують повторно. Тому вибір оздоблення – ламінування, наклеювання на основу, підрізування – є складовою рішення щодо «технології друку». Матеріали з видавничо-поліграфічних процесів розглядають післядрукарські операції та оцінювання якості як частину виробничої логіки, підкреслюючи, що оздоблення не є обов'язковим, якщо передбачається тривале використання [24]. Для експонування у внутрішньому коридорі матове ламінування може зменшити відблиски та підвищити стійкість до стирання; наклеювання на пінокартон або ПВХ може запобігати скручуванню; рейки здатні підвищити стабільність монтажу.

Технології друку плакатів найкраще розуміти як систему контрольованих компромісів. Офсет забезпечує відтворюваність, керовану стандартами, у великих тиражах; широкоформатний цифровий струменевий друк дає швидкість, різноманітність і можливість ітерацій у малих і середніх тиражах; трафаретний друк забезпечує матеріальну виразність і спеціальні ефекти для спеціальних випадків. Для кафедральної серії плакатів, яка має виглядати професійно, демонструвати 3D-візуали та витримувати реальні навчальні простори, найсильнішою стратегією зазвичай є цифровий друк як основа, доповнений офсетом або трафаретним друком тоді, коли мета комунікації та контекст цього потребують.

РОЗДІЛ 3 ОБГРУНТУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТНОЇ КОНЦЕПЦІЇ

3.1 Обґрунтування проєктної концепції

Основою проєктної концепції є створення узгодженої серії плакатів для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» / «Дизайну та інтер'єру», що має працювати як впізнана система візуальної комунікації в університетському середовищі. Проєкт спрямований не лише на оформлення окремих портретних плакатів, а на формування цілісного візуального образу кафедр через поєднання портретного зображення, короткого текстового повідомлення, графічних елементів, сталої кольорової гами та єдиних композиційних принципів. Такий підхід дає змогу представити кафедри як професійне освітнє середовище, у якому важливими є викладацький досвід, індивідуальна авторська позиція, творча практика та спільна робота зі студентами.

Основою концепції є персоніфікація кафедр через образи викладачів. Такий підхід дозволяє відійти від узагальненої інституційної презентації й показати кафедри через людей, які безпосередньо формують освітній процес, передають професійні знання, підтримують студентів і створюють атмосферу творчої взаємодії. Кожен плакат будується навколо портретного зображення конкретного викладача, його імені, професійного статусу та короткої фрази, що передає педагогічну або дизайнерську позицію. Завдяки цьому плакат виконує не лише інформаційну, а й образну функцію: він не просто повідомляє про викладача, а створює його візуальну характеристику в межах спільної кафедральної системи.

Композиційне рішення серії побудоване на поєднанні великих портретних форм, діагональних графічних ліній, активних кольорових площин і типографічних блоків. Діагональна структура надає плакатам динаміки, підкреслює рух, розвиток і спрямованість освітнього процесу

вперед. Вона також відповідає специфіці дизайнерської освіти, де важливими є пошук, експеримент, візуальна сміливість і здатність перетворювати ідею на завершене графічне рішення. Портрети виконані у чорно-білій растровій стилізації, що створює контраст із насиченим червоним або зеленим фоном і посилює плакатність, виразність та впізнаваність серії.

Колір у проєкті виконує не лише декоративну, а й системоутворювальну функцію. Домінування червоного кольору формує активний, енергійний і візуально напружений характер плакатів. Він асоціюється з рухом, творчою дією, сміливістю та професійною наполегливістю. Зелений колір, використаний в окремих аркушах, дає можливість виділити певні смислові акценти в межах серії, не порушуючи її загальної композиційної логіки. Поєднання червоного, білого, чорного, сірого та зеленого створює лаконічну, але достатньо гнучку кольорову систему, придатну для подальшого масштабування.

Важливою складовою концепції є типографіка. Текстові блоки не розміщуються нейтрально, а стають активними елементами композиції. Імена, посади та авторські висловлювання інтегруються в діагональну структуру плаката і підпорядковуються загальному ритму. Такий прийом підсилює візуальну цілісність і робить текст частиною образу, а не лише додатковим поясненням. Короткі фрази виконують роль смислових акцентів: вони передають професійні принципи, педагогічні настанови або дизайнерські переконання, завдяки чому кожен плакат отримує індивідуальний зміст.

Серія з п'ятнадцяти плакатів, а також їхні англомовні версії, розширюють функціональні можливості проєкту. Україномовні плакати можуть використовуватися у внутрішньому освітньому середовищі, на кафедральних заходах, виставках, презентаціях та в університетському просторі. Англомовні версії створюють умови для представлення кафедр у міжнародному контексті, зокрема під час академічної комунікації, партнерських зустрічей, конкурсів, конференцій або цифрової промоції.

Таким чином, проєктна концепція серії плакатів спрямована на створення впізнаваного візуального образу кафедр через поєднання портретності, графічної виразності, типографічної динаміки та індивідуальних смислових акцентів. Серія має репрезентативний, іміджевий і комунікативний характер, оскільки водночас презентує викладачів, підкреслює професійну ідентичність кафедр і формує цілісне візуальне повідомлення про сучасне дизайнерське освітнє середовище.

3.2 Графічне рішення і композиційний аналіз

Художньо-образне рішення серії плакатів для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» / «Дизайну та інтер'єру» побудоване на поєднанні портретного образу, активної геометричної графіки, контрастної кольорової системи та короткого текстового повідомлення. Основна ідея серії полягає у створенні впізнаваного візуального середовища кафедр, у якому кожен плакат має самостійне значення, але одночасно сприймається як частина єдиного комплексу. Кожний плакат виконує репрезентативну, інформаційну та іміджеву функції: він знайомить із викладачами, демонструє характер кафедральної спільноти, підтримує професійну ідентичність підрозділів і формує загальний візуальний образ освітнього простору.

Серія складається з портретних плакатів із позначеннями кафедр, а також варіантів українською та англійською мовами. Таке рішення розширює сферу використання проєкту, плакати можуть застосовуватися у внутрішньому просторі кафедр, під час виставок, переглядів, презентацій, профорієнтаційних заходів і в цифровій комунікації. Наявність україномовних і англомовних версій підкреслює відкритість кафедр до ширшого академічного та професійного середовища, а також дозволяє адаптувати серію до різних комунікативних ситуацій.

Композиційна структура плакатів побудована за принципом поєднання сталих і змінних елементів. До сталих елементів належать формат плаката,

діагональна побудова, система ліній, розміщення кафедрального знака у вигляді об'ємного куба, використання контрастного фону, чорно-біле портретне зображення та активна типографіка. Змінними елементами є портрет конкретного викладача, його ім'я, посада, авторська фраза, а також мовна версія плаката. Завдяки цьому серія зберігає візуальну єдність, але кожен аркуш має власний характер і легко розпізнається в загальному комплексі.

В основі композиції більшості плакатів лежить асиметрична побудова. Портретне зображення займає значну частину площини й виступає головним візуальним акцентом. Фігура людини зазвичай зміщена відносно центральної осі, що створює враження руху та живої присутності. Такий прийом дозволяє уникнути статичності, характерної для офіційних портретних матеріалів, і наблизити плакат до сучасної графічної айдентики. Портрети сприймаються не як формальні фотографії, а як графічно опрацьовані образи, включені в активну композиційну систему.

Особливу роль у серії відіграє діагональна структура. Діагональні лінії, нахилені текстові блоки та похилі кольорові площини створюють внутрішню динаміку плакатів. Вони спрямовують погляд глядача, формують ритм і візуально об'єднують різні елементи композиції. Лінійна графіка у верхній частині плакатів нагадує просторову сітку, перспективне креслення або конструктивну схему. Це має важливе змістове значення, оскільки обидві кафедри пов'язані з дизайном, просторовим мисленням, моделюванням, композицією та візуальним конструюванням. Таким чином, декоративний елемент одночасно виконує образну функцію: він вказує на проєктність, технічність і системність дизайнерської діяльності.

Портрети виконані у чорно-білій растровій або напівтоновій стилізації. Така обробка зображень наближує фотографії до мови друкованої графіки, посилює плакатність і забезпечує єдність серії навіть за умови використання різних за якістю та освітленням вихідних фотографій (Рис. 3.1). Растрова фактура додає зображенням характеру, створює ефект поліграфічного

відбитка і поєднує портрети з традицією друкованого плаката. Водночас контрастне опрацювання облич і фігур дає змогу добре зчитувати силуети на відстані, що є важливим для експонування плакатів у коридорі, аудиторії або виставковому просторі (Рис. 3.2).

Кольорове рішення серії побудоване на контрасті червоного, зеленого, білого, чорного та сірого кольорів. Червоний колір використано переважно для плакатів, пов'язаних із кафедрою «Дизайну та 3D-моделювання» (Рис. 3.3 – Рис. 3.4). Він формує активний, енергійний і виразний характер аркушів, підкреслює інтенсивність творчого процесу, експериментальність і динаміку цифрового проектування. Зелений колір застосовано для плакатів кафедри «Дизайну та інтер'єру» (Рис. 3.5 – Рис. 3.6). Він створює інший емоційний тон: більш врівноважений, середовищний, пов'язаний із простором, гармонією та організацією предметно-просторового оточення. Завдяки такому поділу кольори виконують навігаційну функцію, допомагаючи розрізнити два кафедральні напрями в межах єдиної серії.

Сірий колір у плакатах виконує роль нейтральної основи та врівноважує активність червоного й зеленого. Він використовується у фонових площинах, діагональних фрагментах і конструктивних елементах. Білий колір забезпечує візуальну паузу, підсилює контраст портрета з фоном і створює ефект вирізаного силуету. Чорний колір переважно зосереджений у портретних зображеннях і типографіці, завдяки чому композиції отримують достатню глибину та графічну насиченість. У сукупності ця кольорова система є лаконічною, але виразною, добре придатною для друку та подальшого масштабування серії.

Фактурне рішення плакатів ґрунтується на поєднанні плоских кольорових площин, растрової фотографічної фактури та тонкої лінійної графіки. Плоскі фони створюють чисту плакатну основу, на якій добре зчитуються портрети й текст. Растрове опрацювання додає зображенням тактильності та поліграфічної виразності. Лінійні елементи формують просторовий шар, що асоціюється з кресленням, моделюванням,

перспективою та побудовою форми. Завдяки цьому плакат не виглядає як звичайний портретний аркуш, а перетворюється на складну графічну композицію, у якій людина, текст і конструктивна структура взаємодіють між собою.

Типографіка в серії є одним із головних композиційних інструментів. Імена викладачів, посади, назви кафедр і короткі фрази розміщуються під кутом, повторюючи загальну діагональну логіку. Це робить текст не пасивним підписом, а активним графічним елементом. Великі літери, щільний набір, контраст масштабу та розворот текстових блоків підсилюють ритм плаката. Авторські висловлювання виконують роль смислових акцентів: вони передають професійні принципи, педагогічні установки або творчі орієнтири конкретної особи. У результаті кожен плакат набуває індивідуального змісту, хоча залишається в межах спільної візуальної системи.

Важливим елементом серії є кафедральний знак у вигляді об'ємного куба, розміщений у верхній частині більшості плакатів. Куб поєднує червоний і зелений кольори, завдяки чому в одному елементі об'єднуються два кафедральні напрями. За своїм змістом він асоціюється з просторовим моделюванням, тривимірністю, конструкцією та дизайнерським мисленням. Його повторення в кожному плакаті забезпечує сталість айдентики й створює ефект візуального маркера, за яким серія легко впізнається. На службових аркушах із позначеннями «Кафедра ДЗД», «Department D3D», «Кафедра ДІ», «Department DI» цей знак і діагональна графіка стають основними носіями ідентифікації.

Композиційний аналіз проєктної графіки демонструє, що серія добре працює у великому комплексі (Рис. 3.7). Плакати, розміщені поруч, утворюють ритмічну сітку, де червоні та зелені блоки чергуються й підтримують загальну структуру. Повторення формату, діагоналей, портретної стилізації та знаку створює цілісність, а зміна облич, поз, мовних версій і текстових фраз забезпечує різноманітність. У серії присутні також

дубльовані або варіативні аркуші, що демонструють можливість адаптації одного композиційного принципу до різних мовних, інформаційних і презентаційних завдань.

У цілому художньо-образне рішення серії можна охарактеризувати як динамічне, контрастне, конструктивне та репрезентативне. Воно поєднує образ людини з мовою графічної системи, а індивідуальність викладачів із загальною кафедральною айдентикою. Композиційна побудова, кольорове кодування, растрова стилізація портретів, діагональна типографіка з використанням кафедрального шрифту та повторюваний знак формують єдину візуальну мову, придатну для друку, експонування та цифрового використання. Серія плакатів завдяки цьому сприймається як завершений комунікативний комплекс, що представляє кафедри як сучасне, активне й професійно орієнтоване дизайнерське середовище.

3.3 Виготовлення макетної частини

Виготовлення макетної частини є завершальним етапом практичної реалізації проєктної концепції серії плакатів для кафедр «Дизайну та 3D-моделювання» / «Дизайну та інтер'єру». На цьому етапі проєктне графічне рішення переходить із цифрового середовища у матеріальну форму, що дає змогу перевірити його масштаб, читабельність, кольорову виразність, якість друку та загальне сприйняття у реальному просторі (Рис. 3.8). Для серії плакатів, побудованої на контрасті портретного зображення, активної типографіки, діагональної композиції та насичених кольорових площин, матеріал і спосіб друку мають принципове значення, оскільки саме вони визначають точність передання графічної системи.

Макетна частина проєкту передбачає виготовлення демонстраційних плакатів у затвердженому форматі з урахуванням подальшого експонування в університетському середовищі. Перед друком усі макети проходять етап технічної підготовки: перевіряється відповідність розміру аркуша, наявність

полів і припусків під обріз, коректність кольорової моделі, достатня роздільна здатність растрових зображень, правильність розміщення текстових блоків, а також загальна узгодженість плакатів між собою. Особлива увага приділяється портретним зображенням, оскільки вони виконані у чорно-білій растровій стилізації і мають зберігати виразність облич, силуетів і фактури після друку.

Для виготовлення макетної частини можна виділити два принципові підходи. Перший підхід передбачає друк плакатів на крейдованому папері щільністю 170 г/м² або на матовому фотопапері. Такий варіант є доцільним для демонстраційної подачі, кафедрального перегляду, тимчасового експонування, презентації проєкту або формування комплекту плакатів у паперовому вигляді. Крейдований папір забезпечує достатню щільність основи, рівномірне нанесення фарби та якісне передання кольорових площин. Його поверхня добре підходить для плакатів із великими заливками червоного й зеленого кольорів, тонкими діагональними лініями та контрастною типографікою.

Матовий фотопапір є більш презентаційним варіантом для друку, коли потрібно підсилити чіткість портретних зображень і зберегти насиченість кольору без надмірного блиску. Матова поверхня зменшує відблиски, що особливо важливо під час перегляду плакатів у приміщенні з верхнім або боковим освітленням. Для даної серії це має практичне значення, оскільки на плакатах присутні дрібні текстові елементи, нахилені написи, кафедральний знак, тонка лінійна графіка та фрагменти растрового зображення. Надмірно глянцева поверхня могла б ускладнювати сприйняття цих деталей, тоді як матовий фотопапір підтримує більш рівномірне зчитування композиції.

Паперовий спосіб виготовлення макетної частини має кілька переваг. Він є технологічно доступним, дозволяє швидко надрукувати серію, за потреби внести зміни до окремих плакатів і повторити друк після коригування. Такий підхід зручний на етапі захисту дипломного проєкту, оскільки дає змогу продемонструвати повну серію плакатів у єдиному

масштабі, оцінити їхню композиційну цілісність і перевірити, як працює чергування червоних і зелених аркушів у загальній експозиції. Водночас паперовий друк розрахований переважно на акуратне використання, зберігання у папках, короткочасне розміщення на стендах або оформлення демонстраційного планшета.

Другий підхід передбачає друк на самоклеїтній плівці з подальшим наклеюванням на пластик ПВХ товщиною 3 мм. Цей варіант є більш стійким і придатним для тривалого експонування у просторі кафедр, коридорах, аудиторіях або виставкових зонах. Самоклеїтна плівка дає змогу отримати рівну друковану поверхню, а пластик ПВХ виконує роль жорсткої основи, яка запобігає деформації, скручуванню та випадковому пошкодженню плаката. Товщина 3 мм є достатньою для того, щоб плакат сприймався як завершений експозиційний об'єкт, але залишався легким для монтажу, транспортування та заміни.

Перевагою друку на плівці з поклейкою на ПВХ є підвищена довговічність виробу. Такий спосіб виготовлення підходить для плакатів, які мають функціонувати в реальному інтер'єрному середовищі протягом тривалого часу. Поверхня краще витримує дотики, переміщення, прибирання, зміну освітлення та багаторазове встановлення. Для кафедральної серії це важливо, оскільки плакати можуть використовуватися під час профорієнтаційних заходів, днів відкритих дверей, виставок студентських робіт, презентацій освітніх програм та оформлення постійної експозиції. У такому випадку макетна частина набуває статусу не тимчасової демонстрації, а повноцінного елемента візуального середовища.

Під час виготовлення плакатів на плівці необхідно враховувати точність поклейки. Поверхня ПВХ має бути чистою, сухою та рівною, оскільки будь-які пилові частинки або повітряні бульбашки можуть вплинути на якість готового виробу. Друковану плівку потрібно наносити поступово, вирівнюючи її за краями та контролюючи збереження формату. Після поклейки плакат обрізається за розміром, а краї перевіряються на

акуратність. За потреби можливе додаткове захисне ламінування, яке підвищує стійкість поверхні до стирання та механічних впливів.

Вибір між двома підходами залежить від функції макетної частини. Якщо основним завданням є демонстрація проєкту на захисті, перевірка кольору, композиції та загального вигляду серії, доцільним є друк на крейдованому папері 170 г/м² або матовому фотопапері. Якщо ж плакати планується використовувати як довготривале оформлення кафедрального простору, більш виправданим є друк на плівці з подальшою поклейкою на пластик ПВХ товщиною 3 мм. Обидва варіанти відповідають характеру проєкту, але орієнтовані на різні умови експонування.

Таким чином, виготовлення макетної частини завершує процес розробки серії плакатів і дає змогу оцінити проєкт у матеріальному виконанні. Саме на цьому етапі перевіряється, наскільки вдало працюють композиційна сітка, кольорова система, растрова стилізація портретів, типографіка та кафедральна айдентика. Паперовий друк забезпечує швидку і якісну презентацію серії, а друк на плівці з поклейкою на ПВХ створює можливість для довготривалого використання плакатів у просторі кафедр. У результаті макетна частина не лише демонструє зовнішній вигляд проєкту, а й підтверджує його придатність до реального поліграфічного виготовлення та експонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Barnicoat J. *A Concise History of Posters: 1870–1970*. New York : H. N. Abrams, 1972. 288 p.
2. Meggs P. B., Purvis A. W. *Meggs' History of Graphic Design*. 6th ed. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2016. 704 p.
3. Twyman M. *Printing 1770–1970: An Illustrated History of Its Development and Uses in England*. London : Eyre & Spottiswoode, 1970. 283 p.
4. Burke P. *Eyewitnessing: The Uses of Images as Historical Evidence*. London : Reaktion Books, 2001. 224 p.
5. Haskell F. *History and Its Images: Art and the Interpretation of the Past*. New Haven ; London : Yale University Press, 1993. 558 p.
6. Barthes R. *Image–Music–Text / essays selected and translated by S. Heath*. London : Fontana Press, 1977. 220 p.
7. Mitchell W. J. T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago : University of Chicago Press, 1994. 462 p.
8. Rose G. *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. 4th ed. London : SAGE Publications, 2016. 456 p.
9. Forty A. *Objects of Desire: Design and Society Since 1750*. London : Thames & Hudson, 1986. 256 p.
10. Pryshchenko S. V. Cultural heritage of a poster: communicative and creative experience // *Creativity Studies*. 2021. Vol. 14, No. 1. P. 18–33. URL: <https://doi.org/10.3846/cs.2021.12605> (дата звернення: 01.03.2026).
11. Animayo. Concurso de Carteles Animayo 2026 [Електронний ресурс]. URL: https://www.animayo.com/?accion=concurso_carteles (дата звернення: 01.03.2026).
12. Elam, K. *Grid systems: principles of organizing type*. New York : Princeton Architectural Press, 2004. 120 p.

13. Кобильнік, К. О. Модульні сітки, як базова структура газетних видань // *Технологія і техніка друкарства*. 2010. № 4(30). С. 60–67. DOI: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.4\(30\).2010.55692](https://doi.org/10.20535/2077-7264.4(30).2010.55692)

14. Головатий, Р. Р. Основи графічного дизайну та проектної графіки : конспект лекцій [Електронний ресурс]. Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, 2019. 80 с. URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/5778/1/Основи%20графічного%20дизайну%20та%20проектної%20графіки.pdf>

15. Vignelli, M. The Vignelli Canon [Електронний ресурс]. URL: <https://www.rit.edu/vignellicenter/sites/rit.edu.vignellicenter/files/documents/The%20Vignelli%20Canon.pdf> (дата звернення: 29.03.2026).

16. Чепурна, К. О. Комп'ютерна верстка : комп'ютерний практикум [Електронний ресурс]. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 67 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/b1e2aca2-dfec-48b3-bfc6-d92b1688940e/content> (дата звернення: 29.03.2026).

17. White, A. W. *The Elements of Graphic Design: Space, Unity, Page Architecture, and Type*. New York, NY : Allworth Press, 2011. 224 p.

18. Грабовський, Є. М.; Оленич, М. М. Технологічні процеси видавничо-поліграфічної справи : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 192 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://surl.lu/kedsbe>

19. ISO. ISO 15930-1:2001. Graphic technology — Prepress digital data exchange using PDF — Part 1: Complete exchange of CMYK data (PDF/X-1 and PDF/X-1a) [Електронний ресурс]. URL: <https://www.iso.org/standard/29061.html> (дата звернення: 29.03.2026).

20. ISO. ISO 12647-2:2013. Graphic technology — Process control for the production of half-tone colour separations, proof and production prints — Part 2: Offset lithographic processes [Електронний ресурс]. URL: <https://www.iso.org/standard/93279.html> (дата звернення: 29.03.2026).

21. Розум, Т.; Зоренко, О.; Мельников, О.; Величко, О. Зволоження в офсетному друці : навчальний посібник / за заг. ред. О. М. Величко. Київ :

НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», Вид-во «Політехніка», 2016. 173 с.
[Електронний ресурс]. URL:
https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/18159/1/Zvologzennya_Offset_Druck.pdf
(дата звернення: 29.03.2026).

22. Epson. PrecisionCore Technology and the Future of Society
[Електронний ресурс]. URL:
<https://corporate.epson/en/technology/overview/printer-inkjet/precision-core.html>
(accessed: 29.03.2026).

23. The Metropolitan Museum of Art. Screenprint : Materials and
Techniques (Printmaking) [Електронний ресурс]. URL:
<https://www.metmuseum.org/perspectives/materials-and-techniques-printmaking-screenprint>
(дата звернення: 29.03.2026).

24. Гавриляк, М. С. Теорія кольору і кольороутворення : навчальний
посібник. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія
Федьковича, 2022. 263 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://surl.li/bpjxqv>
(дата звернення: 29.03.2026).

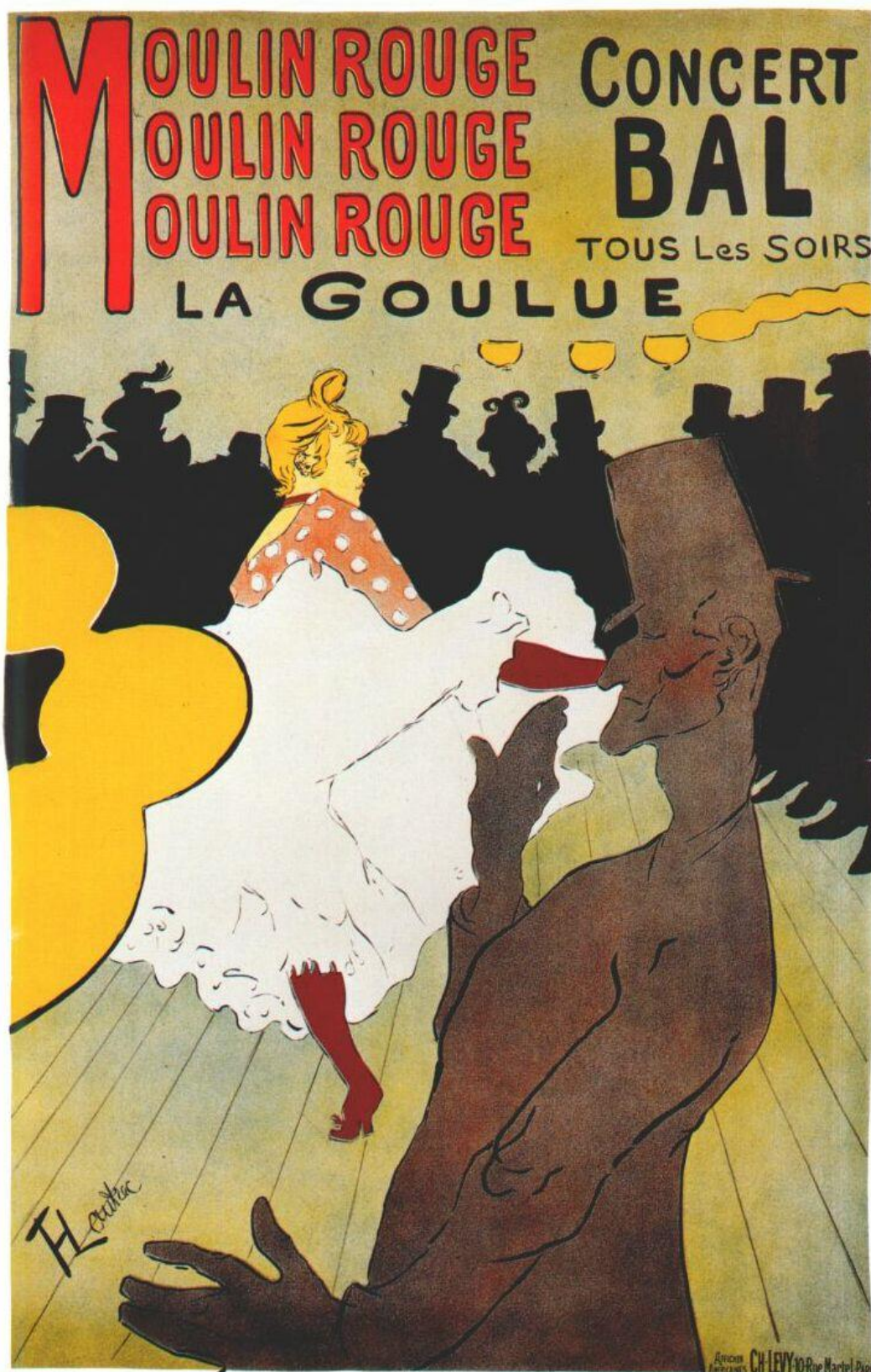


Рисунок 1.1. Анрі де Тулуз-Лотрек. Комерційний рекламний плакат кабаре «Moulin Rouge: La Goulue», 1891



Рисунок 1.2. Кіноплакат до фільму «The Man with the Golden Arm» («Людина із золотою рукою»), 1955

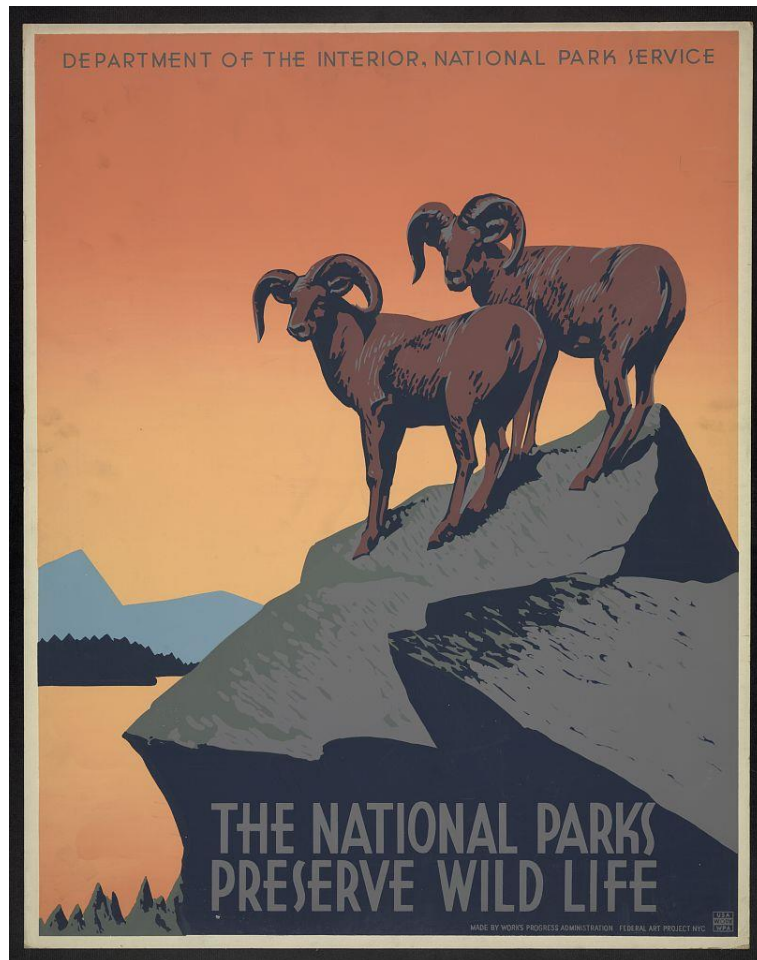


Рисунок 1.3. Д. Хірт. Соціальний плакат WPA для National Park Service «The national parks preserve wild life», 1936–1939



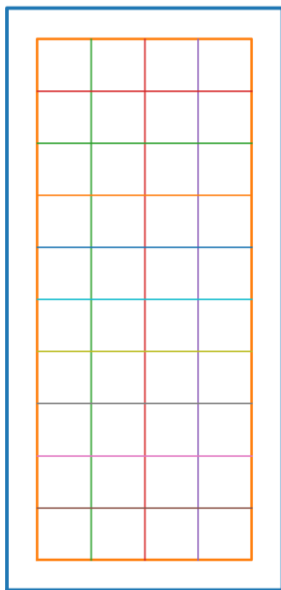
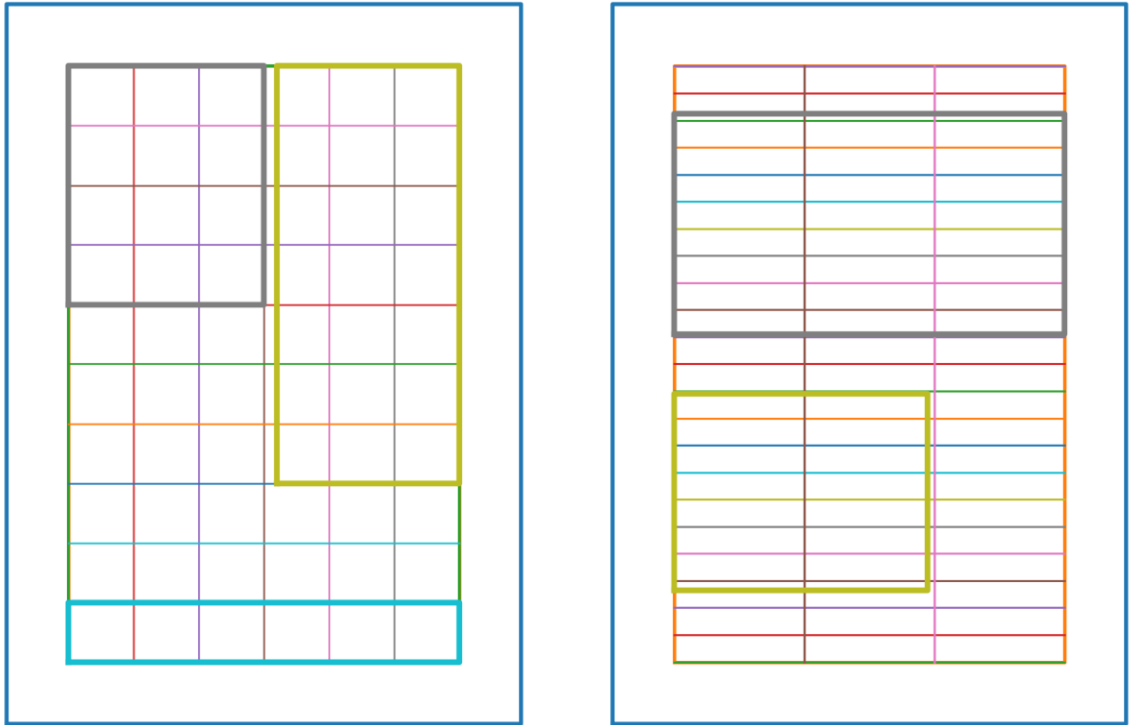
Рисунок 1.4. Ф. Ч. Херрік. Транспортно-рекламний плакат London Underground «Underground to Wood Lane to anywhere: International Advertising Exhibition at the White City», 1920



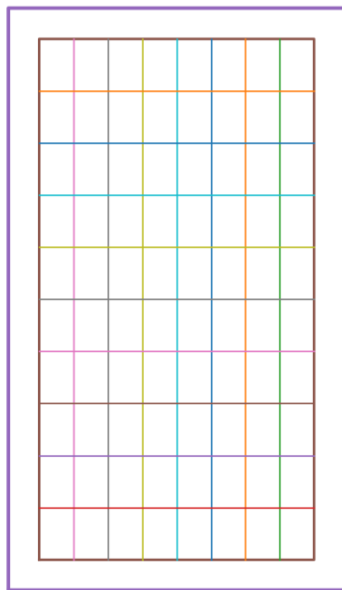
Рисунок 1.5. Інструктивний плакат CDC з гігієни рук «Wash Your Hands!» (Life is Better with Clean Hands), 2020



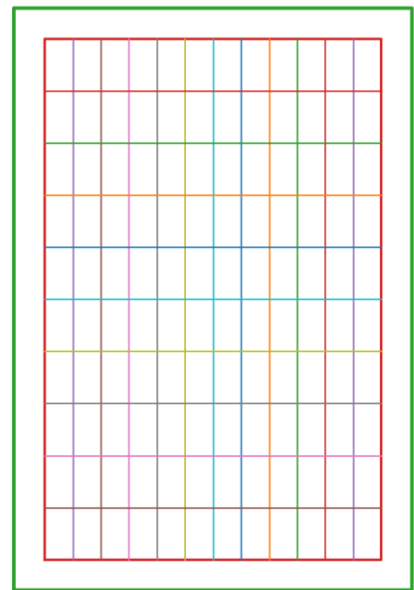
Рисунок 1.6. К. Черомухіна. Фестивальний постер-переможець Animayo 2025 «A Journey to the Unknown», 2025



Мобільний



Планшет



Десктоп

Рисунок 2.1. Модульні сітки під аналогові та цифрові носії

ДОДАТОК Б. ГРАФІЧНЕ РІШЕННЯ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ, ЕСКІЗ ПРОЄКТНОЇ ГРАФІКИ

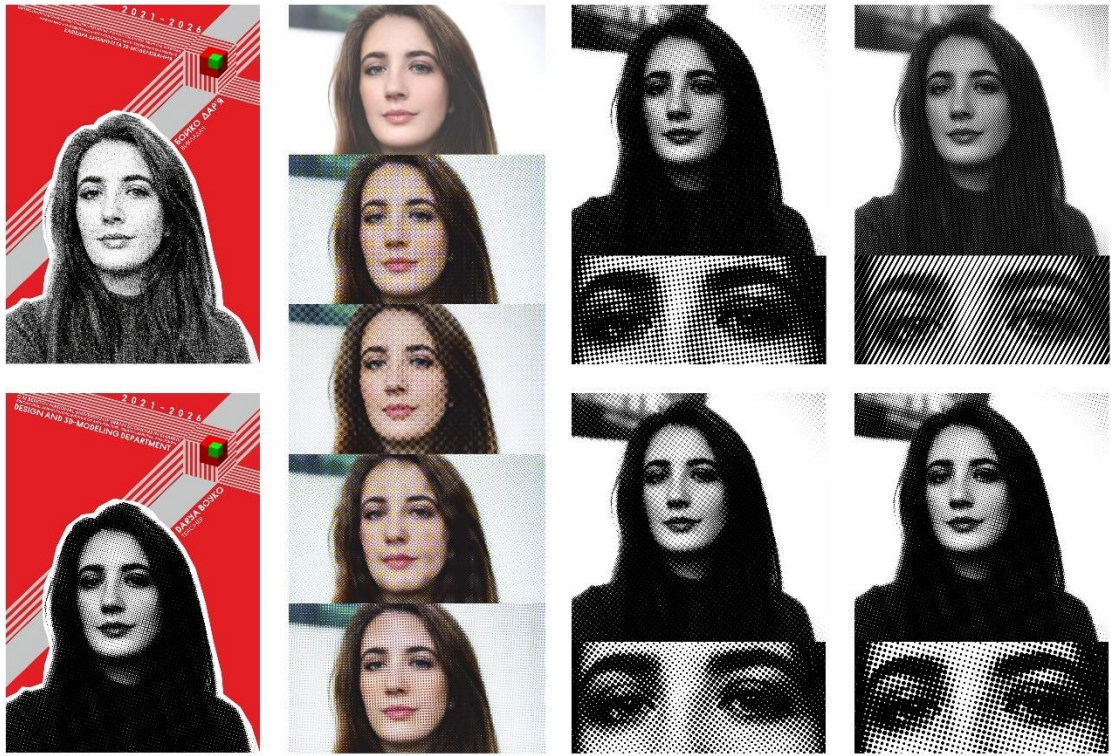


Рисунок 3.1. Графічні пошуки обробки портретів викладачів для серії плакатів

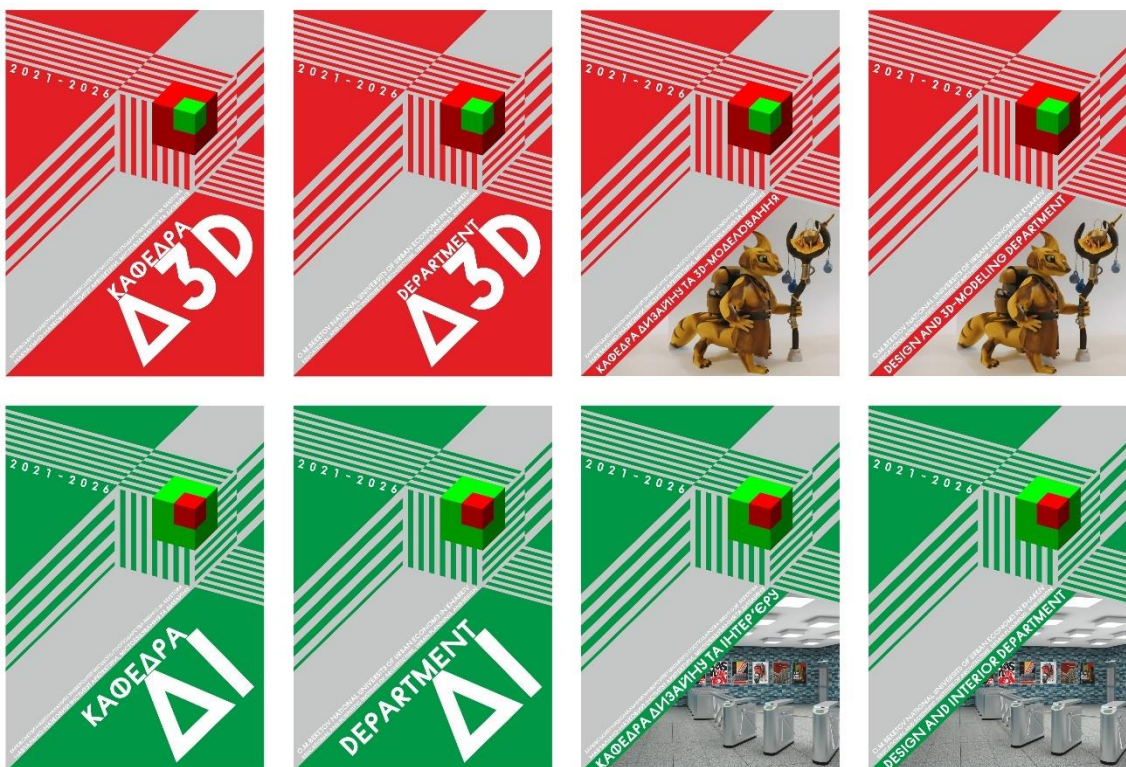


Рисунок 3.2. Композиційні пошуки шрифтових плакатів та плакатів з роботами студентів кафедр



Рисунок 3.3. Плакати кафедри «Д3D». Директор ННІ АМД проф. Рищенко Т.Д. (верхній ряд, зліва); завідувач кафедри «Д3D» доц. Вергунова Н.С. (верхній ряд, справа); доцент кафедри «Д3D» Іванона Н.В. (нижній ряд)



Рисунок 3.4. Плакати кафедри «Д3D». Асистент Бойко Д.В. (верхній ряд зліва), асистент Голус В.А. (верхній ряд справа); професор Левадний О.М. (нижній ряд зліва); асистент Шевченко К.С. (нижній ряд справа)

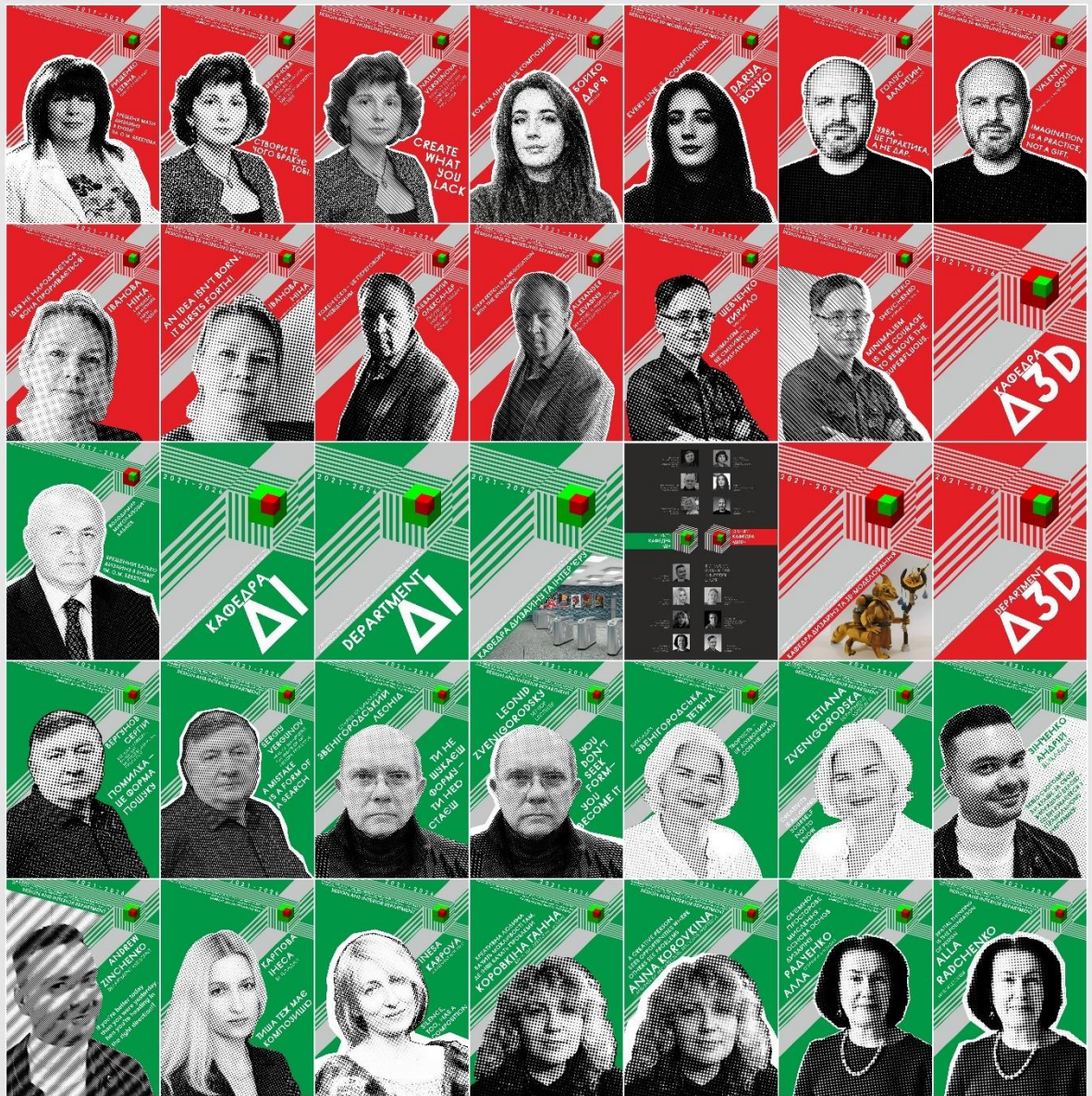


Рисунок 3.5. Плакати кафедри «ДІ». Завідувач кафедри, проф. Вергунов С.В. (верхній ряд зліва), старший викладач кафедри Звенігородський Л.А. (верхній ряд справа); асистент кафедри Карпова І.Ю. (нижній ряд)



Рисунок 3.6. Плакати кафедри «ДІ». Асистент Звенігородська Т.Є. (верхній ряд зліва), асистент Зінченко А.Г. (верхній ряд справа); старший викладач Радченко А.О. (нижній ряд зліва); доцент Коровкіна Г.А. (нижній ряд справа)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР» ЗА ТЕМОЮ:
 СЕРІЯ ПЛАКАТІВ ДЛЯ КАФЕДР «ДИЗАЙНУ ТА 3D-МОДЕЛЮВАННЯ» / «ДИЗАЙНУ ТА ІНТЕР'ЄРУ».
 A SERIES OF POSTERS FOR THE DEPARTMENTS OF «DESIGN AND 3D MODELING» / «DESIGN AND INTERIOR».



Виконала: студентка IV курсу Поперечна Катерина (дизайн 2022-2), керівник: асистент кафедри «Дизайн та інтер'єр» Зінченко Аنادри Георгійович

Рисунок 3.7. Ескіз проектної графіки

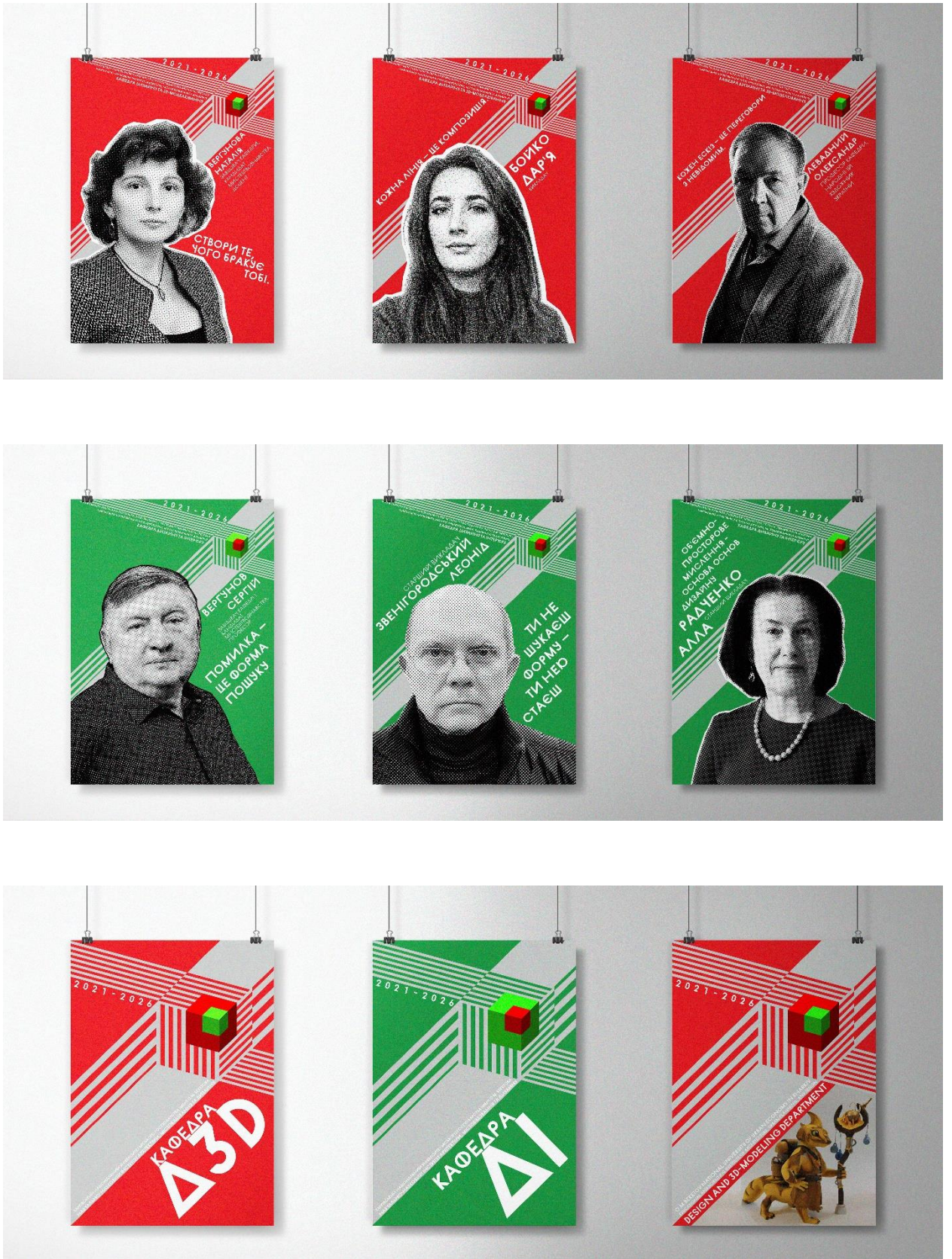


Рисунок 3.8. Макетна частина