

**ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ЦИКЛОВА КОМІСІЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ДИЗАЙН**




«ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ»  
Голова циклової комісії

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА  
ДО ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
ФАХОВОГО МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА**

**«СЕРІЯ ПОСТЕРІВ З ТЕХНІКИ БЕЗПЕКИ»**

Виконала: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Кузнєцова Ксенія Андріївна  
(підпис)

Керівник: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Владимирський Олег Володимирович,  
(підпис)

Рецензент: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Лебеденко Галина Валеріївна  
(підпис)

Одеса, 2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Історико-теоретичні засади розробки серії постерів</b> .....	
1.1. Теоретичні основи розробки постерів у графічному дизайні.....	6 7
1.2. Історичний аналіз та досвід розробки постерів про техніку безпеки.....	14
1.3. Концепція проєкту створення серії постерів про техніку безпеки.....	19
<b>РОЗДІЛ 2. Реалізація проєкту розробки серії постерів з техніки безпеки</b> .....	24
2.1. Основи розробки постерів з техніки безпеки у графічному дизайні.....	24
2.2. Розробка ключових елементів в оформленні постерів з техніки безпеки.....	27
2.2.1 Вибір стильового рішення серії.....	27
2.2.2 Вибір заголовків для серії.....	31
2.2.3 Етапи роботи над постерами .....	33
2.2.4 Вибір кольорової палітри.....	36
2.2.5 Дизайн постерів: структура та типографіка.....	40
2.2.6 Графічні елементи постерів з техніки безпеки.....	43
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	48
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	52
<b>ДОДАТКИ</b> .....	54

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Останніми роками плакат утвердився як одне з найяскравіших явищ образотворчого мистецтва, ставши невід'ємною частиною інформаційно-комунікативного середовища. Плакати органічно вплелися у повсякденне життя, знайшовши своє застосування у політичній, соціальній, інформаційній, рекламній та інших сферах. Це зумовлено тим, що плакатна продукція є одним із найефективніших засобів привернення уваги суспільства до найважливіших питань. За допомогою постера можна чітко та лаконічно передати зміст повідомлення, сконцентрувати увагу глядача, використовуючи виразні образотворчі засоби, сучасний та креативний дизайн.

Мистецтво створення плакатів та постерів активно розвивається і в галузі техніки безпеки. Особливого поширення набули постери про техніку безпеки, які являють собою специфічний вид плакатної продукції. Специфіка постерів про техніку безпеки полягає у безпосередньому зверненні до емоцій та почуттів людини.

Таким чином, актуальність теми дослідження зумовлена значною роллю плакатів у сучасному суспільстві, їхньою здатністю впливати на масову свідомість і сприяти поширенню важливих ідей та цінностей. Дослідження мистецтва плакату та його впливу на різні сфери життя дозволяє краще зрозуміти механізми візуальної комунікації та розвивати нові ефективні засоби взаємодії з аудиторією.

**Метою дипломного проєкту** є створення макету комплексу постерів про техніку безпеки. Проєкт спрямований на підвищення обізнаності осіб про правила безпеки та сприяння їхньому дотриманню в виробничому середовищі.

Для досягнення цієї мети було визначено **завдання**:

1. Визначити ключові дефініції поняття постера про техніку безпеки, аналізуючи його функції та значення в контексті візуальної комунікації.

2. Описати композиційні та художні особливості оформлення плакатної продукції, зокрема, виявити ефективні прийоми, що сприяють максимальному впливу на цільову аудиторію.
3. Обґрунтувати вибір програмного забезпечення для виготовлення комплекту постерів про техніку безпеки, враховуючи його функціональні можливості та відповідність поставленим завданням.
4. Розробити макет комплекту постерів про техніку безпеки, включаючи розробку візуальних концепцій, вибір кольорової гами, шрифтів та графічних елементів.

**Об'єктом дослідження** є плакат як специфічний вид друкованої продукції, що поєднує текстові та візуальні елементи для досягнення комунікативних цілей.

**Предметом дослідження** виступає макет комплекту постерів про техніку безпеки, який передбачає розробку єдиного стилю, концепції та структурного оформлення для ефективного впливу на студентську аудиторію.

Проект також охоплює вивчення сучасних тенденцій у дизайні постерів про техніку безпеки та аналіз успішних прикладів з метою впровадження найкращих практик у власній розробці. Таким чином, результати дипломного проєкту можуть бути використані для покращення навчального процесу та підвищення рівня обізнаності студентів щодо безпеки у навчально-науковій діяльності факультету.

**Методи дослідження.** Для досягнення мети та виконання поставлених завдань було застосовано комплексний підхід, що включає використання різних наукових методів. Зокрема, було застосовано: загальнонаукові теоретичні методи: аналіз наукової літератури: для визначення поняття постера про техніку безпеки та його характеристик; метод синтезу: для вивчення та інтеграції складових елементів плакатної продукції; метод спостережень: для аналізу існуючих аналогічних продуктів з метою визначення їхніх сильних та слабких сторін; метод порівняльного аналізу:

для зіставлення художньо-естетичних ознак плакатної продукції та порівняння різних програмних засобів, використовуваних для створення комплекту постерів; метод узагальнення: для формулювання висновків на основі проведених досліджень. Специфічні наукові методи: проєктування: для створення макету комплекту постерів про техніку безпеки, враховуючи стиль та особливості факультету міжнародних відносин.

**Практичне значення результатів** полягає в наступному: розроблено комплект постерів про техніку безпеки, який враховує унікальну стилістику та вимоги і може бути використаний як наочність до вивчення питань з техніки безпеки. Цей комплект спрямований на підвищення обізнаності осіб про правила безпеки та створення безпечного виробничого середовища; уточнено класифікацію плакатної продукції, включаючи постери про техніку безпеки, що дозволяє краще зрозуміти їхні функціональні та естетичні особливості; удосконалено методи та засоби розробки комплекту постерів про техніку безпеки, що включають використання сучасних програмних продуктів і креативних підходів до дизайну.

Таким чином, проведене дослідження не тільки внесло новий внесок у теорію та практику створення плакатів, але й запропонувало конкретні інструменти для ефективного підвищення рівня безпеки та мотивації серед працівників.

## **РОЗДІЛ 1. Історико-теоретичні засади розробки серії постерів**

Розробка розробки серії постерів починається з передпроектної підготовки, зокрема, з визначення цілей та аудиторії. Спочатку необхідно чітко сформулювати, яку мету необхідно досягти за допомогою постерів, будь то рекламна кампанія, інформаційний проєкт або освітня ініціатива. Важливо визначити цільову аудиторію, зокрема її вік, інтереси та демографічні характеристики, що дозволить точніше налаштувати повідомлення та візуальний стиль під потреби аудиторії.

Наступним кроком є проведення досліджень та аналізу, що включає вивчення аналогічних проєктів, аналіз їхніх сильних і слабких сторін, а також дослідження актуальних тенденцій у дизайні та маркетингу, які можуть вплинути на ефективність постерів.

Формування концепції передбачає розробку основних тем і ключових повідомлень, які будуть передаватися через постери, а також визначення візуального стилю, що включає кольорову гаму, шрифти та графічні елементи, які найкраще підходять для цілей та аудиторії. Важливо також запланувати необхідні ресурси та бюджет.

Розрахунок бюджету включає оцінку витрат на розробку та виготовлення постерів, а визначення ресурсів охоплює необхідність залучення графічних дизайнерів, фотографів та друкарень.

Створення технічного завдання (ТЗ) є ключовим етапом, де детально формулюються всі вимоги та побажання до постерів, включаючи терміни виконання для кожного етапу розробки та затвердження. Узгодження та затвердження концепції з усіма зацікавленими сторонами є завершальним кроком передпроектної стадії. Якщо робота ведеться з клієнтом, важливо провести консультації для обговорення і узгодження всіх деталей проєкту, щоб уникнути непорозумінь на наступних етапах. Отримання остаточного затвердження концепції дозволить перейти до наступної стадії розробки з впевненістю, що всі сторони розуміють та погоджуються з обраним напрямком.

Передпроектна стадія є критично важливою, оскільки вона закладає основу для всієї подальшої роботи та визначає напрямок розвитку проєкту.

### **1.1. Теоретичні основи розробки постерів у графічному дизайні**

Мистецтво плаката завжди привертало увагу як вітчизняних, так і зарубіжних мистецтвознавців та науковців. Проте, досі відсутні ґрунтовні дослідження, які б висвітлювали встановлені методики аналізу плакатної продукції, її термінологію та класифікацію. Це свідчить про необхідність подальшого вивчення цього важливого аспекту візуального мистецтва.

Плакат представляє собою вид прикладного мистецтва, в якому основний слоган суспільного, політичного, рекламного, інформаційного чи мистецького характеру втілюється в графічній формі, тиражується та розповсюджується в публічних місцях. Це дозволяє плакатам виконувати важливу комунікативну функцію, привертаючи увагу широкої аудиторії.

Відповідно до стандарту ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять», плакат визначається як «видання у вигляді одного чи декількох аркушів друкованого матеріалу встановленого формату, надруковане з одного чи з обох боків аркуша, призначене для експонування» [1, с. 6]. Це визначення підкреслює ключові характеристики плакатів, включаючи їх форму, спосіб друку та основне призначення.

Як вид графічного мистецтва, плакат став важливою складовою візуальної культури та потужним засобом впливу на свідомість глядачів. Він здатний не тільки інформувати, але й емоційно залучати, мотивувати до дій та впливати на громадську думку. Плакати використовуються в різних сферах життя, від політичних кампаній до рекламних акцій, і відіграють значну роль у формуванні суспільної свідомості.

Мистецтво плаката постійно еволюціонує, відображаючи зміни в суспільстві, технологіях та художніх стилях. Сучасні плакати все частіше використовують цифрові технології, що дозволяє створювати більш складні та привабливі візуальні образи. Незважаючи на це, основні принципи ефективного плакатного дизайну залишаються незмінними: простота, зрозумілість та емоційна виразність.

Отже, мистецтво плаката продовжує залишатися важливим об'єктом наукових досліджень, що потребує подальшого вивчення та систематизації. Це дозволить глибше зрозуміти його роль у сучасному світі та розвивати нові підходи до створення ефективних візуальних комунікацій.

Постер сьогодні виконує інформативну, комерційну та психологічну функції. Він розміщується у міських просторах, торгових центрах, кінотеатрах, офісах та навчальних закладах. Його специфіка вимагає, щоб він був помітним з великої відстані, легко читався та розумівся, чітко передавав ідею та привертав увагу глядача. Постери часто поєднують текстові та графічні елементи для ефективного передавання повідомлень.

У різних сферах життя для забезпечення комунікації в постерах використовуються засоби графічного дизайну, такі як художні метафори, масштабовані фігури та символічне зображення предметів. Важливим фактором при цьому є графічна виразність, яка включає використання несподіваних композиційних рішень та стилізацію основних компонентів.

Для текстових елементів значущими є вибір шрифту, його розмір і колір, шрифтова композиція та колірне рішення. Образність постера є ключовим чинником, що впливає на взаємодію з глядачем. Основні вимоги до образної мови полягають у точному та несподіваному розкритті суті, яке легко сприймається, запам'ятовується та стимулює глядача до аналізу отриманої інформації та подальших дій.

З розвитком фотографічного мистецтва фотографія стала невід'ємною складовою постерів, поєднуючись із живописом чи іншими художніми елементами. Використання фотографії дозволяє додати реалізму та емоційної насиченості, що підсилює загальний вплив постера.

Таким чином, сучасний постер є багатофункціональним інструментом візуальної комунікації, який ефективно використовує текстові та графічні компоненти для досягнення максимального впливу на глядача. Він здатний не тільки інформувати, але й мотивувати до певних дій, залишаючи

незабутнє враження завдяки своїй художній виразності та естетичному виконанню.

Класифікація плакатів охоплює широкий спектр типів, оскільки вони представляють собою один з найпоширеніших жанрів графічного мистецтва, що виконує функції наочної політичної агітації, рекламування, інструктажу, інформування та навчання.

Залежно від знакової природи інформації та композиційних особливостей, плакати можна поділити на такі основні види (рис. 1):

1. **Образотворчі плакати:** центральним елементом яких є графічне зображення. Текстова складова в таких плакатах може бути мінімальною або навіть відсутньою, що робить зображення головним носієм інформації та емоційного впливу.
2. **Шрифтові плакати:** у яких основну роль відіграє текст. Домінують слогани, гасла та допоміжні текстові елементи, які можуть мати візуальний акцент завдяки шрифтам, їх розмірам та кольоровій гамі.
3. **Комбіновані плакати:** поєднують графіку та текст у гармонійній композиції. Вони використовують як візуальні, так і вербальні елементи для досягнення максимального впливу та передання повідомлення.



Рис. 1. Види плакатів залежно від природи інформації та композиційних особливостей

Залежно від техніки виконання плакати можуть бути:

1. **Друковані плакати:** створюються за допомогою різних методів друку, включаючи офсетний, цифровий та інші види друку. Вони можуть виготовлятися великими тиражами та широко використовуватися для масової комунікації.
2. **Трафаретно-шовкографічні плакати:** виконуються методом шовкографії, який дозволяє створювати яскраві та насичені зображення на різних поверхнях.
3. **Мальовані від руки плакати:** створюються вручну художниками. Такі плакати мають особливу цінність завдяки своїй унікальності та авторському стилю.
4. **Світлові плакати:** використовують світлові елементи або підсвітку для привернення уваги в умовах низького освітлення або в нічний час.
5. **Об'ємні плакати:** включають тривимірні елементи, що створюють ефект глибини та реалістичності, додаючи динаміки та привабливості.

Ця класифікація дозволяє краще зрозуміти різноманітність плакатної продукції та підкреслює важливість вибору відповідного типу та техніки для досягнення конкретних комунікативних цілей.

Друковані постери виготовляються за допомогою літографічних та офсетних машин, що дозволяє випускати їх великими тиражами. Цей метод є ефективним для масового виробництва та широкого розповсюдження. Трафаретно-шовкографічні постери, навпаки, створюються вручну з використанням картонних або матричних трафаретів, які застосовуються на нейлонових або шовкових сітках. Такий метод дозволяє досягти високої якості зображення та використовувати різноманітні матеріали для друку.

Світлові постери, які можуть бути як динамічними, так і статичними, поєднують зображення з використанням світлових ефектів. Вони часто включають текстові елементи з використанням кольорових тонів та джерел світла, таких як аргон або електричні лампи, для створення привабливого візуального ефекту.

Мальовані від руки постери зазвичай випускаються в невеликих тиражах і мають рекламний характер. Вони створюються художниками вручну, що додає їм унікальності та індивідуальності. Ці постери часто використовуються для локальних подій або спеціальних акцій.

Об'ємні постери є складними за будовою та конструкцією, включають тривимірні елементи та часто використовуються в торгових центрах для привернення уваги покупців. Вони можуть включати різні матеріали та технології для створення ефекту глибини та реалістичності.

Серед різноманіття постерів за призначенням можна виділити кілька основних видів:

1. **Пропагандистські постери:** використовуються для поширення політичних ідей та агітації.
2. **Рекламні постери:** спрямовані на просування товарів і послуг.
3. **Соціальні постери:** привертають увагу до важливих суспільних питань, таких як здоров'я, екологія, безпека тощо.
4. **Культурологічні постери:** популяризують культурні події, виставки, концерти та інші мистецькі заходи.
5. **Інформаційні постери:** надають важливу інформацію про події, розклади, правила та інше.
6. **Навчальні постери:** використовуються в освітніх установах для надання навчальної інформації та стимулювання навчання.
7. **Науково-популярні постери:** пояснюють наукові концепції та досягнення у доступній формі.
8. **Нормативно-інструктивні постери:** містять інструкції та нормативні вказівки, важливі для певних професій чи діяльностей.

Ця класифікація допомагає зрозуміти різноманіття та багатофункціональність постерів, що робить їх важливим інструментом візуальної комунікації в різних сферах життя.

**Пропагандистський постер** поділяється на агітаційний та політичний. Основним завданням таких плакатів є вплив на формування світогляду,

настроїв та переконань у суспільстві. Вони інформують про важливі суспільні заходи та події, сприяючи мобілізації громадської думки та підтримці певних ідеологій.

**Рекламний постер** може бути торгово-промисловим, який інформує про товари та послуги, або видовищним, що анонсує вистави, концерти, спортивні події та культурні акції. Афіша є специфічним видом рекламного постера, що деталізує події та заходи, привертаючи увагу потенційних відвідувачів.

**Соціальний постер** висвітлює актуальні соціальні проблеми та пропагує базові цінності суспільства, такі як толерантність та гуманізм. Ці плакати належать до сфери соціальної реклами і зосереджуються на соціальних аспектах особистості, відносинах у суспільстві та питаннях, які потребують особливої уваги. Соціальні постери порушують теми здоров'я нації, боротьби з тютюнопалінням, алкоголізмом, наркоманією, демографічними проблемами та насильством.

**Нормативно-інструктивні постери** пояснюють стандарти, нормативи та технічні умови. Вони охоплюють постери з техніки безпеки та охорони праці, виробничі та практичні плакати, які демонструють прогресивні методи праці в промисловості, сільському господарстві, освіті, культурі та медицині. Такі плакати служать інструментом навчання та підвищення кваліфікації працівників.

**Науково-популярні постери** спрямовані на популяризацію наукових знань з різних дисциплін, таких як економіка, філософія, історія та інші. Вони використовуються під час лекцій та культурно-просвітницьких заходів, допомагаючи робити складні наукові концепції доступними та зрозумілими для широкої аудиторії. Ці постери сприяють підвищенню загального рівня освіченості та стимулюють інтерес до наукових досліджень.

Таким чином, різновиди постерів та їх класифікація дозволяють краще зрозуміти їхню багатофункціональність і важливість у різних сферах

суспільного життя, від політики до науки і освіти, підкреслюючи їхню роль як ефективного засобу візуальної комунікації та впливу на громадську думку.

Теоретичні основи розробки постерів у графічному дизайні базуються на кількох ключових принципах, які допомагають створювати ефективні та естетично привабливі візуальні матеріали.

*Композиція та макет.* Композиція є фундаментальним елементом у графічному дизайні постерів. Вона включає розташування тексту, зображень та інших графічних елементів на постері. Вдалий макет допомагає глядачеві легко сприймати інформацію та зосереджувати увагу на ключових елементах. Основні правила композиції включають використання сітки, баланс, пропорції та динаміку.

*Колір і контраст.* Колір грає вирішальну роль у дизайні постерів. Вибір кольорової гами може вплинути на емоційне сприйняття постера та привернути увагу аудиторії. Контраст між кольорами допомагає виділити важливі елементи та створити візуальну ієрархію. Важливо розуміти теорію кольорів, включаючи такі поняття, як комплементарні, аналогові та триадичні кольори.

*Типографіка.* Типографіка — це мистецтво та наука оформлення тексту. Вибір шрифтів, їх розмір, інтерліньяж, вирівнювання та інші параметри мають великий вплив на читабельність та загальний вигляд постера. Використання кількох шрифтів може додати динаміки, але важливо зберігати гармонію та уникати перевантаженості текстом.

*Візуальна ієрархія.* Візуальна ієрархія допомагає організувати інформацію так, щоб глядач інтуїтивно розумів, які елементи є найважливішими. Використання різних розмірів, кольорів, контрасту та простору між елементами допомагає створити чітку ієрархію. Це забезпечує ефективну передачу повідомлення.

*Візуальні елементи.* Зображення, іконки, графіки та інші візуальні елементи доповнюють текст та допомагають передати повідомлення більш

наочно. Важливо обирати високоякісні зображення та гармонійно інтегрувати їх у загальний дизайн постера.

*Символізм та метафора.* Використання символів та метафор у дизайні постерів може підсилити повідомлення та зробити його більш запам'ятовуваним. Символи можуть передавати складні ідеї просто та ефективно, а метафори додають глибини та інтриги.

*Психологія сприйняття.* Розуміння психології сприйняття допомагає дизайнерам створювати постери, які ефективно комунікують з аудиторією. Знання про те, як люди сприймають кольори, форми та інші візуальні елементи, дозволяє створювати дизайн, який резонує з глядачами та викликає потрібні емоції.

*Креативність та інновації.* Нарешті, креативність та інновації є ключовими у розробці постерів. Відхід від стандартних рішень та експерименти з новими підходами можуть зробити постер унікальним та незабутнім.

Ці теоретичні основи допомагають дизайнерам створювати постери, які не лише виглядають естетично, але й ефективно передають повідомлення та привертають увагу аудиторії.

## **1.2. Історичний аналіз та історичний досвід розробки постерів про техніку безпеки**

Історичний аналіз та досвід розробки постерів про техніку безпеки демонструють, як ці візуальні матеріали розвивалися разом з технологічними та соціальними змінами, відображаючи різні підходи до забезпечення безпеки та охорони праці.

Плакат як засіб поширення інформації відомий людству з давніх часів. Перші афіші інформаційно-агітаційного характеру з'явилися ще в Стародавньому Єгипті. У період рабовласницького суспільства вони використовувалися для інформування про затримання рабів-втікачів.

З розвитком мистецтва та культури плакат почав відігравати роль засобу оповіщення населення у Стародавній Греції та Римі про театральні вистави, торговельні пропозиції та різноманітні заходи. Плакати стали невід'ємною частиною громадського життя, сприяючи поширенню інформації серед широких верств населення.

Історично вважається, що перший плакат з'явився у 1482 році. Англійський торговець книгами, на ім'я Батдольд, вперше використав плакат для привернення уваги покупців, рекламуючи нове видання "Евклідова геометрія". Це нововведення стало важливим кроком у розвитку рекламної продукції.

Протягом кількох століть постери з'являлися лише зрідка. Проте у 1796 році німецький винахідник Алоїз Зенефельдер запропонував новий метод друку зображень, відомий як літографія. Цей процес передбачав нанесення малюнка на спеціальний камінь за допомогою хімічного складу. Далі камінь покривався фарбою, яка передавалася на області, покриті складом. Тираж друкувався на папері з цього каменю, що дозволяло швидко і дешево тиражувати плакати.

До кінця 1860 року постери виготовлялися переважно в одному кольорі. Вони друкувалися чорною фарбою на білому або кольоровому тлі, що обмежувало їхню виразність і привабливість.

З відкриттям методу фотохромолітографії у 1865 році відбувся значний прорив у технології виготовлення плакатів. Метод, розроблений австрійським бароном фон Рансонетом, полягав у використанні фотографічного зображення і дозволяв отримувати будь-які кольори за допомогою трьох фарб – червоної, жовтої та синьої. Це нововведення дозволило виготовляти яскраві та барвисті аркушеві видання із застосуванням дешевих фарб, що передавали натуральні кольори репродукцій.

У середині XIX століття французький графік Жюль Шере вирішив удосконалити ідеї Батдольда. У 1866 році він заснував власну літографію в

Парижі, спеціалізуючись на виготовленні плакатів. Жюль Шере заклав основи мистецтва оформлення плакатної продукції: він застосовував контрастні кольори для підвищення помітності, забезпечував читабельність тексту навіть "на ходу", концентрував увагу глядача на головному елементі та робив зображення лаконічним.

До кінця XIX століття плакати набули широкого застосування у всіх сферах життя і стали невід'ємною його частиною. Вони використовувалися не тільки як афіші для інформування про події, але й як ефективний засіб реклами товарів і послуг. Завдяки своїй яскравості та привабливості, плакати стали важливим інструментом візуальної комунікації, впливаючи на громадську думку і споживчі переваги.

З розвитком технологій друку та вдосконаленням методів виготовлення, плакати стали не лише засобом інформування, але й потужним мистецьким виразом. Вони почали використовуватися для передання соціальних, політичних та культурних меседжів, відіграючи важливу роль у формуванні суспільних настроїв та культурного середовища.

Таким чином, розвиток кольорового плакату не лише розширив межі його використання, але й зробив його одним із найважливіших засобів масової комунікації, що зберігає свою актуальність до сьогодні.

Плакат поєднує у собі досягнення станкового та книжкового графічного мистецтва, фотографії та типографіки. Він є важливим компонентом візуальної культури та одним із найефективніших засобів масової інформації, здатним впливати на широкі верстви населення.

Постери виступають як потужний інструмент економічної політики та управління суспільством. Вони ефективно впливають на соціокультурні процеси, формують громадську думку та об'єднують людей для вирішення спільних завдань.

За результатами досліджень, плакати мають вплив на різні сфери людської діяльності і виконують кілька основних функцій:

1. **Політична агітація:** Плакати використовуються для поширення політичних ідей та мобілізації громадськості.
2. **Суспільне виховання:** Плакати сприяють вихованню громадян, передаючи важливі соціальні та моральні цінності.
3. **Передача історично-культурних цінностей:** Вони допомагають зберегти та передати наступним поколінням важливі культурні та історичні знання.
4. **Регулювання господарських відносин і суспільний контроль:** Плакати можуть сприяти регулюванню економічних відносин та здійсненню суспільного контролю.
5. **Розважальна діяльність:** Вони також використовуються для реклами розважальних заходів, таких як концерти, театральні вистави та спортивні події.

**Організаторська функція** плакатів обумовлена їх здатністю підвищувати вплив та значення публіцистичного слова. Вони є фундаментальним елементом у процесах соціальних перетворень та встановлення громадської справедливості. Ці постери закликають до активної участі в суспільному житті та сприяють формуванню соціальної свідомості.

**Виховна функція** полягає у переданні соціального досвіду, вмінь та навичок, необхідних для морального та соціального розвитку особистості. Мета цієї функції тісно пов'язана з формуванням високої політичної культури, відповідальності за власні вчинки та активної соціальної і політичної позиції.

**Пропагандистська функція** плакату спрямована на поширення соціально-політичних, ідеологічних та національних цінностей. Вона використовується для впливу на громадську думку на користь певного суспільного явища чи події. Суть цього явища полягає в умисному інформуванні суспільства лише тими думками, поглядами, фактами та теоріями, які корисні для зацікавленої групи осіб. Пропаганда у плакатах

часто використовується для переконування в політичній, релігійній та інших сферах, іноді з метою дегуманізації та створення хибного образу в свідомості громадян.

Таким чином, плакат виконує багато функцій, впливаючи на різні аспекти суспільного життя. Він залишається потужним інструментом комунікації, здатним формувати суспільну свідомість та сприяти вирішенню важливих соціальних і політичних завдань.

#### *Ранні роки (початок XX століття)*

Перші постери з техніки безпеки з'явилися на початку XX століття, коли промислова революція створила нові виклики у сфері безпеки праці. Постери того часу були досить простими і прямолінійними, з чіткими текстовими інструкціями та базовими ілюстраціями. Основна мета цих постерів полягала в тому, щоб швидко та ефективно донести до працівників основні правила безпеки та запобігти нещасним випадкам на виробництві.

#### *Період між двома світовими війнами*

У міжвоєнний період зростала увага до дизайну та ефективності комунікаційних матеріалів. Постери стали більш детальними та естетично продуманими, використовуючи нові художні стилі, такі як арт-деко та конструктивізм. У цей час з'явилися більш яскраві кольори та динамічні композиції, що мали на меті привернути увагу працівників і зробити інформацію більш запам'ятовуваною.

#### *Друга світова війна*

Під час Другої світової війни постери з техніки безпеки набули ще більшого значення, оскільки багато людей працювали на військових заводах. Постери стали частиною загальної пропагандистської кампанії, поєднуючи патріотичні меседжі з інструкціями з безпеки. Ці постери зазвичай використовували прості, але виразні образи та сильні заклики до дії, підкреслюючи важливість дотримання правил безпеки для перемоги у війні.

#### *Післявоєнний період та 1960-1970-ті роки*

У післявоєнний період економічний бум і розвиток нових технологій привели до нових підходів у дизайні постерів. Виникла потреба в адаптації до нових робочих середовищ і технологій. Постери стали більш інформативними, з акцентом на конкретні інструкції та ілюстрації, що зображали нове обладнання та процеси. У 1960-1970-ті роки постери стали більш креативними, часто використовуючи гумор і психологічні прийоми, щоб ефективніше комунікувати з працівниками.

#### *Кінець XX - початок XXI століття*

З розвитком цифрових технологій та зростанням уваги до дизайну, постери з техніки безпеки стали ще більш інтерактивними та візуально привабливими. Використання комп'ютерної графіки дозволило створювати складніші та деталізовані зображення, а також інтегрувати мультимедійні елементи. З'явилися інтерактивні плакати та цифрові екрани, що транслюють інформацію про техніку безпеки у реальному часі.

#### *Сучасні підходи*

Сьогодні постери з техніки безпеки використовують найновіші досягнення у сфері дизайну та психології. Вони створюються з урахуванням потреб різних цільових аудиторій, враховуючи культурні особливості та специфіку робочого середовища. Сучасні постери часто інтегруються з іншими засобами комунікації, такими як відео та мобільні додатки, що дозволяє забезпечити комплексний підхід до навчання та інформування працівників.

Таким чином, історичний аналіз постерів з техніки безпеки показує, як ці матеріали еволюціонували від простих інструкцій до складних, багатофункціональних інструментів комунікації, що враховують сучасні вимоги до безпеки та ефективного навчання.

### **1.3. Основна ідея і розробка концепції проєкту зі створення серії постерів про техніку безпеки**

Основна ідея проєкту зі створення серії постерів про техніку безпеки полягає в підвищенні обізнаності працівників про важливість дотримання правил безпеки на робочому місці, запобіганні нещасним випадкам та сприянні створенню безпечного робочого середовища. Цей проєкт спрямований на те, щоб зробити інформацію про техніку безпеки доступною, зрозумілою та запам'ятовуваною для всіх працівників незалежно від їхнього рівня освіти або професійного досвіду.

#### *Розробка концепції проєкту*

##### 1. Визначення цілей

Основні цілі проєкту включають:

- Інформування працівників про важливі аспекти техніки безпеки.
- Запобігання нещасним випадкам та інцидентам на робочому місці.
- Підвищення рівня відповідальності працівників за дотримання правил безпеки.
- Створення культури безпеки в організації.

##### 2. Аналіз цільової аудиторії

Необхідно визначити, хто є основною цільовою аудиторією постерів. Це можуть бути працівники різних вікових категорій, рівнів кваліфікації та спеціальностей. Важливо врахувати специфіку робочих процесів, потенційні ризики та рівень знань працівників про техніку безпеки.

##### 3. Вибір тем та ключових повідомлень

На основі аналізу аудиторії та цілей проєкту розробляються теми для серії постерів. Кожен постер має містити одне або кілька ключових повідомлень, таких як:

- Використання засобів індивідуального захисту.
- Правила роботи з обладнанням.
- Пожежна безпека.
- Ергономіка робочого місця.

- Поведінка у разі надзвичайних ситуацій.

#### 4. Візуальний стиль та дизайн

Візуальний стиль постерів має бути привабливим і відповідати корпоративним стандартам організації, якщо такі існують. Основні елементи дизайну включають:

- **Кольорова гама:** Використання яскравих і контрастних кольорів для привернення уваги.
- **Шрифти:** Чіткі та легко читабельні шрифти.
- **Зображення та ілюстрації:** Використання високоякісних ілюстрацій та фотографій, які наочно демонструють ключові повідомлення.
- **Іконки та символи:** Використання зрозумілих іконок для швидкого сприйняття інформації.

#### 5. Розробка прототипів та тестування

Після створення перших прототипів постерів їх необхідно протестувати на невеликій групі працівників, щоб отримати зворотний зв'язок. Це допоможе виявити можливі недоліки та внести необхідні корективи.

#### 6. Виготовлення та розповсюдження

Після затвердження остаточного дизайну постери друкуються та розповсюджуються на робочих місцях. Важливо розмістити їх у видимих та доступних місцях, де працівники можуть легко їх побачити та прочитати.

#### 7. Оцінка ефективності

Для оцінки ефективності проекту слід регулярно збирати відгуки працівників та аналізувати статистику нещасних випадків та інцидентів на робочому місці. Це дозволить оцінити вплив постерів на підвищення рівня безпеки та вносити корективи в майбутні кампанії.

Розробка концепції проекту зі створення серії постерів про техніку безпеки є важливим кроком у створенні безпечного робочого середовища та підвищенні рівня обізнаності працівників про необхідність дотримання правил безпеки.

Плакатна продукція поділяється на три основні групи залежно від взаємозв'язку текстових та графічних компонентів. Виділяють графічні, шрифтові плакати, а також постери, що комбінують обидва елементи. Найменш поширеними є постери, де головну роль відіграє графічне зображення.

**Шрифтові аркушеві видання** – це постери, у яких шрифт є головним виражальним засобом та основним елементом композиції. Особливість таких плакатів полягає у простоті композиційного рішення: мінімальна кількість шрифтів, силуетна орнаментика, вирівнювання елементів по центральній осі. Вони візуально гармонійно сприймаються глядачем завдяки злагодженості композиції, органічному поєднанню шрифту, кольорової гами, візуальних символів та ритму.

З точки зору мистецтва художнього плаката виділяють два основні типи шрифтових плакатів: мінімалістично-функціональні та складно-експресивні. Це пояснюється тим, що сучасний шрифтовий плакат увібрав у себе принципи як шрифтового, так і плакатного мистецтва.

**Мінімалістично-функціональний тип** шрифтового плаката базується на принципах стандартизації текстового блоку та утилітарної типографіки ХХ століття. Такі плакати характеризуються простотою, чіткістю та функціональністю, вони легко читаються та ефективно передають інформацію.

**Складно-експресивний тип** шрифтового плаката акумулював традиції та стандарти каліграфії, принцип асиметрії елементів композиції, художні особливості міжнародних шрифтових культур. Цей вид плакатів відзначається складністю композиційних рішень, експресивністю та високою естетичною цінністю.

Плакати, що комбінують текстові та графічні елементи, мають на меті досягти балансу між візуальним і вербальним компонентами, що дозволяє їм ефективно привертати увагу та передавати повідомлення. Такі постери

використовують гармонійне поєднання зображень, тексту та кольорів для створення цілісного і виразного образу.

Отже, плакатна продукція відрізняється великою різноманітністю форм та стилів, що дозволяє використовувати її для різних цілей – від інформування та агітації до реклами та мистецьких експериментів. Завдяки поєднанню текстових та графічних елементів, плакати залишаються потужним засобом візуальної комунікації у сучасному світі.

Проведені дослідження в галузі психології довели, що візуальне сприйняття шрифтових композицій проходить через три основні етапи: ескізне сприйняття, деталізоване усвідомлення та розуміння цілісної композиції разом з її елементами.

На першому етапі відбувається загальне сприйняття композиції, де людина сприймає структуру та основні елементи в цілому. Це етап швидкого візуального огляду, що дозволяє глядачу зрозуміти основну тему і концепцію плаката.

Другий етап характеризується деталізованим усвідомленням текстової інформації. На цьому етапі глядач починає читати і аналізувати текстові блоки, звертаючи увагу на зміст та деталі.

З психологічної точки зору, процес сприйняття композиції видання має ряд особливостей, які необхідно враховувати при створенні шрифтових плакатів. Увага глядача зазвичай зосереджується на ділянках з найбільшою концентрацією тексту, що створює відчуття масивності. Шрифтові блоки правильної геометричної форми сприймаються легше і краще на перший погляд.

Наступним важливим фактором є те, що глядач мимоволі звертає увагу на елементи, розташовані близько один до одного, оскільки вони сприймаються як взаємопов'язані. Остання особливість полягає в тому, що при хаотичному розташуванні елементів глядач акцентує увагу на знаках, які виділяються своїм накресленням або відстанню до інших.

Отже, при розробці шрифтових композицій слід враховувати природу візуального сприйняття і його характерні особливості. Це допомагає

створити ефективні і зрозумілі плакати. Мінімалізм у художньому вирішенні текстових композицій досягається зменшенням використання світлотіней і рівнів глибини та насиченості, застосуванням чітких контурів і силуетів, обмеженням кількості планів до одного або двох, а також обмеженням використання повітряної перспективи.

Таким чином, врахування психологічних аспектів візуального сприйняття дозволяє створювати шрифтові плакати, що ефективно привертають увагу, легко сприймаються і доносять потрібне повідомлення до глядача.

## РОЗДІЛ 2. Реалізація проєкту розробки серії постерів

### 2.1. Основи розробки постерів у графічному дизайні

Розробка постера – це творчий і структурований процес, який вимагає поєднання художніх і технічних навичок. Основні принципи та етапи розробки постерів включають визначення мети та аудиторії, вибір формату і розміру, використання кольорової гами, типографіки, композиції та макету, а також включення візуальних елементів. Нижче наведені основні аспекти, які необхідно враховувати при розробці постерів.

#### 1. Визначення цілі та аудиторії

Перш ніж розпочати розробку постера, важливо визначити мету та аудиторію. Зрозуміння цілі допоможе вирішити, які повідомлення та візуальні елементи слід використовувати.

- **Мета:** реклама, інформаційний або освітній постер.
- **Аудиторія:** вік, інтереси, соціальний статус.

Мета постера впливає на зміст і дизайн. Наприклад, якщо метою є інформування співробітників про техніки безпеки, зміст повинен бути чітким і зрозумілим. Аудиторія впливає на стиль і тон повідомлень: співробітники можуть потребувати більш професійного підходу, тоді як для відвідувачів необхідний загальний огляд правил.

#### 2. Вибір формату та розміру

Формат і розмір постера залежать від місця його розміщення та призначення. Стандартні розміри можуть варіюватися, але типові формати включають А4, А3, та більш великі формати для зовнішньої реклами. Формат і розмір також впливають на композицію і використання простору на постері.

#### 3. Колірна гама

Колір відіграє ключову роль у графічному дизайні, впливаючи на настрій та привертаючи увагу. Рекомендується використовувати обмежену палітру кольорів для збереження гармонії та уникнення перенасиченості. Колірна гамма має велике значення для привернення уваги і створення

правильного настрою. Кольори повинні бути обрані відповідно до мети і аудиторії постера. Використання червоного для позначення небезпеки, зеленого для безпеки та жовтого для попередження допомагає швидко донести основні повідомлення. Забезпечення достатнього контрасту між текстом і фоном є критично важливим для читабельності.

- **Основні кольори:** використовуйте 2-3 основних кольори.
- **Контраст:** забезпечте достатній контраст для легкого читання.

#### 4. Типографіка

Правильний вибір шрифтів забезпечує читабельність і естетичну привабливість постера. Типографіка визначає, як текст виглядатиме і сприйматиметься. Великі, чіткі шрифти підходять для заголовків, які повинні привертати увагу. Основний текст повинен бути написаний простими шрифтами для забезпечення читабельності. Важливо дотримуватися ієрархії тексту, використовуючи різні розміри та стилі шрифтів для різних рівнів інформації. Підкреслення важливих повідомлень допомагає акцентувати увагу на ключових моментах.

- **Заголовки:** використовуйте великий, жирний шрифт.
- **Текст:** вибирайте прості шрифти для основного тексту.
- **Ієрархія:** розставте акценти за допомогою різних розмірів і стилів шрифтів.

#### 5. Композиція та Макет

Композиція повинна бути збалансованою і спрямовувати увагу глядача на головні елементи. Композиція повинна бути збалансованою, щоб спрямовувати увагу глядача на головні елементи. Використання правила третин допомагає розміщувати важливі елементи на постері в найбільш вигідних місцях. Баланс між текстом і зображеннями та достатня кількість білого простору сприяють зрозумілості та естетичному вигляду постера.

- **Правило третин:** розділіть полотно на три частини для розміщення ключових елементів.
- **Баланс:** симетричний або асиметричний баланс для гармонії.

- **Простір:** залишайте достатньо білого простору для уникнення перенавантаження.

#### 6. Візуальні Елементи

Ілюстрації, фотографії та графічні елементи повинні бути високої якості та відповідати загальному стилю постера. Візуальні елементи, такі як ілюстрації, графіки та піктограми, допомагають донести інформацію ефективніше. Важливо використовувати високоякісні зображення, які відповідають загальному стилю постера. Графічні елементи повинні бути зрозумілими і доповнювати текст, а не відволікати від нього.

- **Зображення:** використовуйте зображення високої роздільності.
- **Іконки та ілюстрації:** допомагають візуально пояснити інформацію.

#### 7. Використання сітки

Сітка допомагає організувати елементи постера і підтримувати послідовність у макеті. Сітка допомагає структурувати елементи постера, забезпечуючи послідовність у вирівнюванні та розміщенні тексту і зображень. Використання сітки дозволяє зберігати однакові відступи та пропорції, що сприяє створенню чистого та організованого вигляду постера.

- **Стовпці та ряди:** використовуйте для вирівнювання тексту та зображень.
- **Відступи:** дотримуйтеся однакових відступів для створення чистого вигляду.

#### 8. Зворотний зв'язок та редагування

Перед остаточним затвердженням постера, важливо отримати зворотний зв'язок від співробітників або інших зацікавлених сторін і внести необхідні корективи. Тестування постера на різних людях дозволяє виявити можливі проблеми у сприйнятті інформації. Внесення коректив на основі отриманих коментарів допоможе зробити постер більш ефективним та зрозумілим.

- **Тестування:** покажіть постер різним людям для отримання відгуків.
- **Редагування:** внесіть виправлення на основі отриманих коментарів.

Розробка ефективного постера вимагає уваги до деталей і чіткого планування. Визначення мети, ретельний вибір кольорів і шрифтів, правильна композиція та врахування зворотного зв'язку допоможуть створити постер, який ефективно донесе ваше повідомлення до цільової аудиторії.

## 2.2. Розробка ключових елементів в оформленні постерів

### 2.2.1 Вибір стильового рішення серії постерів

Вибір стильового рішення серії постерів є важливим етапом у процесі їх розробки. Цей вибір впливає на загальне враження, яке постери справляють на аудиторію, а також на ефективність донесення повідомлень (таблиця 1).

Перш за все, стильове рішення має бути узгодженим із брендом компанії. Це означає, що постери повинні відповідати корпоративним кольорам, шрифтам і загальному стилю бренду. Використання корпоративної айдентики, такої як логотипи, слогани та фірмові кольори, забезпечує цілісність та впізнаваність серії постерів. Це створює єдиний візуальний стиль, який сприяє кращому запам'ятовуванню та впізнаванню компанії.

Тематика та мета серії постерів також грають важливу роль у виборі стильового рішення. Стиль повинен відповідати загальній тематиці та меті постерів. Наприклад, якщо серія постерів присвячена технікам безпеки, стиль має бути серйозним і професійним, з акцентом на чіткість та зрозумілість інформації. Важливо визначити ключові повідомлення, які необхідно донести, і підібрати стиль, що найкраще підкреслить ці повідомлення.

Таблиця 1. Основні принципи вибору стильового рішення

Принцип	Опис
1. Узгодженість бренду	<b>Узгодженість із брендом.</b> Вибір стильового рішення повинен відповідати корпоративним кольорам, шрифтам та загальному стилю бренду. Це забезпечує цілісність та

Принцип	Опис
	впізнаваність серії постерів. Використання корпоративної айдентики (логотипів, слоганів, фірмових кольорів) допомагає зберегти єдність ідентичності компанії.
2. Тематика та мета	<b>Визначення тематики та мети серії постерів.</b> Стильове рішення повинно відповідати загальній тематиці та меті постерів. Наприклад, якщо серія постерів присвячена технікам безпеки, стиль має бути серйозним і професійним, з акцентом на чіткість та зрозумілість інформації. Важливо визначити ключові повідомлення, які необхідно донести, і підібрати стиль, що найкраще підкреслить ці повідомлення.
3. Вибір колірної гами	<b>Використання єдиної колірної гами.</b> Обрання єдиної колірної гами для всієї серії постерів створює візуальну узгодженість та допомагає глядачам легко ідентифікувати постери як частину одного набору. Кольори повинні бути підібрані таким чином, щоб вони відповідали тематиці постерів і підкреслювали ключові елементи. Наприклад, для технік безпеки можна використовувати червоний, жовтий та зелений кольори для позначення різних рівнів важливості та дії.
4. Типографіка	<b>Використання єдиних шрифтів.</b> Вибір і використання єдиних шрифтів для заголовків, підзаголовків та основного тексту у всій серії постерів забезпечує узгодженість та професійний вигляд. Шрифти повинні бути легко читабельними і відповідати загальному стилю серії. Ієрархія тексту повинна бути чіткою, з різними розмірами та стилями шрифтів для різних рівнів інформації.
5. Графічні елементи та іконографіка	<b>Використання єдиних графічних елементів та ікон.</b> Використання уніфікованих графічних елементів, піктограм та ікон допомагає створити цілісний вигляд серії постерів. Графічні елементи повинні бути простими, зрозумілими та відповідати загальному стилю. Використання одних і тих самих ікон для позначення певних технік або правил допомагає глядачам швидше сприймати інформацію.
6. Композиція та макет	<b>Застосування єдиних принципів композиції та макету.</b> Використання однакових принципів композиції та макету для всіх постерів у серії допомагає створити узгодженість та організованість. Наприклад, використання сітки для розташування елементів, однакові відступи та інтервали між текстом та зображеннями. Композиція повинна бути

Принцип	Опис
	збалансованою, з чітким виділенням ключових елементів.
7. Адаптація для різних форматів	<b>Гнучкість у використанні форматів.</b> Серія постерів може бути адаптована для різних форматів і розмірів, від великих плакатів до менших інформаційних листівок. Важливо забезпечити, щоб всі елементи були чітко видимими і добре читабельними в будь-якому форматі. Це може вимагати певних змін у композиції та розміщенні елементів, але загальний стиль і узгодженість повинні бути збережені.
8. Зворотний зв'язок та тестування	<b>Отримання зворотного зв'язку та тестування серії постерів.</b> Перед остаточним затвердженням серії постерів важливо отримати зворотний зв'язок від представників цільової аудиторії або колег. Тестування постерів на різних групах людей дозволяє виявити можливі проблеми у сприйнятті інформації та внести необхідні корективи. Зворотний зв'язок допомагає покращити дизайн та ефективність серії постерів.

Колірна гама є одним із найважливіших аспектів стильового рішення. Використання єдиної колірної гами для всієї серії постерів створює візуальну узгодженість та допомагає глядачам легко ідентифікувати постери як частину одного набору. Кольори повинні бути підібрані таким чином, щоб вони відповідали тематиці постерів і підкреслювали ключові елементи. Наприклад, для технік безпеки можна використовувати червоний, жовтий та зелений кольори для позначення різних рівнів важливості та дії. Червоний колір привертає увагу та сигналізує про небезпеку, зелений асоціюється з безпекою та спокоєм, а жовтий використовується для попередження.

Типографіка також відіграє важливу роль у стильовому рішенні. Використання єдиних шрифтів для заголовків, підзаголовків та основного тексту у всій серії постерів забезпечує узгодженість та професійний вигляд. Шрифти повинні бути легко читабельними і відповідати загальному стилю серії. Ієрархія тексту повинна бути чіткою, з різними розмірами та стилями шрифтів для різних рівнів інформації. Використання великих, чітких

шрифтів для заголовків та простих шрифтів для основного тексту забезпечує читабельність та акцентує увагу на важливих повідомленнях.

Використання графічних елементів та ікон також сприяє створенню цілісного вигляду серії постерів. Графічні елементи, такі як ілюстрації, графіки та піктограми, повинні бути високоякісними та відповідати загальному стилю постера. Використання уніфікованих графічних елементів, піктограм та ікон допомагає створити узгодженість та організованість. Графічні елементи повинні бути простими, зрозумілими та підтримувати текстову інформацію, а не відволікати від неї. Наприклад, піктограми можуть бути використані для візуального позначення технік безпеки, що полегшує їх запам'ятовування.

Композиція та макет постерів визначають розміщення всіх елементів на постері, що впливає на загальне сприйняття.

Використання однакових принципів композиції та макету для всіх постерів у серії допомагає створити узгодженість та організованість. Наприклад, використання сітки для розташування елементів, однакові відступи та інтервали між текстом та зображеннями. Композиція повинна бути збалансованою, з чітким виділенням ключових елементів, що спрямовує погляд глядача на головні повідомлення.

Адаптація серії постерів для різних форматів є ще одним важливим аспектом. Серія постерів може бути адаптована для різних форматів і розмірів, від великих плакатів до менших інформаційних листівок. Важливо забезпечити, щоб всі елементи були чітко видимими і добре читабельними в будь-якому форматі. Це може вимагати певних змін у композиції та розміщенні елементів, але загальний стиль і узгодженість повинні бути збережені.

Нарешті, отримання зворотного зв'язку та тестування серії постерів є важливим етапом у процесі їх розробки. Перед остаточним затвердженням серії постерів важливо отримати зворотний зв'язок від представників цільової аудиторії або колег.

Тестування постерів на різних групах людей дозволяє виявити можливі проблеми у сприйнятті інформації та внести необхідні корективи. Зворотний зв'язок допомагає покращити дизайн та ефективність серії постерів, забезпечуючи їх максимальну зрозумілість та привабливість.

### **2.2.2 Вибір заголовків для серії постерів**

Вибір заголовків для серії постерів є критично важливим етапом, який впливає на ефективність сприйняття і передачу основного повідомлення. Добре обрані заголовки привертають увагу, передають основну ідею постера і спонукають аудиторію до подальшого ознайомлення з його змістом. Нижче наведені основні принципи вибору заголовків для серії постерів.

#### **1. Чіткість і конкретність**

Заголовки повинні бути чіткими і конкретними, щоб глядач одразу зрозумів основну ідею постера. Уникайте занадто загальних або багатозначних фраз. Кожен заголовок має передавати основне повідомлення, яке легко сприймається і запам'ятовується. Наприклад, замість "Загальні правила безпеки" використовуйте "Носіння Захисного Спорядження Обов'язкове".

#### **2. Лаконічність**

Заголовки повинні бути лаконічними і максимально короткими, але при цьому змістовними. Стислість допомагає швидко привернути увагу і дозволяє глядачам легко зрозуміти суть повідомлення. Потрібно уникати довгих фраз і складних конструкцій. Наприклад, "Захистіть себе та колег" або "Дотримуйтеся правил безпеки".

#### **3. Використання дієслів**

Заголовки, які включають дієслова, часто є більш динамічними і спонукальними. Вони можуть мотивувати аудиторію до дії або підкреслювати важливість певної поведінки. Потрібно використовувати дієслова, щоб надавати заголовкам активного характеру. Наприклад, "Носіть захисний шолом" або "Повідомляйте про небезпеку".

#### **4. Виділення ключових слів**

Потрібно виділяти ключові слова в заголовках, щоб привернути увагу до найважливіших аспектів повідомлення. Використовувати жирний шрифт, великі літери або інші способи виділення, які допомагають зробити заголовок більш помітним і зрозумілим. Наприклад, "БЕЗПЕКА НА ПЕРШОМУ МІСЦІ" або "НЕБЕЗПЕЧНІ ЗОНИ".

#### 5. Узгодженість у серії

Заголовки всіх постерів у серії повинні бути узгодженими між собою за стилем, тоном і структурою. Це створює візуальну і смислову єдність серії, що допомагає аудиторії сприймати постери як частину одного набору інформації. Потрібно використовувати однаковий формат і структуру заголовків для всіх постерів у серії. Наприклад, якщо один постер має заголовок "Носіть захисне спорядження", інший може мати "ДОТРИМУЙТЕСЯ ПРАВИЛ РОБОТИ З ОБЛАДНАННЯМ".

#### 6. Врахування цільової аудиторії

Заголовки повинні відповідати рівню розуміння та інтересам цільової аудиторії. Потрібно враховувати вік, професійний статус, культурний контекст та специфіку аудиторії. Наприклад, для професійних працівників заголовки можуть бути більш технічними, тоді як для загальної аудиторії вони повинні бути простішими і зрозумілими.

Приклади заголовків для серії постерів про техніки безпеки:

1. Носіть захисне спорядження
2. Дотримуйтеся правил роботи з обладнанням
3. Повідомляйте про небезпеку
4. Підтримуйте чистоту та порядок
5. Дотримуйтеся пожежної безпеки
6. Захистить очі та обличчя
7. Будьте уважні на робочому місці
8. Дотримуйтеся правил електробезпеки
9. Регулярно перевіряйте обладнання
10. Дотримуйтеся правил роботи на висоті

Вибір заголовків для серії постерів є важливим завданням, яке вимагає ретельного підходу. Добре обрані заголовки допомагають привернути увагу,

донести основне повідомлення і спонукати аудиторію до дії. Вони повинні бути чіткими, лаконічними, узгодженими і відповідати цільовій аудиторії. Дотримання цих принципів допоможе створити ефективні постери, які досягнуть своїх цілей.

### 2.2.3 Етапи роботи над постерами

Розробка постера - це багатогранний процес, який включає декілька ключових етапів, кожен з яких відіграє важливу роль у створенні ефективного та привабливого продукту. Кожен етап потребує ретельного планування та виконання, щоб забезпечити високий рівень якості та досягнення поставлених цілей.

Першим і найважливішим етапом у розробці постера є визначення його мети та цільової аудиторії. Це допомагає зрозуміти, яке повідомлення потрібно донести і до кого воно повинно бути адресоване. Наприклад, постери можуть бути створені для інформування про заходи безпеки, рекламу продукції, оголошення про події чи освітні кампанії. Знання цільової аудиторії (її вік, інтереси, професійний статус) дозволяє адаптувати зміст і дизайн постера відповідно до потреб та очікувань глядачів (таблиця 2).

Таблиця 2. Основні етапи розробки постерів

Етап	Опис
1. Визначення цілі та аудиторії	Визначення мети постера (інформування про техніки безпеки) та його аудиторії (співробітники, відвідувачі).
2. Вибір формату та розміру	Вибір формату і розміру постера відповідно до місця розміщення (наприклад, офісні приміщення, виробничі зони).
3. Колірна гама	Використання кольорів, які привертають увагу та асоціюються з безпекою (наприклад, червоний для небезпеки, зелений для безпеки, жовтий для попередження).
4. Типографіка	Використання великих, чітких шрифтів для заголовків і простих шрифтів для основного тексту. Підкреслення важливих повідомлень різними розмірами та стилями шрифтів.
5. Композиція та	Використання правила третин для розміщення

Етап	Опис
макет	ключових елементів. Забезпечення балансу між текстом і зображеннями. Використання достатньої кількості білого простору.
6. Візуальні елементи	Використання високоякісних ілюстрацій, графіків та піктограм, що допомагають візуально пояснити техніки безпеки.
7. Використання сітки	Використання сітки для організації елементів постера, вирівнювання тексту та зображень, забезпечення однакових відступів.
8. Зворотний зв'язок та редагування	Отримання зворотного зв'язку від співробітників, тестування постера та внесення коректив на основі коментарів.

Наступним кроком є вибір відповідного формату та розміру постера. Це рішення залежить від місця, де постер буде розміщений, та відстані, на якій його буде видно. Вибір формату і розміру визначає, скільки інформації можна розмістити на постері і як її організувати. Наприклад, постери для зовнішньої реклами мають бути більшими, щоб їх можна було легко прочитати з відстані, тоді як постери для внутрішніх приміщень можуть бути меншими, але все одно повинні бути добре видимими і читабельними (таблиця 3).

Колірна гамма постера має велике значення для привернення уваги та створення емоційного впливу. Використання кольорів повинно відповідати темі постера і сприяти легкому сприйняттю інформації. Важливо обирати кольори, які забезпечують достатній контраст між текстом і фоном, щоб забезпечити читабельність. Колірна гамма також може бути використана для акцентування важливих елементів і створення візуальної ієрархії.

Типографіка визначає, наскільки легко буде читати текст на постері. Використання великих, чітких шрифтів для заголовків та простих шрифтів для основного тексту допомагає забезпечити читабельність. Важливо дотримуватися ієрархії тексту: заголовки мають бути помітними і привертати увагу, тоді як підзаголовки і основний текст повинні легко сприйматися.

Вибір правильних шрифтів також допомагає передати настрій та характер повідомлення.

Композиція та макет постера визначають розміщення всіх елементів на постері і впливають на загальне сприйняття. Композиція повинна бути збалансованою і спрямовувати увагу глядача на ключові елементи. Використання правила третин допомагає розташувати важливі елементи в найбільш вигідних точках. Баланс між текстом і зображеннями, а також достатня кількість білого простору допомагають уникнути перевантаження інформацією і роблять постер більш привабливим і зрозумілим.

Візуальні елементи, такі як фотографії, ілюстрації та графіки, допомагають зробити постер більш привабливим і легким для сприйняття. Вони повинні бути високоякісними і відповідати темі постера. Використання уніфікованих графічних елементів допомагає створити цілісність і узгодженість. Візуальні елементи повинні підтримувати текстову інформацію і допомагати глядачам швидше зрозуміти і запам'ятати основні повідомлення.

Сітка допомагає структурувати елементи постера, забезпечуючи їх вирівнювання і послідовність. Використання сітки дозволяє зберігати однакові відступи і пропорції, що робить постер більш організованим і привабливим. Сітка особливо корисна при роботі з великими обсягами інформації, оскільки допомагає уникнути хаотичного розміщення тексту та зображень.

Отримання зворотного зв'язку є важливим етапом у розробці постера, оскільки дозволяє побачити його очима інших людей і виявити можливі недоліки. Тестування постера на різних групах людей допомагає зібрати корисні коментарі та пропозиції щодо покращення. Редагування постера на основі отриманих відгуків дозволяє виправити помилки, підвищити ефективність сприйняття інформації і зробити постер максимально зрозумілим і привабливим.

Таблиця 3. Приклад постера про техніки безпеки

Елемент постера	Опис
<b>Заголовок</b>	<b>Техніки Безпеки на Робочому Місці</b>
<b>Підзаголовок</b>	Захист себе та своїх колег через дотримання простих правил безпеки.
<b>Пункт 1</b>	<b>Носіння захисного спорядження:</b> Завжди використання шоломів, рукавиць та інших засобів індивідуального захисту.
<b>Пункт 2</b>	<b>Дотримання правил роботи з обладнанням:</b> Ознайомлення з інструкціями та технічними характеристиками перед початком роботи.
<b>Пункт 3</b>	<b>Повідомлення про небезпеки:</b> негайне інформування керівництва про будь-які потенційні загрози або несправності обладнання.
<b>Пункт 4</b>	<b>Підтримка чистоти і порядку:</b> Збереження робочого місця чистим і організованим для зменшення ризику травм.
<b>Контактна Інформація</b>	У разі виникнення питань звернення до відділу охорони праці за номером (123) 456-7890.

Серія постерів може бути адаптована для різних форматів і розмірів, від великих плакатів до менших інформаційних листівок. Важливо забезпечити, щоб всі елементи були чітко видимими і добре читабельними в будь-якому форматі. Це може вимагати певних змін у композиції та розміщенні елементів, але загальний стиль і узгодженість повинні бути збережені.

Ретельне дотримання всіх цих етапів допомагає створити ефективний, привабливий і інформативний постер, який успішно доносить необхідне повідомлення до цільової аудиторії.

#### 2.2.4 Вибір кольорової палітри

Вибір кольорової палітри є одним з найважливіших аспектів у розробці постерів, оскільки колір відіграє ключову роль у передачі повідомлень, приверненні уваги та створенні емоційного впливу. Правильно підібрана кольорова гамма допомагає зробити постер привабливим і ефективним. Ось основні принципи вибору кольорової палітри для постерів.

## 1. Психологія кольору

Розуміння психології кольору допомагає вибирати кольори, які викликають потрібні емоції та асоціації. Кожен колір має свої психологічні впливи (рис.1):

- **Червоний:** Символізує енергію, пристрасність, небезпеку та терміновість. Використовується для привернення уваги до важливих або критичних елементів.
- **Синій:** Випромінює спокій, довіру, надійність та професіоналізм. Підходить для корпоративних та ділових постерів.
- **Зелений:** Асоціюється з природою, здоров'ям, безпекою та спокоєм. Використовується для екологічних або медичних тем.
- **Жовтий:** Викликає почуття радості, оптимізму та енергії. Добре підходить для попереджувальних знаків та виділення ключових елементів.
- **Оранжевий:** Символізує ентузіазм, творчість та дружелюбність. Може використовуватися для залучення уваги в неформальних контекстах.



- **Фіолетовий:** Асоціюється з розкішшю, творчістю та мудрістю. Використовується для додання вишуканості та елегантності.

- **Чорний:** Символізує силу, елегантність та формальність. Використовується для створення контрасту та виділення важливих елементів.

Рис. 1. Червоний фон постеру з тематикою пожежної безпеки використовується для привернення уваги та застереження

2. Узгодженість із брендом. Кольорова палітра повинна відповідати корпоративним кольорам і стилю бренду. Це допомагає підтримувати цілісність бренду та впізнаваність постерів. Потрібно використовувати фірмові кольори для заголовків, фону або ключових елементів постера. Якщо компанія вже має встановлену кольорову гамму, її слід дотримуватися.

### 3. Контраст і читабельність

Забезпечення достатнього контрасту між текстом і фоном є критично важливим для читабельності постера. Контрастні кольори допомагають виділити текст і зробити його легким для читання. Наприклад, чорний текст на білому фоні або білий текст на темному фоні забезпечує високий рівень читабельності. Використання світлих і темних відтінків одного кольору також може створити візуальний інтерес і покращити сприйняття інформації.

### 4. Обмежена палітра

Використання обмеженої кольорової палітри допомагає створити гармонійний і естетично привабливий дизайн. Занадто велика кількість кольорів може створити візуальний хаос і ускладнити сприйняття інформації. Рекомендується використовувати 2-4 основних кольори і додаткові відтінки для акцентів. Це дозволяє зберегти баланс і узгодженість дизайну.

### 5. Асоціації та символіка

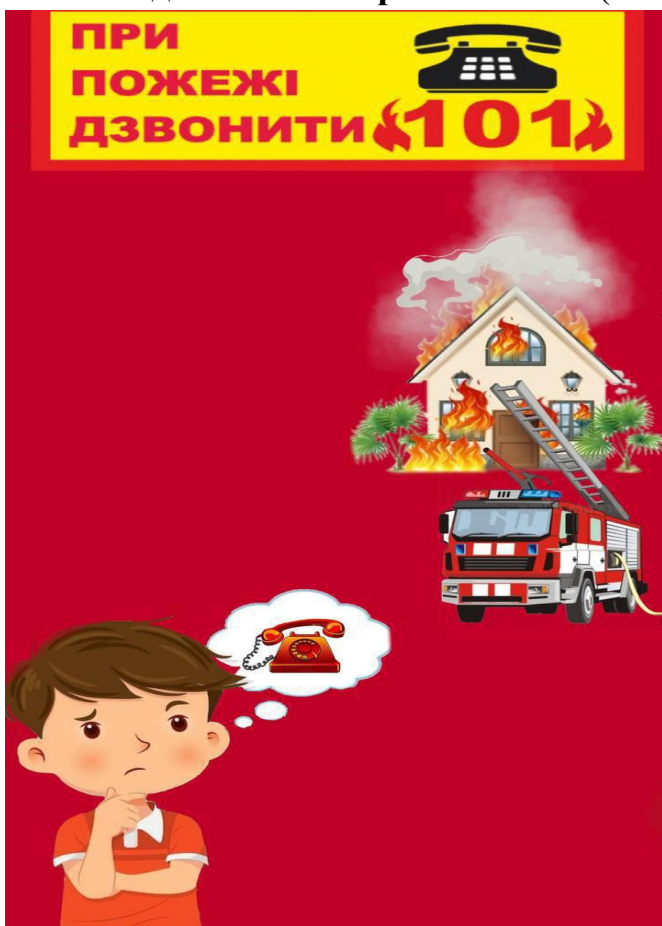
Потрібно враховувати культурні асоціації та символіку кольорів при виборі палітри. Кольори можуть мати різне значення в різних культурах, тому важливо враховувати цільову аудиторію та контекст використання постера. Наприклад, білий колір символізує чистоту і невинність у західних культурах, але може асоціюватися з трауром у деяких східних культурах.

#### 6. Використання інструментів

Існує багато інструментів для підбору кольорових палітр, таких як Adobe Color, Colors, або Paletton. Ці інструменти допомагають створити гармонійні палітри, експериментувати з різними кольоровими поєднаннями та вибирати найкращі варіанти для вашого постера. Вони також дозволяють створювати монохромні, аналогічні, комплементарні та інші типи палітр.

#### 7. Приклади кольорових палітр для різних тем (рис. 2):

- **Безпека на робочому місці:** червоний (попередження), жовтий (попередження), зелений (безпека).
- **Корпоративні комунікації:** синій (довіра), сірий (професіоналізм), білий (чистота).
- **Екологічні теми:** зелений (природа), коричневий (земля), блакитний (вода).
- **Медичні постери:** білий (чистота), зелений (здоров'я), синій (надійність).



Вибір кольорової палітри для постера є важливим кроком, який вимагає уваги до деталей і розуміння основних принципів кольорознавства. Правильно підібрані кольори можуть значно підвищити ефективність постера, зробити його привабливим і легким для сприйняття.

Рисунок 2. Приклад використання червоного кольору для пожежної тематики

### **2.2.5 Дизайн постерів: структура та типографіка**

Дизайн постера охоплює багато аспектів, зокрема структуру, композицію та типографіку. Важливо правильно організувати ці елементи, щоб забезпечити ефективну комунікацію повідомлення, привертати увагу та зробити інформацію легко зрозумілою. Нижче наведені основні принципи та рекомендації щодо структури та типографіки у дизайні постерів.

Структура постера:

#### **1. Заголовок**

Заголовок – це перше, що бачить глядач, тому він повинен бути яскравим і привертати увагу. Він має передавати основну ідею або ключове повідомлення постера. Заголовок зазвичай розміщується у верхній частині постера і виконується великим, жирним шрифтом. Використовуйте короткі та чіткі фрази для заголовків.

#### **2. Підзаголовок**

Підзаголовок допомагає уточнити або розширити зміст заголовка. Він може бути розташований безпосередньо під заголовком і виконуватися

меншим шрифтом. Підзаголовок надає додаткову інформацію, яка допомагає глядачу краще зрозуміти суть постера.

### 3. Основний текст

Основний текст постера містить детальну інформацію, яку ви хочете донести до аудиторії. Він повинен бути добре структурованим і легко читабельним. Використовуйте короткі абзаци, маркери або нумерацію для розбиття тексту на зручні для сприйняття блоки. Основний текст зазвичай виконується меншою, але чіткою гарнітурою шрифту.

### 4. Зображення та графічні елементи

Зображення, ілюстрації та графіки є важливими компонентами постера, оскільки вони допомагають візуалізувати інформацію та привернути увагу. Зображення повинні бути високоякісними та релевантними до теми постера. Використовуйте графічні елементи для підсилення текстової інформації та надання візуальної привабливості (рис. 3).



Рис. 3. Приклад структури постеру про дорожню безпеку із заголовком, зображенням та графічними елементами

## 5. Логотипи та контактна інформація

Якщо постер представляє компанію або організацію, розмістіть логотип у видимому місці, зазвичай у верхньому або нижньому кутах постера. Контактна інформація, така як адреса, телефон, електронна пошта або вебсайт, повинна бути чітко вказана і легко знайдена. Вона зазвичай розміщується в нижній частині постера.

Типографіка:

### 1. Вибір шрифтів

Вибір шрифтів є важливим аспектом типографіки. Використовуйте не більше двох-трьох різних шрифтів, щоб уникнути перевантаженості дизайну. Шрифти повинні бути легко читабельними і відповідати загальному стилю постера. Використовуйте один шрифт для заголовків, інший для підзаголовків і основного тексту.

### 2. Ієрархія тексту

Ієрархія тексту допомагає глядачам легко зрозуміти структуру інформації та виділити ключові елементи. Використовуйте різні розміри, товщину та стиль шрифтів для заголовків, підзаголовків та основного тексту. Заголовки повинні бути найбільшими і найпомітнішими, підзаголовки - трохи меншими, а основний текст - найменшим, але читабельним.

### 3. Розмір та інтервали

Розмір шрифтів має бути достатнім для комфортного читання на відстані, з якої постер буде переглядатися. Використовуйте великі шрифти для заголовків і менш великі для основного тексту. Забезпечте достатні інтервали між рядками (інтерліньяж) та абзацами, щоб текст був легко читабельним і не виглядав перенасиченим.

### 4. Контраст

Контраст між текстом і фоном є критично важливим для читабельності. Використовуйте темні шрифти на світлих фонах і світлі шрифти на темних фонах. Забезпечте достатній контраст, щоб текст був легко помітним навіть здалеку.

## 5. Вирівнювання та розміщення

Вирівнювання тексту і графічних елементів допомагає створити організований і естетично привабливий дизайн. Використовуйте сітку для вирівнювання елементів і забезпечення послідовності у розміщенні тексту та зображень. Вирівнювання допомагає глядачам легко сприймати інформацію і направляє їх увагу на ключові елементи постера.

### Приклади структури та типографіки

#### 1. **Заголовок:** “Носіть захисне спорядження”

- Підзаголовок: Захистіть себе та своїх колег
- Основний текст: Завжди носіть захисний шолом, рукавиці та окуляри. Це допоможе уникнути травм і забезпечити безпеку на робочому місці.
- Зображення: Фото працівника у повному захисному спорядженні
- Контактна інформація: Для додаткової інформації звертайтеся до відділу охорони праці (номер телефону).

#### 2. **Заголовок:** Дотримуйтеся правил роботи з обладнанням

- Підзаголовок: Інструкції з безпеки
- Основний текст: Перед початком роботи з обладнанням ознайомтеся з інструкціями і переконайтеся у його справності. Негайно повідомляйте про будь-які несправності.
- Зображення: Схема безпечного використання обладнання
- Контактна інформація: Відділ технічної підтримки (номер телефону).

Правильна структура та типографіка постера допомагають створити ефективний, привабливий і інформативний дизайн, який успішно донесе основне повідомлення до цільової аудиторії. Дотримання цих принципів дозволяє забезпечити читабельність, естетичну привабливість і чіткість інформації.

## 2.2.6 Графічні елементи постерів

Графічні елементи відіграють важливу роль у дизайні постерів, допомагаючи привернути увагу, передати повідомлення та зробити інформацію більш зрозумілою. Використання правильних графічних елементів може значно покращити ефективність постера. Нижче наведено основні принципи та типи графічних елементів, які використовуються в дизайні постерів (рис. 4).

### *Основні принципи використання графічних елементів:*

#### 1. Відповідність темі.

Графічні елементи повинні відповідати темі постера і підкреслювати його зміст. Вони повинні бути релевантними і доповнювати текстову інформацію, а не відволікати від неї. Наприклад, для постера про безпеку на робочому місці використовують зображення захисного спорядження або піктограми, що символізують безпеку.



Рис. 4 Основні принципи використання графічних елементів

## 2. Якість.

Використовуйте лише високоякісні зображення та графіку. Низькоякісні або розмиті зображення можуть зіпсувати загальне враження від постера і знизити його ефективність. Завжди обирайте зображення з високою роздільною здатністю.

## 3. Простота та чіткість.

Графічні елементи повинні бути простими і легко зрозумілими. Складні або перевантажені деталями зображення можуть заплутати глядача. Використовуйте прості форми і чіткі лінії, щоб зробити інформацію більш зрозумілою.

## 4. Контраст і виділення.

Використовуйте контрастні кольори, щоб виділити важливі графічні елементи. Це допомагає привернути увагу до ключових частин постера. Наприклад, червоний колір для попереджувальних знаків або зелений для безпеки.

## 5. Розмір та розміщення.

Розмір графічних елементів повинен відповідати їх важливості. Важливі елементи повинні бути більшими і розташованими у видимих місцях, щоб одразу привертати увагу. Важливо також забезпечити баланс між текстом і графікою, щоб уникнути перевантаження постера.

### ***Типи графічних елементів:***

1. Фотографії. Фотографії є потужним інструментом для привернення уваги і передачі емоцій. Вони можуть бути використані для ілюстрації продукту, послуги або ситуації. Фотографії повинні бути якісними і відповідати темі постера.

2. Ілюстрації. Ілюстрації можуть бути використані для створення унікального стилю і додання художнього елементу постеру. Вони можуть бути як простими, так і складними, залежно від мети постера. Ілюстрації часто використовуються в освітніх та інформативних постерах.

3. Іконки та піктограми. Іконки та піктограми допомагають швидко передати інформацію і полегшити сприйняття. Вони особливо корисні для позначення дій або предметів. Наприклад, піктограма шолома для позначення захисного спорядження.

4. Діаграми та графіки. Діаграми і графіки використовуються для візуалізації даних і статистики. Вони допомагають глядачам швидше зрозуміти складну інформацію. Важливо, щоб діаграми були простими і добре позначеними.

5. Фони та текстури. Фони і текстури можуть додати глибину і візуальний інтерес до постера. Вони повинні бути використані помірно, щоб не відволікати від основного змісту. Фон повинен підтримувати загальну тему і колірну палітру постера.

6. Рамки та лінії. Рамки і лінії допомагають організувати простір постера і відокремити різні секції. Вони можуть бути використані для виділення важливих елементів або створення візуальної ієрархії (рис. 5)

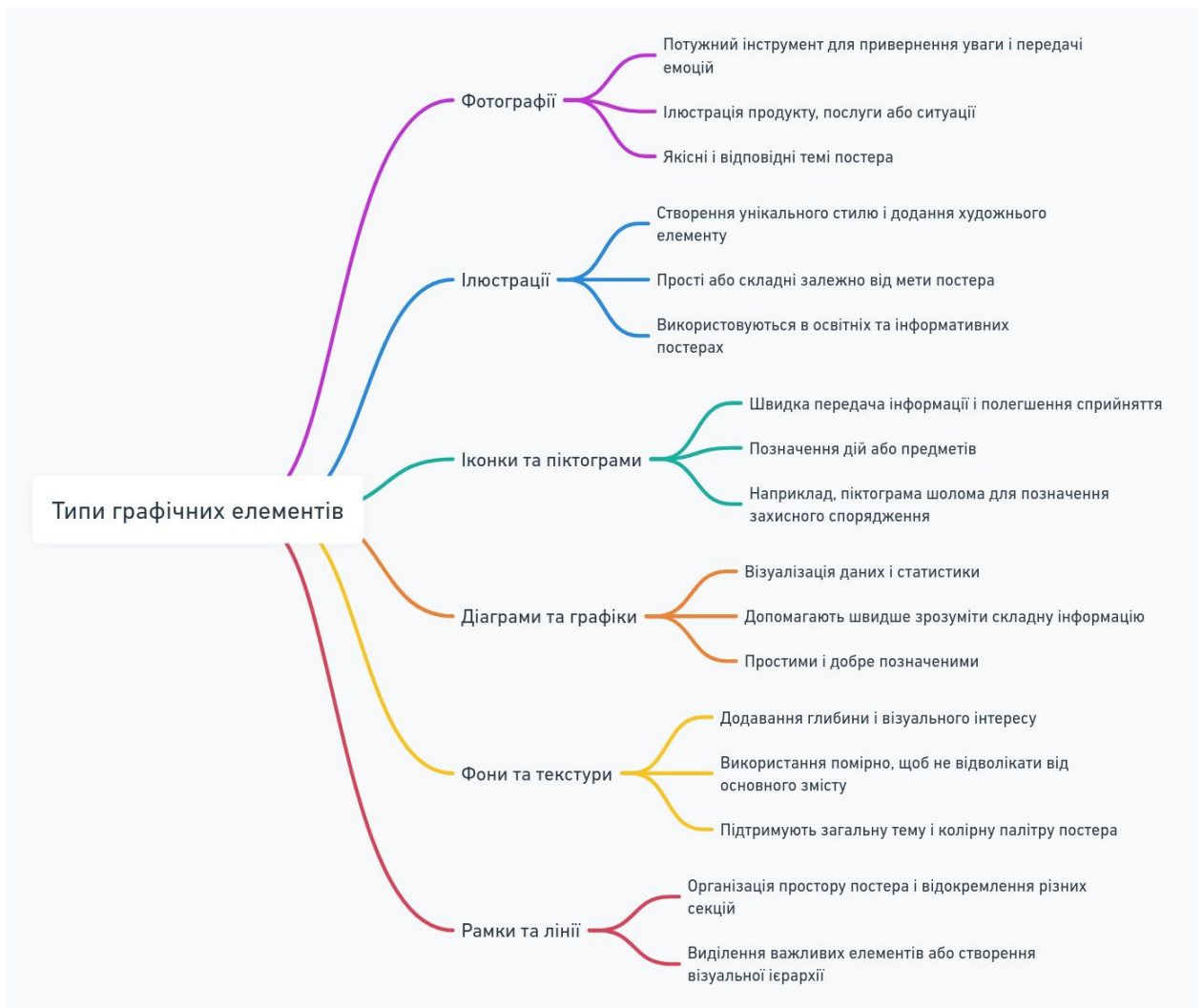


Рис. 5. Типи графічних елементів

Приклади використання графічних елементів:

### 1. Постер про безпеку на робочому місці:

- Фотографія: Фото працівника у захисному спорядженні.
- Іконки: Піктограми шолома, рукавиць та окулярів.
- Графік: Діаграма нещасних випадків з поясненням їх причин.
- Фон: Світло-сірий фон з легкою текстурою.

### 2. Рекламний постер продукту:

- Фотографія: Високоякісне зображення продукту.
- Ілюстрації: Схематичні малюнки функцій продукту.
- Іконки: Піктограми для ключових переваг.

- Фон: Однотонний фон, що підкреслює продукт.

### **3. Освітній постер:**

- Ілюстрації: Малюнки, що пояснюють наукові концепції.
- Діаграми: Графіки для візуалізації даних.
- Іконки: Піктограми для покрокових інструкцій.
- Фон: Нейтральний фон, що не відволікає увагу.

Графічні елементи є ключовими компонентами дизайну постера, які допомагають привернути увагу, покращити сприйняття інформації та створити візуально привабливий дизайн. Використання правильних графічних елементів і дотримання основних принципів дизайну допомагають створити ефективний постер, який успішно доносить основне повідомлення до цільової аудиторії.

## ВИСНОВКИ

1. Спираючись на результати аналізу наявної наукової літератури, були визначені ключові дефініції поняття плакату. В якості робочого визначення прийнято наведене у стандарті ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять»: «Плакат – це тип поліграфічного видання, що подається у вигляді одного чи декількох аркушів віддрукованого текстового або графічного матеріалу встановленого формату, надрукованого з однієї чи обох сторін аркуша та призначеного для подальшого тиражування». Постер – це різновид плакатної продукції за змістовним наповненням, який має мотиваційний характер, спрямований на заохочення реципієнта до певних дій або формування бажаного емоційного стану. Такі плакати часто використовуються для підвищення продуктивності, безпеки, підтримки морального духу.

2. також в роботі було виокремлено основні композиційні особливості дизайну плакатів через наступні характеристики:

- Однозначність: Плакат повинен чітко і недвозначно передавати основне повідомлення, яке легко зрозуміє глядач.
- Лаконічність: Інформація повинна бути подана максимально коротко та змістовно, без зайвих деталей, щоб не перевантажувати глядача.
- Синхронність образу: Графічні та текстові елементи повинні гармонійно поєднуватися між собою, створюючи єдину цілісну композицію.
- Читабельність текстової компоненти: Текст повинен бути легко читаним з будь-якої відстані, для чого важливий вибір шрифту, його розмір та колір.
- Систематизованість групування графічних елементів: Всі графічні елементи повинні бути логічно згруповані та організовані, щоб глядач міг швидко зрозуміти їх взаємозв'язок і значення.

3. Було зроблено висновок, що важливо враховувати ці композиційні особливості при створенні плакатів, щоб забезпечити ефективну візуальну комунікацію та досягти максимального впливу на глядача. Завдяки чіткій

структурі, гармонії елементів та продуманій композиції, плакати можуть ефективно передавати повідомлення, привертати увагу та стимулювати дії.

4. також в роботі було визначено основні вимоги та принципи створення ефективного постера у графічному дизайні вимагає ретельного планування та дотримання основних принципів дизайну. Це включає визначення цілі та аудиторії, вибір формату і розміру, правильне використання кольорів і шрифтів, продуману композицію і макет, а також включення відповідних графічних елементів. Дотримання цих принципів допомагає створити привабливий і інформативний постер, який успішно доносить основне повідомлення до цільової аудиторії.

5. Визначення цілі та аудиторії є першим і найважливішим кроком у розробці постера. Це допомагає зрозуміти, яке повідомлення необхідно донести і кому воно адресоване.

6. Формат і розмір постера залежать від місця розміщення та відстані перегляду. Розмір має забезпечувати хорошу видимість і читабельність інформації.

7. Правильний вибір кольорів допомагає привернути увагу, передати емоційне повідомлення і забезпечити читабельність. Кольори повинні відповідати темі постера і забезпечувати достатній контраст.

8. Використання чітких і легко читабельних шрифтів є критично важливим. Ієрархія тексту допомагає виділити ключові елементи, а узгодженість шрифтів забезпечує професійний вигляд. Добре продумана композиція допомагає організувати інформацію на постері, спрямувати увагу на важливі елементи і створити візуально привабливий дизайн.

9. Використання сітки для вирівнювання елементів забезпечує організованість. Графічні елементи, такі як фотографії, ілюстрації, іконки та діаграми, допомагають візуалізувати інформацію і зробити постер більш привабливим. Вони повинні бути якісними, відповідати темі і підтримувати текстову інформацію. Використання контрастних кольорів і розмірів

шрифтів допомагає виділити важливі елементи і покращити читабельність постера.

10. Отримання зворотного зв'язку від представників цільової аудиторії або колег дозволяє виявити недоліки і внести необхідні корективи для покращення постера.

11. Постери повинні бути адаптовані для різних форматів і розмірів, зберігаючи при цьому загальний стиль і узгодженість дизайну.

Також було зроблено фінальний висновок, що постери з техніки безпеки є важливим інструментом для забезпечення безпеки на робочих місцях і підвищення обізнаності співробітників щодо правил та процедур, які допомагають запобігти нещасним випадкам. Актуальність таких постерів для компаній обумовлена кількома ключовими аспектами.

Перш за все, постери з техніки безпеки сприяють створенню культури безпеки в компанії. Вони нагадують співробітникам про важливість дотримання правил безпеки, що допомагає знизити ризик травм і нещасних випадків. Чіткі та зрозумілі візуальні нагадування сприяють формуванню свідомого підходу до безпеки серед працівників, що є критично важливим для підтримання безпечного робочого середовища.

Крім того, постери є ефективним засобом комунікації. Вони дозволяють швидко і доступно донести ключову інформацію до співробітників, незалежно від їхнього рівня освіти чи досвіду. Використання зображень, піктограм та коротких текстових повідомлень робить інформацію легкозрозумілою і запам'ятовуваною. Це особливо важливо в умовах виробництва, де важлива оперативність і ясність інструкцій.

Актуальність постерів з техніки безпеки також пов'язана з їх здатністю постійно нагадувати про правила та процедури. Відмічено, що регулярні нагадування сприяють кращому засвоєнню інформації і допомагають уникнути нехтування правилами безпеки. Розміщення постерів у стратегічних місцях, таких як виробничі зони, коридори та місця відпочинку,

забезпечує постійний вплив на співробітників і підтримує їхню увагу до питань безпеки.

Варто також відзначити, що постери з техніки безпеки можуть бути адаптовані для різних робочих умов і специфічних потреб компанії. Це дозволяє враховувати особливості конкретних виробничих процесів і небезпек, з якими можуть зіткнутися працівники. Таким чином, постери можуть бути налаштовані відповідно до специфіки кожного підрозділу чи робочого місця, що підвищує їхню ефективність.

З юридичної точки зору, використання постерів з техніки безпеки допомагає компаніям дотримуватися норм і стандартів охорони праці. Це може бути важливим аргументом у випадку перевірок контролюючими органами або під час розслідування нещасних випадків. Наявність добре видимих і зрозумілих інструкцій з безпеки демонструє відповідальний підхід керівництва до охорони праці.

Таким чином, постери з техніки безпеки є актуальним та ефективним інструментом для підтримки безпеки на робочих місцях. Вони сприяють формуванню культури безпеки, ефективній комунікації, постійному нагадуванню про важливі правила, адаптації до специфічних умов роботи та дотриманню законодавчих вимог. Інвестування у розробку та розміщення таких постерів є важливим кроком для забезпечення безпечного та здорового робочого середовища.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри / А. І. Андрейканіч // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2013. Вип. 19(1). С. 121-126. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk\\_msshr\\_2013\\_19\(1\)\\_\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2013_19(1)__28)
2. Владленова І. В. Народження Четвертої хвилі: нанотехнологічне суспільство // Практична філософія. №3 (33), 2009. С. 14-18.
3. Додрукарська підготовка // Друкарня ВМВ: [Веб-сайт]. URL: <http://vmv.odessa.ua/o-nas/dopachatnaya-podgotovka/> (дата звернення: 20.04.2024)
4. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль: монографія / Н. І. Зражевська. Черкаси : Видавець Ю. Чабаненко, 2012. 408 с.
5. Лотошинська Н. Д. Теорія кольору та кольороутворення: навч. посіб. / Лотошинська Н.Д., Івахів О.В. Львів: В-во Львівської політехніки, 2014. 204 с.
6. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. пошбник / Т.І. Лук'янец. 2-ге вид., доп. і перероб. К.: КНЕУ, 2003. 524 с.
7. Матеріали для широкоформатного друку // Виготовлення зовнішньої і внутрішньої реклами: [Веб-сайт]. URL: [http://pelikanprint.com.ua/ua/korisna\\_info/materiali-dlya-shirokoformatnogo-druku.html](http://pelikanprint.com.ua/ua/korisna_info/materiali-dlya-shirokoformatnogo-druku.html) (дата звернення: 20.04.2024).
8. Плакат – це що таке? Значення і види плакатів // Портал про освіту: [Вебсайт]. URL: <https://uk.sodiummedia.com/4291409-poster-what-is-it-the-value-andtypes-of-posters> (дата звернення: 19.04.2024)
9. Плакат як різновид образотворчого видання. Загальна характеристика: [Веб-сайт]. URL: <http://www.wikipage.com.ua/1x1124.html> (дата звернення: 19.04.2024).

10. Шевченко В. Я. Композиція плаката: навч. посібн. / В. Я. Шевченко. Х. : Колорит, 2004. 124 с.
11. Arnheim R. Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye / Rudolf Arnheim. Berkeley: University of California Press, 2004. 508 с.
12. Hopkins, C. My life in advertising [Текст] / C. Hopkins. New York: Harper & Brothers, 1927. 143 p.
13. Johansson K. A Guide to Graphic Print Production / K. Johansson, P. Lundberg, R. Ryberg. New Jersey: John Wiley & Sons, 2011. 400 с.
14. Joyce M. Designing for Print: The Art and Science / Marina Joyce. Santa Ana: Inez D Incorporated, 2018. 208 с.
15. Reeves, R. Reality in Advertising [Текст] / R. Reeves. New York: Alfred A. Knopf, 1961. 154 p.
16. Ries A., Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. N.Y., 1981.



Ім'я користувача:  
Анна Серединко

Дата перевірки:  
26.06.2024 17:10:31 EEST

Дата звіту:  
28.06.2024 09:11:20 EEST

ID перевірки:  
1016389642

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

ID користувача:  
100001433

Назва документа: фк 022 Кузнєцова К.А

Кількість сторінок: 47 Кількість слів: 10054 Кількість символів: 79837 Розмір файлу: 67.01 KB ID файлу: 1016202039

## 3.3% Схожість

Найбільша схожість: 2.81% з Інтернет-джерелом (<https://dSPACE.nau.edu.ua/bitstream/NAU/51548/2/%d0%a4%d0%9c%..>)

3.27% Джерела з Інтернету 140

Сторінка 49

0.11% Джерела з Бібліотеки 2

Сторінка 49

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Кількість

вигляду

Олег В. ЧАДІРИНСЬКИЙ