

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра архітектури та дизайну

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи

«Серія плакатів на тему: «ДЕПРЕСІЯ»»

Студентки 4 курсу групи ДИЗ-41
спеціальності 022 «Дизайн»
спеціалізації «Графічний дизайн»
Загребельна Каріна Володимирівна
Керівник: канд. пед. наук. Цідило І.І.
Рецензент: _____
Кількість балів: _____
Оцінка: ECTS _____
Національна шкала _____

Тернопіль – ЗУНУ

2025

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі досліджується тема візуального представлення депресії через засоби графічного дизайну, зокрема у форматі серії плакатів. Актуальність обраної теми зумовлена зростанням рівня напруги в сучасному суспільстві, поширенням депресивних станів, емоційного вигорання та недостатнім рівнем інформованості населення про особливості перебігу психічних розладів.

Метою роботи є створення серії соціальних плакатів, що художньо та концептуально репрезентують тему депресії, візуалізуючи її як складний, багатовимірний психоемоційний стан. Основу стилістичного рішення серії складає цифровий сюрреалізм як напрям, що дає змогу метафорично та експресивно передавати стани тривоги, втрати, ізоляції та внутрішнього розпаду. Центральні образи побудовані на символах людського тіла, тіні, порожнечі, дисторсії простору, що функціонують як візуальні маркери депресивного досвіду. Композиційна структура плакатів спрямована на створення емоційного акценту та візуального напруження, що сприяє глибшому залученню глядача до теми.

Практична цінність роботи полягає у можливості застосування створених плакатів у соціальних і просвітницьких ініціативах, експозиційній діяльності, інформаційних кампаніях, спрямованих на підвищення рівня обізнаності про ментальне здоров'я. У роботі обґрунтовано важливість адаптації візуального контенту до культурного контексту, уникнення стереотипів та поверхневих кліше, а також запропоновано візуальні рішення, здатні формувати атмосферу підтримки, довіри та відкритого діалогу.

Таким чином, дана кваліфікаційна робота є прикладом комплексного підходу до створення соціального візуального продукту, який поєднує художню виразність, концептуальну глибину та соціальну відповідальність, утверджуючи графічний дизайн як повноцінний інструмент гуманістичної комунікації в умовах сучасного світу.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕМИ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ.	
1.1 Історія зародження теми депресії в плакатах.....	5
1.2 Огляд соціальної проблеми плакатів в темі депресія.....	8
1.3 Основні аспекти соціальної проблеми.....	11
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ФОРМОУТВОРЕННЯ СЕРІЙ ПЛАКАТІВ.	
2.1 Пошук та аналіз візуальних рішень у плакатах на тему депресії.....	17
2.2 Характеристика прототипів плакатів про депресію.....	19
2.3 Художньо-графічна пропозиція.....	27
РОЗДІЛ 3 ОПИС ОБ’ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ.	
3.1 Складові частини об’єкта проєктування.....	31
3.2 Способи втілення концепції формоутворення.....	36
3.3 Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення.....	43
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49

ВСТУП

У сучасному суспільстві тема психічного здоров'я набула особливої актуальності, оскільки зростання рівня стресу, ізоляції та психологічного тиску зумовлює поширення таких явищ, як депресія, емоційне вигорання та тривожні розлади. Ці проблеми часто залишаються поза увагою широкого загалу через брак інформованості, соціальні упередження та відсутність належного візуального представлення. У цьому контексті важливу роль відіграє графічний дизайн, зокрема соціальний плакат як форма візуального звернення до глядача, яка дозволяє не лише інформувати, а й викликати емпатію, формувати соціальну свідомість і сприяти зменшенню стигматизації.

Плакат – це не просто носій зображення й тексту, а повноцінний візуально-комунікативний інструмент, здатний транслювати складні емоційні та соціальні меседжі. Саме тому обрана тема кваліфікаційної роботи – створення серії плакатів на тему депресії – має важливе соціальне та культурне значення. Цей проєкт покликаний дослідити можливості візуального дизайну як засобу репрезентації психоемоційних станів людини, сприяти зниженню рівня соціальної ізоляції осіб із депресивними розладами та надати інструмент для делікатного і водночас потужного публічного висловлювання.

Актуальність теми обумовлена потребою сучасного суспільства у відкритому діалозі про психічне здоров'я, а також зростанням ролі дизайну як медіатора між особистим досвідом і суспільною свідомістю. Робота поєднує в собі художній підхід, аналітичне мислення та соціальну відповідальність, що є визначальними критеріями у формуванні професійної ідентичності графічного дизайнера.

Мета дослідження є створення серії соціальних плакатів на тему депресії, що слугують інструментом візуальної комунікації для підвищення обізнаності про проблему психічного здоров'я, формування емпатії в суспільстві та надання моральної

підтримки людям, які переживають депресивні стани. Через використання графічного дизайну як мови образів проєкт покликаний не лише інформувати, а й зменшити рівень стигматизації, дати надію та спонукати до звернення по допомогу.

Завдання

1. Проаналізувати особливості соціального плаката як засобу візуальної комунікації, зокрема в контексті репрезентації психічних станів людини.
2. Дослідити візуальні, композиційні та семантичні засоби, що використовуються у соціальному плакаті для формування емпатії та привернення уваги до проблеми депресії.
3. Виявлення символіку, кольорову палітру, типографіку та інші графічні елементи, що дозволяють відтворити складний емоційний спектр депресивного стану.
4. Визначити ефективні художньо-графічні прийоми, що сприяють зменшенню соціальної стигматизації людей із психічними розладами.
5. Обґрунтувати доцільність використаних дизайнерських рішень у контексті впливу на глядача та досягнення поставленої комунікативної мети.

Об'єктом дослідження виступає соціальний плакат як засіб візуальної комунікації, композиційні та символічні прийоми, які дозволяють ефективно репрезентувати внутрішній світ людини, що перебуває в стані депресії.

Предмет дослідження є художньо-графічні засоби візуалізації теми депресія.

Теоретичне завдання

Визначити основи візуальної комунікації в контексті соціального плаката, проаналізувати взаємозв'язок між психоемоційним змістом та візуальною формою, дослідити вплив символів, кольору, композиції та типографіки на сприйняття теми депресії в дизайні. Особливу увагу приділити семіотичному аналізу графічного образу, що дозволяє виявити потенціал серійного плаката як інструменту візуалізації невидимих психологічних станів.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ

1.1. Історія зародження теми депресії в плакатах

Плакат, як вид візуальної графіки, виник на перетині мистецтва, технологій та потреби суспільства у швидкій, зрозумілій та емоційній інформації. Його поява стала можливою лише завдяки розвитку друкарських технологій, освіти та суспільної сфери в Європі. Перші прототипи сучасного плакату з'явилися ще у середньовіччі, у вигляді написів, оголошень та гравюр, які кріпили на стінах будівель або церков. Але справжній поштовх стався з винайденням друкарського верстата Йоганном Гутенбергом в середині XV століття, близько 1440 року, що відкрило можливість масового тиражування інформації [28].

Значною рисою плакатів кінця XIX – початку XX століття стало поєднання декоративності та комунікативності. Текст та зображення в них не існували окремо, а взаємодіяли, утворюючи сильне візуальне повідомлення. Плакат перетворився на інструмент, що "говорив" мовою мас – яскраво, швидко, доступно. Як зазначає історик дизайну Філіп Меггс: "Плакат – це візуальний крик у просторі, покликаний бути поміченим серед тисяч інших образів" [28].

Тема депресії у візуальному мистецтві загалом і в плакатах зокрема – явище порівняно нове, хоча її коріння сягають глибше, ніж здається на перший погляд. Зображення психологічного стану людини, її внутрішніх страждань та емоційних криз має давню історію в живописі, графіці, ілюстрації, але саме з появою соціального плакату в XX столітті депресія почала сприйматися як суспільно значуща проблема, що вимагає візуального осмислення.

В перші десятиліття існування плаката як жанру його основними функціями були агітація, реклама та пропаганда. Наприклад, в період між Першою та Другою світовими війнами плакати переважно зосереджувались на патріотизмі, боротьбі, мобілізації ресурсів, а тематика психічного здоров'я залишалась на узбіччі суспільного обговорення. У радянському союзі будь-які згадки про депресивні стани

вважалися небажаними, оскільки суперечили образу "ідеального громадянина", який мав бути оптимістичним, працьовитим та політично лояльним [2, с. 88].

Зміни почались у 1960-70-х роках на Заході, де виникли перші ініціативи, пов'язані з правами людини, критикою інституційного психіатричного насильства та популяризацією ідей психотерапії. В цей час теми ментального здоров'я почали проникати у візуальну культуру: з'явилися плакати на підтримку людей із психічними розладами, зображення станів тривоги, ізоляції, порожнечі. Проте чітке визначення таких проявів саме як "депресія" прийшло пізніше з популяризацією медичних і соціологічних знань про цю хворобу [3, с. 91].

Особливо поширеними соціальні плакати про депресію стали наприкінці XX на початку XXI століття. Цьому посприяли дві важливі тенденції: по-перше, глобалізація питань охорони психічного здоров'я, зокрема в рамках ВООЗ (World Health Organization), а по-друге – поява нових графічних та медіа-інструментів, що дозволили створювати швидкі та емоційно виразні зображення. Прикладом може слугувати кампанія "Depression: Let's Talk" Всесвітньої організації охорони здоров'я 2017 року, яка стала знаковою у візуалізації цієї теми. Її плакати не тільки називали проблему, а й пропонували просту, зрозумілу комунікацію з глядачем – через метафори, кольори, людські обличчя [4].

Символіка, що використовується у візуальному ряду плакатів про депресію, часто базується на метафорах, таких як тіні, темрява, ізолюваність, падіння, порожнеча, спіраль – ці образи мають глибокий культурний та емоційний відгук. Водночас зростає популярність позитивної візуальної риторики – плакати починають не тільки ілюструвати стани відчаю, а й закликати до підтримки, взаємодопомоги, звернення до спеціаліста. Сучасний соціальний плакат про депресію часто виконує функцію візуального посередника між особистим болем та публічним простором емпатії людини.

В Україні тема депресії почала активно з'являтися у візуальних комунікаціях після 2014 року в умовах суспільних потрясінь, війни, економічної нестабільності та

зростання загальної психологічної напруги в суспільстві. Візуальні кампанії, що стосуються психічного здоров'я, включали ініціативи МОЗ, проекти громадських організацій ("Ти не один", "Як ти?"), а також численні студентські й авторські серії плакатів. Значний вплив на розвиток цього напрямку мали інституції, такі як Mental Health for Ukraine які не лише створюють інфографіку та плакати, а й популяризують тематику депресії через культурні заходи.

З точки зору графічного дизайну, українські плакати часто використовують символіку посттоталітарного простору, поєднуючи соціальну критику з глибокою гуманістичною естетикою. Серед тем, які висвітлюються в цих роботах, можна назвати не лише клінічну депресію, але й повсякденну втому, вигорання, емоційну самотність – все те, що раніше не знаходило візуального вираження в публічному просторі [5, с. 43].

Таким чином, історія теми депресії в плакатному мистецтві є водночас історією трансформації суспільної свідомості. Від замовчування й табування – до відкритого діалогу, від естетизації страждання до практики співпереживання. На сьогодні серії плакатів на тему депресії виконують важливу суспільну функцію вони не тільки інформують, а й формують нову культуру турботи та взаємопідтримки.

Таким чином, історія теми депресії в плакатному мистецтві є водночас історією трансформації суспільної свідомості. Від замовчування й табування до відкритого діалогу, від естетизації страждання – до практики співпереживання. Сьогодні серії плакатів на тему депресії виконують важливу соціальну функцію – вони не лише інформують, а й створюють нову культуру турботи та підтримки.

1.2 Соціальні проблеми плакатів в темі депресія

Соціальний плакат є важливим візуально-комунікаційним інструментом, який реагує на актуальні виклики суспільства, транслює моральні орієнтири, стимулює суспільну свідомість та змінює уявлення громадськості про ті чи інші явища. У контексті теми депресії соціальні плакати виконують не лише функцію інформування, а й служать формою медіації між внутрішнім психічним станом індивіда та зовнішніми соціальними очікуваннями [1].

На відміну від багатьох інших соціальних тем, депресія це проблема, яка поєднує індивідуальне, психологічне й соціальне, часто перебуваючи на межі особистого болю та суспільного ігнорування. У зв'язку з цим постає ціла низка соціальних проблем, що розкриваються або ж, навпаки, маскуються у візуальних рішеннях соціального плаката. [3].

Однією з найгостріших проблем є невидимість депресії. Психічні розлади, зокрема клінічна депресія, емоційне вигорання або хронічна апатія, не мають чітких фізичних ознак, тому важко піддаються візуалізації у зрозумілій для масового споживача спосіб. Соціальний плакат у цьому випадку виступає спробою «вивести на поверхню» ті внутрішні стани, що зазвичай залишаються у тіні – пригнічення, безсилля, моральну втому, зникнення інтересу до діяльності, яка раніше тішила людину, емоційну нестабільність і млявість свідомості. Візуалізація цих станів надзвичайно складне завдання, що вимагає делікатного балансу між художнім узагальненням та точністю відображення психоемоційного досвіду.

У сучасному інформаційному суспільстві, де домінує візуальна культура, зображення стає носієм не лише емоцій, а й смислів, установок, а іноді й упереджень. Це створює загрозу перетворення соціального плаката про депресію на носія стереотипів. Наприклад, візуальне ототожнення депресії виключно з образом молодій жінки є наслідком нерепрезентативності ігнорування вікової, гендерної, етнічної та соціальної різноманітності [6].

Такий підхід спотворює реальність, в якій депресивні стани переживають і чоловіки, і люди старшого віку, і представники маргіналізованих груп. Унаслідок цього формується суспільна думка, згідно з якою «депресія – не для всіх», а значить, частина населення просто не асоціює себе з цією проблемою, відповідно не шукає допомоги. Всесвітня організація охорони здоров'я неодноразово вказувала, що стигматизація та нерепрезентативність є основними бар'єрами на шляху до психічного благополуччя, адже вони не тільки відштовхують людей, а й закріплюють хибні моделі сприйняття хвороби [8].

Ще одним гострим соціальним елементом є небезпека посилення соціальної стигми через візуальні метафори. Часто плакати, які створені з гуманістичними намірами, можуть викликати протилежний ефект закріпити уявлення про депресію як ознаку слабкості або девіантної поведінки. Зображення ізольованої постаті, темного простору, порожнечі, відсутності сенсу хоч і мають потужний емоційний заряд, водночас можуть підсвідомо пов'язуватись з безнадією. Такі візуальні рішення, як стверджують дослідники, серед них Стюарт, провають тривожність і зміцнюють соціальну дистанцію між «здоровими» та «психічно нестабільними». Аналогічно, з іншого боку, надмірна позитивізація проблеми – через яскраві кольори, усмішки, мотивуючі гасла на кшталт «усміхнись і все пройде» – також є проблематичною, адже вона нівелює глибину й складність депресії, редукуючи її до відсутності позитивного мислення [10,11].

Проблема дисбалансу між естетикою і функціональністю в соціальних плакатах на тему депресії постає особливо гостро в умовах висококонкурентного візуального простору. Часто дизайнери орієнтуються на емоційність, художній стиль, ілюстративну привабливість, тоді як інформаційна складова – поради, контакти фахівців, інструкція дій у випадку емоційної кризи – залишається поза увагою. У результаті глядач, хоч і співпереживає, але не отримує жодного практичного інструменту. Це породжує феномен естетичного занурення без дії небезпечне явище, коли візуальне мистецтво не сприяє вирішенню проблеми, а лише емоційно її

посилює. Ханна Розін у своїх дослідженнях вказує на важливість поєднання емоційного та інформативного підходів у візуалізації психологічних проблем, зокрема депресії [13].

Значну роль відіграє і культурна специфіка візуального коду. Символи, кольори, метафори, що є зрозумілими у західному культурному полі (наприклад, темрява, лезо, безодня, самотність), у інших соціокультурних контекстах зокрема пострадянському можуть викликати плутанину, відторгнення або навіть глузування. У суспільствах зі слабо розвиненою культурою психологічної підтримки, таких як більшість країн Східної Європи, психічні стани на кшталт емоційного вигорання чи депресії часто сприймаються як прояв лінощів або емоційної незрілості [14].

В такому середовищі плакат на тему депресії має подвійне завдання не тільки викликати емпатію, а й змінити глибинні установки суспільства. Адаптація соціального плаката до локального символізму та ментального коду одне з найважливіших завдань, про що наголошують і сучасні культурологи [15].

У світлі зростання кількості людей, які стикаються з емоційним вигоранням, тривогою, втратою сенсу життя або психоемоційним виснаженням, соціальний плакат стає надзвичайно актуальним майданчиком для візуального осмислення цієї кризи. Він має не тільки шокувати чи зворушувати, а й підтримувати, навчати, направляти. Тому створення кожного такого плаката повинно супроводжуватися не лише художнім, а й етичним аналізом, консультаціями з психологами та культурологами, аби уникнути спрощень, стереотипів, хибної репрезентації та інформаційної пустоти [16].

Таким чином, соціальний плакат на тему депресії – це не лише витвір графічного дизайну, а інструмент суспільної трансформації, який має бути максимально делікатним, відповідальним і дієвим.

Отже, соціальні плакати на тему депресії виконують важливу роль у висвітленні психоемоційних проблем, але водночас стикаються з низкою викликів – від репрезентації невидимих симптомів до уникнення стереотипів і стигматизації. Ефективний плакат має поєднувати емоційну виразність із точністю, етичністю та

культурною доречністю, щоби справді слугувати засобом підтримки та зміни суспільного сприйняття депресії.

1.3 Основні аспекти соціальної проблеми

Емоційне вигорання, також відоме як емоційне виснаження – це складний психологічний стан, котрий розвивається внаслідок тривалої дії стресу. Для нього характерне стійке фізичне, інтелектуальне та моральне виснаження, що поступово призводить до зниження працездатності та втрати зацікавленості до діяльності, котра раніше дарувала задоволення. Крім цього, цей стан супроводжується емоційною нестабільністю, підвищеною дратівливістю та постійним відчуттям напруги, що значно впливає на загальний психоемоційний стан особистості.

У сучасному світі випадки синдрому емоційного вигорання значно поширилися. Якщо раніше цей феномен був притаманний переважно соціальним професіям, то тепер він зачіпає широкий спектр сфер людської діяльності, впливаючи на професійне та особисте життя.

Його поширення зумовлене культурою сучасного суспільства, орієнтованою на результати з мінімальними зусиллями, споживацькими тенденціями, прагненням до матеріального достатку та надмірною увагою до розваг та швидкого задоволення потреб. В умовах такого соціокультурного середовища людина часто стає заручником власних амбіцій, постійно використовуючи власні фізичні та психологічні ресурси, дозволяючи зовнішнім обставинам посилювати цей процес.[24]

В українській психологічній науці та практиці поняття "емоційного вигорання" почало вживатися відносно недавно, що зумовлює недостатню дослідженість цієї проблеми в наукових розробках та практичній діяльності. Незважаючи на те, що це явище стає дедалі поширенішим серед представників різних професій, питання його

діагностики, профілактики та способів подолання ще не отримало належної уваги від науковців та суспільства загалом.

Однофакторна модель емоційного вигорання, запропонована Пайнсом і Аронсоном, пояснює цей феномен як стан фізичного, емоційного та когнітивного виснаження, що формується через тривале перебування в емоційно напружених і стресових ситуаціях. Згідно з цією концепцією, ключовим фактором розвитку вигорання є саме виснаження, котре розглядається не просто як один з його компонентів, а як основний механізм, що викликає подальші негативні зміни в емоційній, поведінковій та когнітивній сферах людини.

Поступове занурення в депресивний стан поступово призводить до порушення психоемоційної рівноваги, втрати мотивації, зменшення задоволення від своєї діяльності та посилення негативного ставлення до роботи чи соціального оточення. В результаті людина відчуває загальну апатію, емоційне спустошення, втрату сенсу професійної та особистісної реалізації, що може супроводжуватися підвищеною дратівливістю, емоційною нестабільністю та зниженням когнітивних здібностей.

Депресія рідко виникає раптово; зазвичай це поступовий процес, що розгортається тижнями, місяцями або навіть роками. Початкові симптоми можуть бути майже непомітними – легка втома, незначне погіршення настрою, втрата інтересу до хобі чи соціальних активностей. Людина часто пояснює це перевтомою, стресом або сезонними змінами, не розуміючи, що перебуває на ранніх стадіях депресивного процесу

На початкових етапах занурення в депресію змінюється емоційний фон. Людина поступово втрачає здатність відчувати радість та задоволення від звичних речей. Це явище називають ангедонією – одним із ключових симптомів депресії. У цей період думки стають дедалі негативнішими, з'являється схильність до самокритики, розчарування у власних досягненнях і житті загалом. Людина може навіть не помітити, як негативні думки починають домінувати в її свідомості, поступово витісняючи раціональне мислення.[11]

Фізіологічні проблеми відіграють важливу роль у затягуванні в депресію. Дослідження показують, що при хронічному стресі та депресії відбуваються суттєві зміни в роботі мозку, зокрема у функціонуванні лімбічної системи та префронтальної кори. Це призводить до зниження рівня серотоніну, дофаміну та норадреналіну - нейромедіаторів, які регулюють емоційний стан та мотивацію. Як наслідок, людина відчуває постійну втому, її рухи стають повільнішими, а будь-яка діяльність обтяжливою та безглуздою.[24]

Соціальна ізоляція – ще один фактор, який сприяє поглибленню депресивного стану. Людина перестає підтримувати контакти з друзями, родиною та колегами, оскільки спілкування здається їй виснажливим або беззмістовним. Вона може уникати телефонних дзвінків, відмовлятися від зустрічей, ігнорувати повідомлення. Це призводить до замкненого кола: чим менше соціальних контактів, тим сильніше відчуття самотності, яке поглиблює депресію. Водночас суспільство часто не розуміє тяжкість депресивного стану, що лише посилює почуття відчуження.

Самостійна боротьба з депресією є складним процесом, що вимагає значних внутрішніх ресурсів та ефективних стратегій самодопомоги. Деяким людям вдається впоратися із симптомами без професійного втручання, використовуючи певні методи саморегуляції, зміну способу життя та підтримку від соціального оточення. Водночас існують ризики, пов'язані з тим, що без належного розуміння природи депресії та її механізмів людина може лише погіршити свій стан.[26]

Одним із ключових елементів самостійної боротьби є усвідомлення власного стану та розуміння того, що депресія – це не просто "поганий настрій", а складне психологічне та фізіологічне явище. Депресія може змінювати мислення людини, змушуючи її бачити реальність у спотвореному світлі. Тому першим кроком до подолання депресії є усвідомлення цих когнітивних спотворень і боротьба з негативним мисленням.

Люди, які намагаються подолати депресію самостійно, часто перебувають у стані глухої внутрішньої боротьби, що не має чітких меж між минулим і теперішнім,

між уявним і реальним. Як зазначає дослідниця К. Річардсон, такі особи часто переживають «ефект зачиненої кімнати», коли простір власної психіки стає одночасно єдиною доступною територією та полем бою.[23]

У процесі самостійного подолання депресії важливу роль відіграє явище самоспостереження. Як зазначає В. Франкл, в екзистенційній кризі людина починає глибше прислухатися до себе, але ця увага часто набуває болісного характеру: замість розуміння приходить внутрішній параліч. Особистість ніби роздвоюється – одна частина прагне дії, інша її блокує. Це породжує емоційне виснаження та втрату сенсу зусиль [8].

З погляду нейропсихології, цей стан посилюється порушеннями в роботі дофамінергічних і серотонінових шляхів, що призводить до зниження здатності відчувати задоволення, планувати дії, формувати вольові імпульси. Тому спроба самостійно змінити свій стан, хоч і супроводжується усвідомленням його патологічності, часто стикається з нейрофізіологічною неможливістю реалізації намірів. Виникає своєрідний парадокс: я знаю, що мені потрібно діяти – але я не можу

Внутрішнє руйнування особистості, котре відбувається з особистістю у стані глибокої депресії, коли людина майже втрачає здатність чинити опір, є не лише психологічним, але й екзистенційним феноменом. На цьому етапі депресія перестає бути лише клінічним діагнозом – вона трансформується в досвід поступового зникнення «Я», у відчуття себе таким, що поступово зникає, не залишаючи слідів ні в зовнішньому світі, ні в свідомості самого себе.

Людина в цьому стані починає відчувати власне існування як помилку чи випадковість, як щось, що не має місця у загальній структурі світу. Вона не просто втрачає інтерес до життя, як часто описується в загальних характеристиках депресії, а втрачає зв'язок з самою концепцією майбутнього. Це майбутнє стає не лише небажаним, але й неможливим – неможливим для уяви, планування, переживання. Як пише Томас Фухс, у важкій депресії порушується сам темпоральний досвід, і час

«застигає», перетворюючись на нестерпну вічність без подій, без перспектив, без сенсу [17].

Один із найтяжчих в цього стані – відчуття порожнечі, котре більше не є метафорою. Люди, які пережили такі епізоди, часто описують себе як «порожні посудини», як «місце, де колись була особистість». Ця втрата себе не завжди є свідомою, але вона виявляється в повній апатії, втраті здатності до емоційного реагування, у відчутті, що будь-яка дія є безглуздою і не має потенціалу змінити бодай щось.

У момент, коли боротьба припиняється, настає внутрішній колапс. Це не обов'язково крик чи сльози – часто це тиша. Абсолютна, гнітюча тиша, коли вже немає потреби щось пояснювати, щось просити, щось очікувати. У цей момент людина перестає бути собою – він стає уламком себе, залишком того, що колись називалося особистістю. На цю тишу вказують багато досвідчених психотерапевтів як на останній сигнал тривоги, який дуже легко пропустити, бо він не звучить – він лише присутній як відсутність.[18].

Це стан, у якому людська психіка зазнає глибокого руйнування, і цей процес настільки тонкий та повільний, що сама людина часто не усвідомлює, коли саме перестає бути собою. У найважчі моменти депресії втрачається здатність відчувати не лише радість чи задоволення, а й найосновніші відчуття присутності, тепла, зв'язку. Людина ніби випадає з реальності, продовжуючи в ній існувати як привид себе колишнього[13].

Підтримка та допомога всередині цього стану люди не завжди хочуть померти, але часто вже не мають сил жити. Це тонка межа між фізичним існуванням і повною втратою сенсу. Саме тут і народжується один із найнебезпечніших, що руйнує особистість симптомів– байдужість. Не крик про допомогу, не сльози, а тиша. Ззовні ця байдужість може здаватися спокоєм, але всередині – це глибоке виснаження, у якому навіть найменший побутовий крок потребує великих над зусиль. Людина може

годинами лежати в ліжку, не тому що не хоче встати, а тому що її психіка більше не видає команд до дії [18]

Отже, емоційне вигорання та депресія є складними психоемоційними станами, які поступово руйнують внутрішній світ особистості, призводячи до втрати мотивації, відчуття сенсу життя та соціальної ізоляції. У сучасному суспільстві ці явища набули масштабного поширення через високий рівень стресу, тиск на досягнення успіху та нестачу глибокої емоційної підтримки.

- Емоційне вигорання виступає початковим сигналом, який свідчить про внутрішнє виснаження та втрату життєвих ресурсів.
- Поступове занурення в депресивний стан характеризується емоційною апатією, зниженням мотивації та відчуттям ізоляції.
- Самостійна боротьба з депресією часто є вимушеною, але недостатньо ефективною, що може призвести до загострення стану.
- Внутрішнє руйнування особистості проявляється у втраті самоідентичності, смислів та стабільності.
- Підтримка та допомога – ключовий аспект, що може змінити вектор розвитку депресії, сприяючи поступовому відновленню психічного стану.

РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ФОРМОУТВОРЕННЯ СЕРІЙ ПЛАКАТІВ

2.1 Пошук та аналіз візуальних рішень у плакатах на тему депресії

Аналізуючи візуальні рішення, що приймаються дизайнерами соціальних плакатів на тему депресії, є набагато глибшими, ніж просто вибір кольору, шрифту чи стилю. За кожним елементом стоїть не лише художнє бачення, а й етична позиція, філософське осмислення теми, розуміння психології глядача та глибока емпатія до тих, хто переживає психоемоційний розлад.

У контексті депресії плакат набуває ролі не стільки інформаційного, скільки терапевтичного засобу: він транслює відчуття, які складно висловити словами. Візуальна мова стає «третьою особою», яка допомагає побудувати міст між тими, хто відчуває внутрішню порожнечу, і тими, хто лише намагається зрозуміти цю темну реальність.

На початковому етапі формування серії соціальних плакатів на тему депресії було обрано комплексний метод пошукового ескізування, що поєднував аналітичний, асоціативний і емпіричний підходи до візуального моделювання [1].

Такий підхід був спрямований на глибоке осмислення теми депресії не лише як клінічного чи соціального явища, а передусім як суб'єктивного досвіду, що потребує емпатійного візуального відображення. Першочерговим завданням на цьому етапі стало визначення ключових емоційних і смислових категорій, які найчастіше асоціюються з феноменом депресії. До таких категорій були віднесені: ізоляція, емоційна порожнеча, внутрішній тягар, розщеплення особистості, втрата сенсу, тривожна тиша, відчуття скляної оболонки та темряви як постійного фону. Це дозволило окреслити базові концептуальні зони, які уможливають створення візуально релевантного і концептуально точного образу психологічного стану [2].

З метою подальшого перетворення зазначених категорій у візуальні форми було застосовано метод візуального картографування, який полягав у побудові ментальної карти асоціативних зв'язків. Центральне поняття «депресія» розгалужувалося на

множину візуально-семантичних вузлів, які включали конкретні образи: тінь, замкнений простір, силует у темряві, скляна банка, розмиті контури тіла, фігура, що розчиняється або тоне у просторі. Візуальне картографування дало змогу окреслити візуальний лексикон серії набір повторюваних метафоричних форм, які виступають універсальними символами депресивного стану в культурній уяві. [4].

Наступним етапом став візуальний пошук референсів і прототипів, спрямований на емпіричне дослідження того, як сучасні візуальні митці осмислюють тему депресії. Для цього були використані ресурси, що спеціалізуються на графічному дизайні, ілюстрації та цифровому мистецтві: Pinterest, Behance, DeviantArt, Dreamstime, а також художні архіви незалежних авторів. Пошукові запити здійснювалися за такими ключовими словами, як: «плакат про депресію», «ілюстрація психічного розладу», «візуальна метафора смутку», «емпатія у візуальному дизайні», «сюрреалістичне мистецтво тривоги», «темні емоційні вирази», «плакатне мистецтво про психологічну ізоляцію»

Особлива увага приділялась естетичним і етичним критеріям добору зображень. Візуальні прототипи не мали перетворювати тему психічного болю на естетизований об'єкт споглядання чи експлуатації. Уникнення візуальних кліше й романтизації страждання стало одним з головних викликів. На цьому етапі відбір здійснювався не лише за композиційними чи колористичними параметрами, але й за глибиною психологічного підтексту, делікатністю авторського висловлювання та рівнем емпатійної точності.

У підсумку було відібрано низку робіт, які найточніше резонували з цільовими концепціями. Серед них: «Mental Health Art: Depression» від rainbowofcrazy [12], «Депресія» Валерія Міговк [26], «Внутрішній голос» Андрія Клішина [22], «Trapped in a Jar of Emotions» і «I Am Trapped» Луїси Габріель Юфи [7], а також «In the Shadow of Myself» від Kaso's Archived [8]. Ці зразки стали ключовими референсами, що лягли в основу подальшого стилістичного, сюжетного й композиційного пошуку.

Отже, в процесі пошуку та аналізу візуальних рішень для створення серії соціальних плакатів на тему депресії було з'ясовано, що ефективна візуальна комунікація вимагає не лише художньої виразності, а й глибокого етичного та психологічного осмислення теми. Для формування візуальної мови, здатної точно і делікатно передати суб'єктивний досвід депресії, було застосовано низку методів: аналітичний, асоціативний підходи до пошукового ескізування, метод візуального картографування, а також дослідження референсів на основі професійних платформ графічного дизайну та мистецтва.

Ці методи дозволили окреслити ключові емоційні категорії, візуальні метафори та символи, які відображають стани ізоляції, емоційної порожнечі, внутрішнього розпаду та потреби у підтримці. Естетична та етична складова відігравала визначальну роль при доборі референсів, що гарантувало відсутність візуальних кліше та романтизації психічного болю. Як результат, було сформовано концептуально вивірену та психологічно чутливу візуальну мову, яка слугує містком між глядачем і темою депресії, сприяючи емоційному розумінню та суспільному діалогу.

2.2 Характеристика прототипів плакатів про депресію.

У сучасному світі тема психічного здоров'я дедалі частіше стає предметом обговорення в суспільстві, мистецтві та дизайні. Особливо актуальним є візуальне осмислення депресії – невидимого, але глибоко відчутного стану, який торкається мільйонів людей. Графічні плакати як форма художнього висловлення дозволяють не лише передати внутрішній біль та ізоляцію, а й залучити глядача до співпереживання та роздумів. Візуальні метафори, кольорова гама, форми і символи – усе це стає мовою, за допомогою якої дизайнери доносять складні емоції. Щоб краще зрозуміти, як саме ці інструменти працюють, варто звернутися до художньо-графічної характеристики конкретних прикладів плакатів, що висвітлюють тему депресії



Рис.2.1. «Mental Health Art: Depression» – rainbowofcrazy

1. Плакат «Mental Health Art: Depression» (див.рис.2.1) – автор rainbowofcrazy

Плакат присвячений темі психоемоційної ізоляції, зосереджений на метафоричному відтворенні стану депресії та пригнічення. Сфера його застосування охоплює соціально-психологічні кампанії, експозиційні виставки з акцентом на проблематику ментального здоров'я, а також візуальні комунікації, спрямовані на формування емпатії та суспільного розуміння психічних розладів.

У композиції простежується використання графічної азбуки як інструменту змістового навантаження. Основним образом виступає скляна банка стилізована графоформа, що символізує закритість, обмеження й відчуття пастки. Усередині банки зображено фігуру людини, згорнуту в собі, що функціонує як ідеограма психічного стану самотності, вразливості та емоційної ізоляції. Шрифтовий елемент, розміщений на кришці банки, візуалізує ідею блокування або неможливості виходу з внутрішнього простору, підсилюючи метафору «запечатаності» власного болю. Композиція побудована навколо вертикальної осі, де сама банка стає домінантою, а фігура всередині змістовним ядром.

Засоби графічної образотворчості охоплюють активне використання плями, лінії та кольору. Пластичні, емоційно насичені мазки утворюють динамічну, майже вихороподібну структуру, яка посилює враження тривоги й напруженості. Колористична палітра включає переважно темні відтінки синього, чорного та фіолетового, які асоціюються з почуттями страху, невизначеності та емоційної глухоти. Вкраплення яскраво-зеленого та жовтого кольору створюють контрастні акценти, що підкреслюють внутрішню боротьбу та психоемоційну дестабілізацію. Фонова фактура плаката створює ефект глибини та візуального занурення, додаючи просторового виміру композиції.

Техніка виконання, імовірно, є змішаною поєднання пастелі або гуаші з елементами графіки, що забезпечує багатошарову текстуру та експресивність зображення. Художнє трактування фігури та об'єкта банки не має фотореалістичної точності, натомість тяжіє до експресивного узагальнення, що дозволяє глядачу інтерпретувати образи через власний емоційний досвід.



Рис.2.2. «Депресія» – Валерія Міговк

2. Плакат “Депресія” (див.рис.2.2) авторка Валерія Міговк
Це соціальний плакат, тематично спрямований на візуалізацію проблематики депресії, внутрішнього емоційного стану особистості та психічної ізоляції. Сфера його

застосування охоплює соціально-культурні комунікації, просвітницькі кампанії у сфері ментального здоров'я, а також експозиційні простори, орієнтовані на створення емпатійного діалогу між глядачем і темою психоемоційних розладів.

У структурі композиції чітко простежуються елементи графічної азбуки, які виконують як естетичну, так і семантичну функцію. Центральним образотворчим елементом виступає стилізована форма анатомічного серця, що символізує осередок глибоких переживань. У його межах розміщується скручена в ембріональну позу фігура людини, яка функціонує як ідеограма емоційної вразливості, психічної замкненості та внутрішнього болю. Таким чином, серце постає як метафоричний контейнер душевного страждання. Додаткову структурну роль виконує типографічний елемент – шрифтове зображення у нижній частині композиції, виконане у стилістиці геометричного мінімалізму, що підтримує загальний візуальний ритм та акцентує увагу на змістовому завершенні зображення.

У плакаті застосовано цілий спектр засобів графічної образотворчості. Ключовим виразним інструментом є пляма з розмитими контурами, яка формує як саму фігуру людини, так і структуру серця. Відсутність чіткої лінії як засобу окреслення створює ефект невизначеності, розчинення суб'єкта у внутрішньому просторі емоційної ізоляції. Колористична палітра переважно холодна, представлена відтінками синього, що асоціюється з меланхолією та відчуженням, а також вкрапленнями червоного — символу напруги, болю, тривоги. Такий контраст створює напружене емоційне тло та підсилює драматизм зображення. Тло композиції – насичено темне, майже чорне, що сприяє фокусуванню уваги на центральному образі й водночас передає стан емоційної порожнечі.

Техніка виконання – цифрова графіка, ймовірно створена за допомогою графічного планшету та спеціалізованого програмного забезпечення (наприклад, Adobe Photoshop або Procreate). Фактура зображення гладка, з м'якими тональними переходами, що надає ілюстрації характеру візуальної пластичності й емоційної глибини. Композиційно плакат побудований навколо центрального фокусу

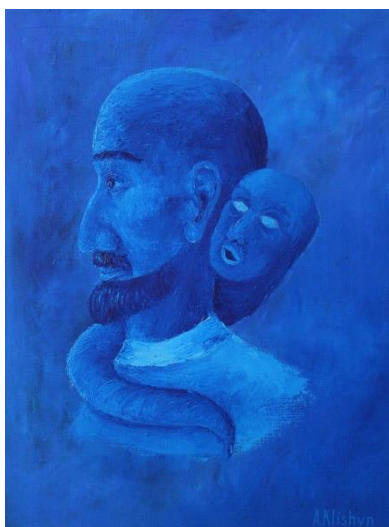


Рис.2.3. «Внутрішній голос» Андрієм Клішиним

3. Плакат «Внутрішній голос» створений Андрієм Клішиним (див.рис.2.3) Метафорично розкриває тему внутрішнього конфлікту, який супроводжує особистість у стані депресії або емоційного напруження. Це соціально-психологічна робота, що звертає увагу на проблему внутрішнього діалогу, самозвинувачень або нав'язливих думок. Плакат можна застосовувати в інформаційно-просвітницьких кампаніях, що стосуються ментального здоров'я, а також у культурних заходах, присвячених темам самопізнання, емоційної підтримки та психологічної просвіти.

У композиції помітна активна присутність елементів графічної азбуки. Центральним образом є погруддя чоловіка, що зображене у профіль, за яким проступає друге обличчя – напівпрозора маска з відкритим ротом, наче у крику. Це обличчя функціонує як ідеограма внутрішнього голосу, можливо – нав'язливої думки або підсвідомого страху. Обидві фігури мають спільну основу у вигляді змієподібної ший, що асоціюється з емоційним стисненням, контролем або душевним тиском. Ці елементи є не лише сюжетними компонентами, а й символічними носіями психоемоційного змісту. У графічному рішенні не використано типографічних елементів, але композиція має чіткий ритм і симетрію, що підсилює відчуття внутрішньої напруги.

Засоби графічної образотворчості зосереджені на домінуванні плями, кольору та тональних переходів. Ключову роль відіграє насичений монохромний синій колір, що асоціюється з холодом, смутком, замкненістю. Відсутність різкого колірного контрасту сприяє зануренню глядача в приглушену емоційну атмосферу. Лінії м'які, що підкреслює відчуття внутрішньої напруги без зовнішньої агресії. Образи передано за допомогою розмитих плям і тонких градацій світлотіні, що формують ефект плинності, нечітких меж між свідомістю і підсвідомістю. Це створює метафору психічної нестабільності, коли внутрішній голос ніби витісняє справжнє «я».

Техніка виконання живопис, імовірно олійний або акриловий, на основі фактурного полотна. Візуальна фактура злегка зерниста, що додає глибини та відчуття «важкого повітря», у якому перебувають зображені персонажі. Композиційно зображення побудовано на зіставленні двох облич – реального й умовного, де внутрішній голос ніби проростає зсередини. Такий підхід дозволяє глядачеві інтерпретувати зображення на рівні емоційного переживання, що є важливою ознакою візуальної комунікації в темі ментального здоров'я. Загалом, робота візуалізує складність внутрішнього стану через мінімальні, але глибоко символічні засоби, створюючи атмосферу внутрішнього тривоги та потреби у звільненні від психологічного тиску.



Рис.2.4. «In the Shadow of Myself. » – kaso's archived

4. Плакат «In the Shadow of Myself. » – Kaso's Archived

Цей плакат концептуальна фотокомпозиція з яскраво вираженим соціально-психологічним підтекстом, спрямована на візуалізацію емоційного стану, характерного для депресії чи тривалого психоемоційного виснаження. Сфера застосування роботи охоплює культурно-просвітницькі ініціативи, пов'язані з ментальним здоров'ям, а також експозиційні простори, орієнтовані на індивідуальне осмислення соціальних проблем.

У композиції помітні елементи графічної азбуки, що формують змістовий і візуальний наратив. Центральною графоформою виступає фігура людини, що сидить на стільці, візуально ізольована на фоні динамічного потоку напівпрозорих силуетів, які проходять повз. Ці фігури зображено розмитими, вони виступають як ідеограми байдужого оточення або метафоричні тіні самого суб'єкта. Сама фігура сидячої людини, виконана з чіткими контурами та концентрованою присутністю, стає символом відчуження, внутрішньої зупинки, неможливості інтегруватися у стрімкий соціальний рух. Відсутність типографічних елементів не знижує інформативності зображення її компенсує виразна образна мова візуального мистецтва.

У роботі використано основні засоби графічної образотворчості, зокрема пляму, колір і лінію у фотохудожньому прочитанні. Чітко читається контраст між статичністю фігури в центрі й динамікою навколишніх силуетів. Ефект розмиття створює враження плинності часу, байдужості або відстороненого сприйняття дійсності. Колористична гама холодна, домінують блакитні та сині тони, що посилюють емоційну напругу, асоціюються з відчуттям самотності, тиші та внутрішньої відстороненості. Зелений відтінок землі додає контрасту, проте не порушує загальної атмосфери приглушеного світосприйняття.

Техніка виконання – цифрова фотографія з подальшою обробкою, імовірно за допомогою графічного редактора (на кшталт Adobe Photoshop), де використано ефекти

довгої витримки або цифрового розмиття для створення візуального ефекту «примарного руху». Фактура зображення гладка, з м'якими переходами, що посилює відчуття сну або відчуженого споглядання реальності. Композиція побудована на принципі контрасту між рухом і зупинкою, що формує чіткий емоційний акцент та візуальну драматургію. Загалом, зображення влучно передає внутрішній стан психоемоційної ізоляції, сповільнення, виключення з соціального контексту та вразливість особистості в умовах психологічного тиску.



Рис.2.5. «I am trapped» – авторка Luisa Gabriela Jufa

5. Плакат «I am trapped» – авторка Luisa Gabriela Jufa (див.рис.2.5)

Цей плакат вирізняється мінімалістичним, але глибоко емоційним підходом. У центрі зображена оголена фігура молодого чоловіка, згорнута в позі зародка, вся в синьо-фіолетових тонах. Його силует вписано в контур анатомічного серця, що ледь помітно проглядає на фоні. Такий символізм говорить про глибоку внутрішню біль, зосереджену не лише у психіці, а й у тілі. Плакат добре підходить для використання в цифрових кампаніях, арт-проектах або психологічних тренінгах.

У графічній азбуці використано чіткі органічні форми: фігура людини плавна, обтічна, м'яка. Немає агресивних ліній або різких контурів. Контур серця напівпрозорий, він ніби існує лише як тінь. Шрифтова частина відсутня, за винятком

невеликого логотипу внизу, який, імовірно, вказує на організацію-розробника. Така відсутність тексту підкреслює мовчазний крик, притаманний депресивному стану.

Основними засобами образотворчості є пляма, гладка текстура, м'які кольорові переходи. Робота створена цифрово – це видно з ідеально рівних ліній, градієнтів і полірування тіла. Колірна гама монохромна, з переважанням синього кольору, який символізує емоційну порожнечу, відчуження. Водночас червоні відблиски навколо фігури та на контурах серця натякають на внутрішній біль і тиск. Композиція врівноважена, центрована, що додає роботі відчуття стабільності – всупереч внутрішньому хаосу.

Отже, проаналізовані прототипи плакатів демонструють різноманітність візуальних рішень і глибину концептуального підходу до теми депресії. Кожна робота відображає окремий аспект внутрішнього стану людини: ізоляцію, внутрішню боротьбу, безпомічність, втрату сенсу. Ці візуальні образи не лише викликають емпатію, але й формують візуальну мову, через яку суспільство може краще розуміти психічні розлади. Таким чином, прототипи виступають не просто графічними творами, а потужними інструментами соціального діалогу.

2.3. Художньо-графічна пропозиція.

У процесі опрацювання теми візуального представлення депресії через графічний дизайн особливу увагу було приділено аналізу існуючих плакатних рішень, які по-різному інтерпретують психологічні стани пригнічення, ізоляції та внутрішнього конфлікту. На основі здійсненого дизайн-аналізу сформувався художньо-графічна пропозиція, що враховує як візуальні прийоми, так і смислове наповнення обраної теми.

Концептуальне ядро робіт визначає поєднання експресивної метафорики, стилістики сюрреалізму та емпатійної графіки, здатної делікатно, але глибоко передати внутрішній психоемоційний стан людини, що переживає депресію.

Основним стилістичним вектором усієї серії було обрано сюрреалізм, що історично сформувався як художній напрям, покликаний виявляти приховані сфери людської психіки через візуальні парадокси, сновидні образи, деформацію реальності та символізм. Саме сюрреалістичний метод дозволив створити простір візуального абсурду та алогічної метафоричності, який точно резонує з відчуттями ізоляції, тривоги, втрати контролю, що супроводжують депресивний стан [1].

Сюрреалізм, як напрям, який дозволяє гнучко працювати з темою підсвідомості, страхів, внутрішніх переживань і психічних порушень. Сюрреалістичні композиції сприяють створенню візуальних метафор, у яких внутрішній стан персонажа переноситься на зовнішній простір. Такий стиль дозволяє зображати психологічні стани через деформацію простору, зміщення перспектив, подвійні образи, символічні предмети, що не мають буквального значення, але несуть глибоку емоційну конотацію. У власних плакатах сюрреалізм реалізується через такі прийоми, як «силуети людей які розмиті» у фоні, прозорі межі фігури, візуальне спотворення анатомії, силуети рук, що тягнуться до людини.

У художньо-графічному втіленні сюрреалізм також впливає на формоутворення, створення образів, що не підпорядковуються законам реального простору. Простір у плакатах часто є нефізичним, утвореним абстрактним фоном або умовним середовищем. Цей простір позбавлений орієнтирів, що посилює відчуття безвиході або загубленості, типових для депресивного досвіду. Крім того, пластика тілесності у сюрреалістичному стилі відіграє важливу роль – тіло деформується, розчиняється, кристалізується, стає прозорим або фрагментованим. Це дає змогу візуально передати фрагментацію самоідентичності, внутрішнє відчуження або психічний розпад.

Колористика, як частина сюрреалістичного вираження, також відповідає емоційно-символічному навантаженню. Часто використовуються холодні, приглушені, темні тони, серед яких виокремлюється один колірний акцент, що стає психологічним маркером напруги. Наприклад, червоне світло, яке просвічується крізь сірі силуети, може символізувати біль, тривогу або залишки емоційної енергії, яка ще

не згасла. Усе це дозволяє працювати не лише з формою, а й з візуальною семантикою, де колір стає частиною психологічної оповіді.

Композиційна побудова плакатів орієнтується на принцип центричної уваги, де основний образ розташований у фокусній зоні та виконує роль емоційного ядра. Часто використовується порожній простір (негативний простір) як символ відчуження, порожнечі, ізоляції. У низці робіт застосовано діагональну побудову, що створює динаміку падіння або емоційного провисання. Також експериментується з інверсією масштабу персонаж може бути втиснутий у невеликий простір, або навпаки занадто малий щодо гігантського фону, що підсилює відчуття безпорадності.

У роботі використовуються переважно цифрові графічні техніки з імітацією ручного малюнка та текстурованих поверхонь. Застосовано градієнтне затемнення, ефекти розмиття країв, викривлення тіла через інструменти «Liquify»(пластика), імітацію акварельних потоків і плям для передачі ефекту розчинення. Деякі композиції включають елементи силуетної графіки для підкреслення контрасту між внутрішнім і зовнішнім світом персонажа. Важливу роль відіграє також напівпрозорість, що використовується як метафора емоційної вразливості або втрати зв'язку з реальністю.

Отже, у процесі аналізу та створення плакатів про депресію ключовим напрямом було обрано сюрреалізм як засіб візуального осмислення психоемоційного стану людини. Через метафоричні образи, деформацію простору, приглушену колористику та композиційні прийоми вдалося передати внутрішнє відчуття ізоляції, тривоги та втрати себе. Візуальні рішення базуються на поєднанні емпатії, символізму та графічної виразності, що дозволяє глибше розкрити тему депресії та зробити її емоційно відчутною для глядача.

РОЗДІЛ 3. ОПИС ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ

3.1.Складові частини об'єкта проєктування.

Об'єктом проєктування є серія соціальних плакатів, які тематично стосуються проблеми депресії – як психоемоційного стану, що лишається актуальним у сьогоденному соціокультурному контексті. Плакати мають за мету не тільки привернути увагу до внутрішнього стану людини, котра перебуває в депресії, але й візуалізувати глибокі емоційні переживання, котрі зазвичай залишаються невидимими для оточення. Концепція проєкту ґрунтується на поєднанні художньої виразності та соціального меседжу, що передається через символи, колір, композиції та метафоричні зображення

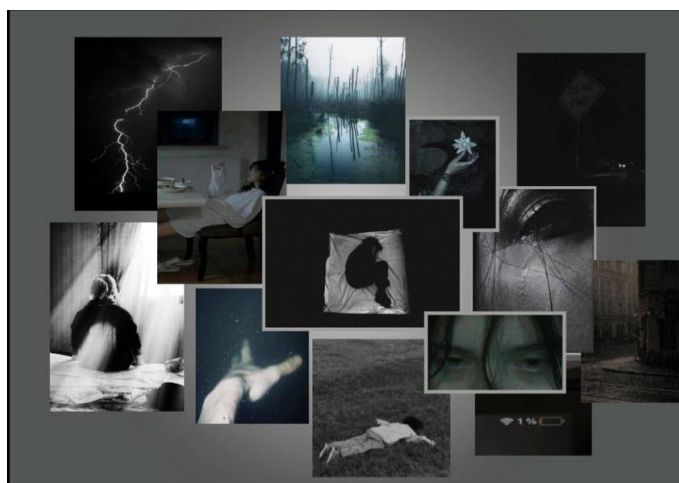


Рис.3.1. «Семіотичне поле»

Семіотичне поле серії плакатів на тему депресії сформоване як система знаків, символів і візуальних метафор, покликаних транслювати психологічний стан людини, що перебуває в депресії. Основне завдання при формуванні семіотичного поля передати через візуальну мову складні емоційні й психічні процеси, не використовуючи надмірного текстового пояснення. Тобто, звернення до глядача здійснюється переважно через зорове сприйняття образів, кольору, форми, символів і композиції.

У межах проекту були відібрані найбільш схожі візуальні елементи, що володіють високим символічним потенціалом. Кожен із символів несе в собі емоційно-психологічне навантаження, яке сприяє емпатійному сприйняттю теми та поглиблює змістовність плакату.

Темна фігура без обличчя цей символ репрезентує відчуття внутрішньої пустки, втрату ідентичності та емоційної опори. Відсутність обличчя виступає маркером деперсоналізації – одного з типових симптомів депресивного стану. Силуетна форма, розмита або відчужена, викликає відчуття тривоги та водночас дозволяє глядачеві проєктувати на неї власні асоціації.

Замкнутий простір просторовий мотив використано як метафору ізоляції – не лише соціальної, але й внутрішньої. Кімната з тісними стінами, темною палітрою або відсутністю вікон стає уособленням замкненого психологічного стану. Символіка простору підсилює відчуття застрягості, неможливості втечі або просування.

Чорна пляма, тінь, пляма на тілі пляма – символ невидимої, але відчутної травми. Вона може зчитуватися як тінь психічного розладу, що не завжди помітна зовні, але присутня в людині. У плакатах вона візуалізується як наростаючий елемент, що покриває фігуру, – натяк на прогресування симптомів або нав'язливість негативних думок.

Розірване серце, напружені лінії ці елементи символізують емоційний біль, надмірну вразливість і внутрішній конфлікт. Вони використовуються у плакатах як графічний акцент – лінії, що розривають фігуру, або візуальні колізії між кольоровими площинами.

Крапля, сльоза, вода, сльоза – класичний символ страждання, але в серії використана не буквально, а як абстрактна форма (крапля, що розчиняється або розпливається по фоні). Такі елементи передають не лише печаль, а й очищення, що стає важливим переходом до надії в окремих плакатах.

Птах у клітці або зламані крила цей образ – символ втрати свободи, пригнічення внутрішнього потенціалу. У плакатах він використовується у фінальній частині серії як метафора шляху до визволення або повернення до себе (птах, який вибирається з клітки, як символ надії).



Рис.3.2. а, б, в

Етап створення ескізів у процесі графічного проєктування має визначальне значення, оскільки саме на цьому рівні абстрактні ідеї, семіотичні структури та емоційні стани починають набувати форми, контурів, композиційної логіки та художньої мови. У рамках проєкту для розробки серії соціальних плакатів на тему депресії ескізи слугували не лише початковими графічними пошуками, а й способом осмислення структури самих серій плакатів для встановлення взаємозв'язків між окремими образами, символами та темами. Вони є своєрідною візуальною лабораторією, яка проходить через фільтр інтуїції, емоційного відгуку, концептуального аналізу та візуальної логіки.

Перший ескіз був присвячений стану емоційної вигорання, відчуження від себе та світу. На ньому зображена людська фігура, яка сидить, насупивши плечі, з

опущеною головою. Вона оточена густою хмарою диму, яка ніби зростає зсередини, витікаючи з неї та огортаючи простір навколо людини. Чорна субстанція, що витікає з фігури, формуює розмиті обриси облич, які ніби розчиняються у порожнечі – це метафора втрати ідентичності, емоційної приглушеності, втрачання красок життя, коли особа втрачає зв'язок навіть із власним внутрішнім голосом. Композиційне рішення централізоване, симетричне, але зі зниженою фокусною точкою, що візуально «опускає» глядача до рівня фігури, викликаючи ефект співпереживання. Колористика – повністю ахроматична, побудована на холодних сірих відтінках, що ще більше підсилює ефект безнадійності та замороженого стану.

Другий ескіз відображає самотійну боротьбу з депресією – спробу вирватися з депресивного стану, попри відчуття повного занурення у внутрішню темряву. У центрі композиції – фігура, що тоне у густій темній рідині (воді або болоті), але тягне руку вгору, до гіпотетичного світла. Цей образ є метафорою внутрішньої боротьби: рука, спрямована вгору, символізує надію, а також бажання вирватися з пастки. Темна рідина, яка поглинає тіло, – це алегорія тягара емоційного болю. Композиційно зображення динамічне – лінії побудовані по діагоналі, що створює відчуття напруги, драматизму, зусилля. Важливим акцентом виступає контраст між нижньою частиною, виконаною у темних і важких кольорах, та верхньою частиною, де поступово з'являється більше простору й світла. Саме ця діалектика темряви і світла закладає емоційний розвиток в серії.

Третій ескіз показує стан прохання про допомогу та важливість підтримки. Дві фігури одна пригнічена, друга витягує руку, торкаючись плеча першої. Емоційно цей момент зчитується як кульмінація серії: момент контакту. Тут зображено не лише страждання, а й відповідь на нього. Композиція побудована на горизонтальній осі: обидві фігури сидять, що створює ефект спокою, стабільності. Візуальні тріщини на тілі однієї з фігур символізують емоційну ламкість, ранимість, водночас підкреслюючи крихкість стану, який можна зцілити через підтримку. Колористика

залишається приглушеною, однак в даному ескізі вже з'являється тепліший тон символ початку відновлення.

Загалом, усі ескізи об'єднані спільною графічною мовою: стилізацією людських фігур, обмеженою палітрою, експресивною лінією та символічним середовищем. Вони не функціонують як окремі завершені плакати, а як частини цілісного наративу, в якому кожна сцена розкриває окремий аспект депресії: емоційну пустку, боротьбу, потребу в контакті. Через ескізи простежується послідовний рух від ізоляції до діалогу, від безсилля до можливості зцілення. Саме така структура й визначає характер серії не стати просто зображенням хвороби, а показати психологічну динаміку, людське зусилля та глибину внутрішнього переживання.

Художнє рішення в ескізах орієнтоване на мінімалізм і експресію, що дозволяє глядачеві легко зчитувати емоційний контекст, не перевантажуючи його деталями. Це відповідає основним принципам соціального плаката миттєвий візуальний вплив, чіткий меседж, сильний символічний образ. Водночас у межах серії ця лаконічність трансформується у глибший наративний простір.

Таким чином, етап створення ескізів не лише сприяв знаходженню візуальної мови проєкту, а й забезпечив основу для формування стилістичної єдності серії. Він став мостом між концептуальним аналізом, семіотичним полем і фінальними композиціями, дозволивши візуалізувати емоційно складну тему із делікатністю, повагою й художньою глибиною.

3.2 Способи втілення концепції формоутворення



Рис.3.3 Плакат «Я існую, але я не тут»

Художньо-графічні особливості. Плакат виконаний у стилі цифрового сюрреалізму. Візуальна мова поєднує реалістичні просторові форми з метафоричними образами, які не піддаються буквальному прочитанню, а натомість занурюють глядача у психологічний стан персонажа.

Основним художнім прийомом є контраст між реальним і підсвідомим, переданий через композицію вузького коридору з натовпом темних фігур і самотнім персонажем у центрі. Колористика побудована на згущених холодних відтінках синього та сірого, які створюють гнітючу атмосферу, підсилюючи відчуття відчуження.

Плакат демонструє графічну стриманість, що дозволяє акцентувати увагу на символічних деталях: постать у зеленому светрі контрастує з оточенням і виконує роль емоційного фокусу композиції. Усе зображення занурене в атмосферу безвиході та внутрішнього розладу характерну для сюрреалістичних творів, де простір і час спотворені, а логіка підпорядкована емоційній істині.

Композиційна побудова. На лінійній перспективі, що створює ефект глибини й «затягування» у простір, подібний до сну або марення. Центральна вісь веде погляд глядача в темний прохід, символічно зображений як «вихід», проте головний герой зупинений у потоці – він фізично присутній, але ментально виключений з цього руху. Усі фігури, крім однієї, мають анонімну, силуетну форму, що символізує знеособленість, підкорення натовпу. Постаті рухаються в напрямку світла, але це світло не рятує, а пусте, дистильоване, позбавлене надії. Основна фігура злегка підсвічена і розміщена за правилами золотого перетину, що забезпечує візуальний баланс композиції. Простір коридору ніби звужується, поглинаючи персонажа – ще один прийом, характерний для сюрреалістичного простору, де об'єкти набувають психологічного значення.

Образно-стилістичні ознаки. Сюжетна побудова плаката відповідає принципам сюрреалізму, де головну роль відіграє не буквальна реальність, а внутрішній світ героя, його страхи, ізоляція, відсутність ідентичності. Коридор – це не лише архітектурна форма, а метафора психічного стану, у якому особистість загублена серед безликого потоку інших.

Письмовий елемент «Я існую, але я не тут» посилює концепцію відсутності як емоційного ядра. Текст набраний шрифтом Ustroke – моноширинним гротеском, який візуально нагадує машинопис або трафарет, що додає емоційної холодності, а також викликає асоціації з технічними інструкціями або об'єктивною документацією. Такий шрифт контрастує зі змістом, де фраза передає глибоку особистісну кризу, створюючи напруження між формою і змістом.

Використання розрідженого міжлітерного інтервалу уповільнює читання фрази, підкреслюючи її емоційне звучання – ніби це думка, що звучить у голові з лунким відлунням.

Споживчі якості. Плакат вирізняється високою виразністю та концептуальністю, що робить його ефективним для соціальних інформаційних кампаній, виставкових проєктів, психологічних ініціатив. Завдяки цифровій обробці

зображення легко адаптується для друку у форматах від А3 до А1 без втрати якості. Шрифт читається з дистанції, хоча зберігає емоційну інтонацію тривоги, що відповідає темі.

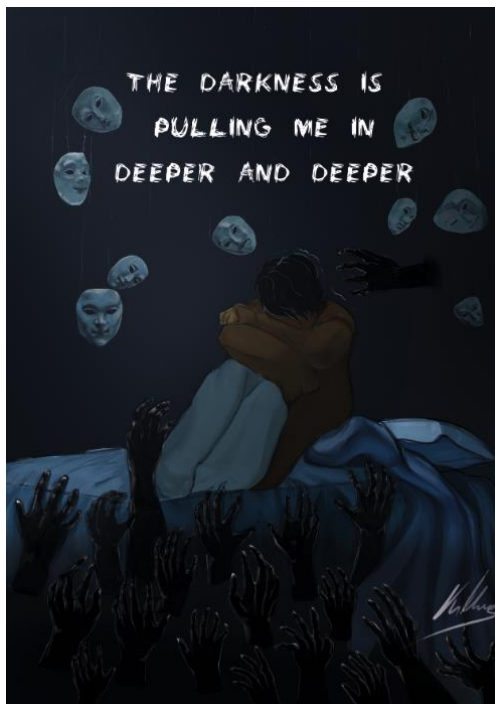


Рис.3.4 Плакат «Темрява тягне мене все глибше і глибше»

Художньо-графічні. Особливості цей плакат витриманий у стилі цифрового сюрреалізму, в якому простір, фігура та світло підпорядковуються внутрішній емоційній логіці. Візуальне зображення передає стан поступового занурення у депресію через метафору темряви, що засмоктує ця ідея реалізована у вигляді фігури, яка повільно тоне або падає в глибоку порожнечу.

Колористика стримана: домінують темно-сині, чорні, фіолетові відтінки, що створюють гнітючу атмосферу. Світло локалізується лише навколо центральної фігури, поступово згасає, підкреслюючи втрату контролю й орієнтації. Зображення сформоване цифровими мазками з напівпрозорою фактурою, що надає плакату візуальної пластичності

Композиційна побудова. Має центральну вертикальну орієнтацію, фокусуючи увагу на фігурі, що «втягується» у візуальну спіраль. Простір навколо неї майже

повністю затемнений, що формує сильний композиційний контраст і акцентує емоційний стан втрати ґрунту під ногами, ізоляція, занурення у підсвідомість.

Застосовано згущення тональних площин донизу, що створює ефект візуального тяжіння. Це підсилює відчуття безвихідності, що є ключовим у цьому зображенні.

Образно-стилістичні ознаки. У центрі плаката знеособлена фігура, що падає або зависає в темряві. Це образ людини, охопленої внутрішньою боротьбою, яка поступово втрачає контакт із зовнішнім світом. Простір, що її оточує, не має чітких меж типовий прийом у сюрреалізмі, коли простір уособлює психологічний стан, а не реальне місце.

Шрифт Ustroke, яким набрано фразу «Темрява тягне мене все глибше і глибше», виконує роль візуального акценту, створюючи відчуття холодної констатації факту. Його рівномірна вага та технічна геометрія вступає в контраст із нестабільним візуальним фоном, що підсилює відчуття психологічного розладу.

Споживчі якості. Має високу емоційну комунікативність, актуальний для соціальних і культурно-просвітницьких заходів, виставок на тематику ментального здоров'я. Друк здійснено методом цифрового лазерного друку (тонер Simitri HD E) на мелованому матовому папері Arctic Volume White, 250 г/м²,



3.7 Плакат «В капкані, але борюся за свободу»

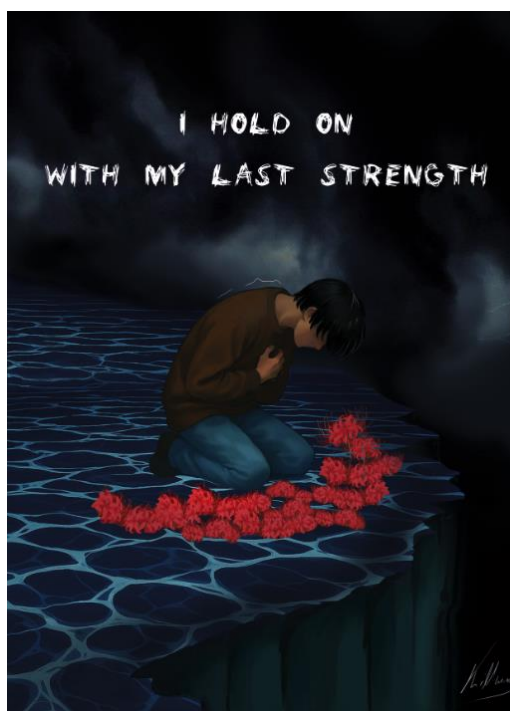
Художньо-графічні. Плакат виконаний у стилі цифрового сюрреалізму, який гармонійно підтримує загальну стилістику серії. Основна художня ідея – візуалізація внутрішньої боротьби та намагання вирватися з психологічного полону. Центральним образом є фігура людини, що наполовину занурена у темну, масоподібну субстанцію, символічну пастку. Вона тягне руку вгору – це жест спротиву, останньої надії на визволення. Фон болотно-сутінковий пейзаж з темними деревами створює атмосферу гнітючої ізоляції та застою, що візуально підсилює тему безвиході. Колористика зосереджена на контрасті між глибокими синіми й чорними тонами простору та блідим підсвіченням навколо руки – цей акцент виводить боротьбу за свободу у фокус глядацької уваги.

Композиція побудова. Плакат побудований на вертикальній напрузі: погляд глядача спрямовується знизу вгору, слідуючи за жестом руки, що виривається з тенет. Такий напрямок композиції створює динаміку напруги, дає відчуття психологічного зусилля. Просторовий глибокий фон підкреслює самотність персонажа, візуально

посилюючи ефект відчуження та боротьби з власною внутрішньою темрявою. Згортання тіла вниз та його майже поглинення субстанцією створює сильний візуальний контраст із піднесеною рукою – це ключовий композиційний момент, який фокусує емоційне навантаження.

Образно-стилістичні ознаки. Плакат демонструє основні риси сюрреалістичної метафоричної подачі: умовність простору, перебільшення, символічне навантаження елементів. Фігура людини не має чітких рис, що надає їй узагальненого характеру: кожен глядач може впізнати в ній себе або близьку людину. Образ «обплутування» виступає як символ депресивного стану, а рука, яка тягнеться до світла, – як надія. Текстовий супровід: фраза «В капкані, але борюся за свободу» працює як змістовий та емоційний акцент. Вона підкреслює, що, попри темряву, боротьба триває. Шрифт відрізняється простотою та легким акцентом на рукописність, що підсилює емоційну автентичність фрази, неначе це особисте зізнання.

Споживчі якості. Плакат має високий потенціал у рамках освітніх і просвітницьких кампаній, спрямованих на підвищення обізнаності про ментальне здоров'я. Завдяки цифровому виконанню з можливістю якісного друку на матовому папері щільністю 250 г/м², зберігається глибина кольорів та деталізація, особливо в темних ділянках композиції. Плакат доцільно використовувати у виставкових просторах, галереях, психотерапевтичних центрах або в соціальних ініціативах, орієнтованих на підтримку людей з ментальними розладами.



3.6 Плакат «Я тримаюсь з останніх сил»

Художньо-графічні. Виконаний у стилі цифрового сюрреалізму, що візуально і концептуально підтримує загальну стилістику серії. Основною художньою ідеєю роботи є граничний стан виснаження та внутрішньої боротьби. Центральний образ людська фігура, яка тримається за край площини, зависаючи над порожнечою. Простір навколо неї спрощений, символічний, і не має чітких меж – це візуальна метафора нестабільності, зневаги реальності, в якій персонаж відчайдушно намагається втриматися. Колористика зосереджена на контрасті темного фону з підсвіченою центральною фігурою, що створює емоційний акцент і вказує на останній момент напруги перед зривом.

Композиція побудова. На діагональному напруженні – усі візуальні елементи спрямовані вниз і вбік, ніби підтримуючи рух падіння. Така побудова викликає у глядача відчуття тривоги та співпереживання. Порожнеча навколо фігури посилює відчуття ізоляції й безпомічності, у той час як невелика площа опори, за яку тримається персонаж, візуально підкреслює вразливість і тимчасовість становища.

Образно-стилістичні ознаки. Демонструє характерні риси сюрреалізму: умовність простору, психологічна метафора та акцент на внутрішньому стані героя. Персонаж зображено без конкретних рис, що дозволяє глядачу ідентифікувати себе з образом. Текстовий супровід фрази «Я тримаюсь з останніх сил» доповнює візуальний образ і працює як емоційний підсилювач. Використаний шрифт Ustroke підкреслює емоційне напруження своєю технічною суворістю та геометричною простотою. Його нейтральність контрастує з драматичністю змісту, що створює внутрішню напругу між формою і змістом.

Споживчі якості. У контексті експозиційного застосування цей плакат має високий комунікативний потенціал. Він призначений для експонування, пов'язаних із проблематикою ментального здоров'я галереях чи освітніх установах. Завдяки цифровому друку з використанням тонера на високоякісному матовому папері Arctic Volume White щільністю 250 г/м² плакат вирізняється насиченою передачею кольору, глибокими темними тонами і високою деталізацією навіть у затемнених ділянках.

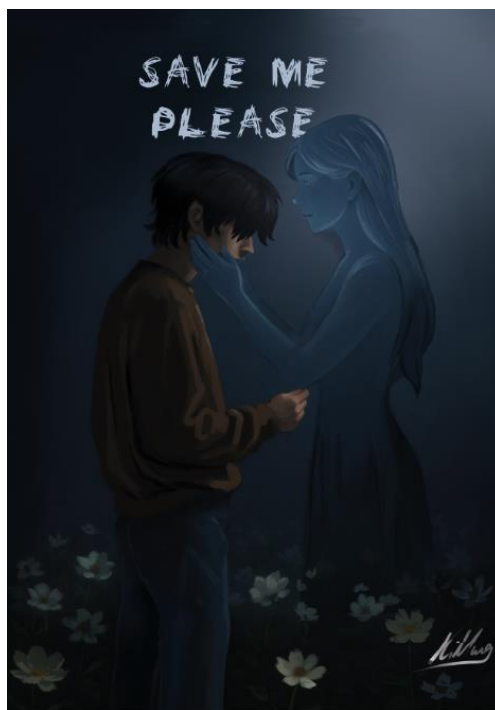


Рис.3.7 Плакат «Врятуй мене, будь ласка»

Художньо-графічні особливості. Витриманий у стилі сюрреалізму, що проявляється у символічному трактуванні фігур та атмосферності сцени. Основу зображення становлять дві постаті реальна, матеріальна й умовна, напівпрозора, майже фантомна. Це створює ефект міжреального простору ніби один персонаж існує на межі двох світів. Колористичне рішення базується на гармонійному поєднанні темно-синіх, сірих та блідих тонів із м'якими світловими переходами, що посилює емоційно-інтимний характер сцени. Легке освітлення навколо постатей створює ефект камерності та підкреслює напругу між безнадією та проханням про допомогу.

Композиційна побудова. Збалансована побудована на вертикальній осі, що проходить крізь з'єднання поглядів обох фігур. Це фокусує увагу глядача на емоційному контакті, що виникає між героями. Навколо них затемнений простір, що поступово переходить у квіткове поле, символізуючи крихку надію. Верхня частина плаката темна, з написом «Врятуй мене, будь ласка», який, завдяки розміщенню, виступає як частина емоційного звернення, мов у вигляді крику до глядача.

Образно-стилістичні ознаки. У роботі чітко простежуються риси сюрреалізму зокрема в образі блакитної жіночої фігури, яка не має тілесної щільності й сприймається як візуалізація душевного стану. Її дотик до хлопця жест підтримки чи прощання трактується як символ внутрішнього заклику про допомогу, зверненого до себе чи іншого. Шрифт Ustroke, використаний у тексті, додає композиції внутрішньої напруги: його строгі, грубі форми контрастують із м'якою емоційною атмосферою сцени, ніби репрезентуючи надрив або приглушений крик.

Споживчі якості. Виразні візуальні та інформативні якості, що робить його придатним для використання у соціальних кампаніях, виставкових проєктах, присвячених ментальному здоров'ю, а також у просторах арт-терапії чи психологічної підтримки. Матове покриття сприяє комфортному сприйняттю при різному освітленні, а щільна текстура паперу додає виробу довговічності та презентабельного вигляду навіть після багаторазового експонування.

Отже, аналіз способів втілення концепції формоутворення у серії соціальних плакатів на тему депресії демонструє цілеспрямоване використання візуальних засобів для передачі психологічного стану людини, що перебуває в кризі. Кожен плакат апелює до глядача через метафору, символіку та пластичну мову композиції, що поєднує цифрову графіку, сюрреалістичні простори, деформовані або ізольовані людські фігури, контрастні колористичні рішення та типографіку як частину емоційного повідомлення.

Таким чином, формоутворення тут не є лише естетичним оформленням, а глибоко концептуальним засобом комунікації, що перетворює соціальне повідомлення у візуальний емоційний досвід. Композиційна структура, ритм, колір, світлотінь і розміщення тексту у плакатах сприяють побудові атмосфери, яка не лише ілюструє, а й візуально "відчуває" депресію. Завдяки цьому графічна мова серії виходить за межі декоративності і виконує роль потужного інструмента соціального співпереживання, розкриваючи проблему глибоко, особисто і водночас універсально.

3.3 Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення.

У рамках виготовлення серії плакатів для культурного проєкту застосовується сучасна технологія цифрового листового друку, що є однією з найперспективніших у сфері комерційної поліграфії. Основна перевага цифрового друку полягає у відсутності потреби у виготовленні друкарських форм, що значно скорочує підготовчий етап та дозволяє виконувати замовлення оперативно, навіть за індивідуальними параметрами кожного екземпляра.

У даному випадку використовується тонерна технологія електрографічного друку цифровий метод, при якому зображення наноситься на папір за допомогою порошкоподібного фарбника, що закріплюється при високій температурі. Технологія є надзвичайно стабільною для тиражів малого і середнього обсягу, а також забезпечує точне позиціонування кольорів та високу деталізацію зображень.

Для друку використовується цифрова друкарська машина Konica Minolta AccurioPress C4080, яка підтримує роздільну здатність до 3600×2400 точок на дюйм із багатоступеневим растром. Ця машина дозволяє друкувати на різних типах носіїв щільністю від 62 до 400 г/м² та підтримує автоматичне калібрування кольору, що гарантує стабільну якість упродовж усього тиражу.

У процесі цифрового друку застосовуються сухі полімерні тонери Simitri HD E запатентовані фарбувальні речовини на основі поліестеру, розроблені компанією Konica Minolta. Ці тонери відзначаються низькою температурою закріплення, стійкістю до вицвітання, вологості та механічного стирання. Тонер має високу екологічну безпеку, не містить летких органічних сполук, відповідає вимогам RoHS та REACH [19].

Кольорова модель друку – CMYK, яка забезпечує широку палітру кольорів, необхідну для відтворення оригінального задуму дизайну. За потреби можуть додатково використовуватися розширені колірні профілі (наприклад, Pantone або симуляція RGB-ефектів), але для плакатного друку стандартна схема CMYK є достатньою для передачі дизайнерського задуму.

Для виготовлення плакатів обрано матовий крейдований папір щільністю 250 г/м², який характеризується ідеально гладкою поверхнею, високою білизною ($ISO\ 11475 \geq 95\%$) і стійкістю до деформацій. Матовий тип паперу забезпечує приглушене відбиття світла, що сприяє кращому зоровому сприйняттю в інтер'єрному середовищі та знижує ризик появи відблисків при освітленні.

Отже, застосування цифрового друку на базі сучасної тонерної технології забезпечує високу точність передачі зображення, стабільність кольорів та оперативність виготовлення, що особливо важливо у контексті культурних і соціальних проєктів з обмеженим бюджетом або малим тиражем. Використання сухих полімерних тонерів Simitri HD E дає змогу досягти високої якості друку при

зниженому впливі на довкілля, завдяки відсутності шкідливих речовин та енергоощадному процесу фіксації фарби.

Обраний матеріал матовий крейдований папір щільністю 250 г/м² – дозволяє отримати міцні, довговічні плакати з насиченими кольорами та якісним графічним відтворенням. Завдяки своїм властивостям він зберігає зовнішню привабливість протягом усього терміну експонування, не піддаючись деформаціям або вицвітанням під дією світла.

Таким чином, поєднання інноваційних поліграфічних технологій та якісних матеріалів забезпечує не лише естетичну довершеність плакатної продукції, а й її функціональну надійність. Це сприяє ефективному донесенню ключових візуальних і смислових акцентів проєкту до цільової аудиторії, підвищує впізнаваність візуального стилю й загальну комунікаційну цінність проєкту.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи було всебічно досліджено тему депресії як складного психоемоційного явища та визначено потенціал соціального плаката як інструменту комунікації, емпатії та суспільного діалогу.

Аналіз психологічних, соціальних та філософських аспектів теми засвідчив, що депресія є не лише особистою проблемою, а й масштабним соціальним викликом сучасності. Емоційне вигорання, апатія, ізоляція та внутрішня втрата сенсу життя є характерними симптомами, які потребують делікатного осмислення та репрезентації в мистецькому просторі. Візуалізація цих станів потребує не лише художньої майстерності, а й етичної відповідальності.

Вивчення сучасних дизайнерських підходів до теми психічного здоров'я дало змогу виявити ефективні методи створення візуальної мови, здатної відобразити досвід депресії. Асоціативний аналіз, дослідження референсів, візуальне картографування та ескізні пошуки дозволили окреслити ключові образи, метафори й символи, що формують глибокий емоційний наратив серії.

Сюрреалістичний напрям, обраний як основа для формоутворення, забезпечив візуальну метафоричність і гнучкість у передачі внутрішніх станів. Через деформовані простори, приглушену колористику, символізм і композиційну ритміку вдалося створити атмосферу, що не лише відображає, а й дозволяє глядачу "відчувати" депресивний стан.

Розроблені плакати функціонують не лише як мистецькі об'єкти, а як соціальні повідомлення, які сприяють формуванню культури розуміння, турботи та підтримки. Вони виконують важливу функцію не просто інформують, а й допомагають деконструювати стереотипи, сприяють визнанню складних емоційних переживань та формуванню відкритого суспільного діалогу.

На фінальному етапі реалізації проєкту було застосовано сучасні технології поліграфії та підібрано матеріали, що забезпечують як візуальну привабливість, так і

функціональну довговічність продукції. Це дозволяє використовувати плакати у широкому спектрі форматів від виставкових експозицій до соціальних кампаній.

Таким чином, створена серія плакатів демонструє потенціал графічного дизайну як інструменту глибокого осмислення соціально значущих тем. Проект об'єднує емоційний зміст, естетичну вираженість та етичну чутливість, перетворюючи візуальне повідомлення на засіб підтримки, рефлексії й трансформації суспільного сприйняття проблеми депресії.

СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Barnicoat J. *Posters: A Concise History*. London : Thames and Hudson, 1972. 216 p.
2. Berger J. *Ways of Seeing*. London : Penguin, 2013. 176 p.
3. Crow D. *Visible Signs: An Introduction to Semiotics in the Visual Arts*. AVA Publishing, 2003. 192 p.
4. De Botton A. *The Architecture of Happiness*. New York : Vintage, 2008. 280 p.
5. Frankl V. *Man's Search for Meaning*. Boston : Beacon Press, 1946. 165 p.
6. Fuchs T. Melancholia as a Desynchronization: Towards a Psychopathology of Interpersonal Time / *Psychopathology*. 2001. Vol. 34, No. 4. 179-186 p.
7. Jufa L. *I Am Trapped – Illustration Series* URL: <https://www.luisagabrielajufa.com/>
8. Jung C.G. *Man and His Symbols*, New York : Dell, 1968. 320 p.
9. Kaso's Archived. *In the Shadow of Myself*
URL: <https://jp.pinterest.com/pin/599330662946789779/>
10. McCloud S. *Understanding Comics: The Invisible Art*, New York : HarperCollins, 1993. 224 p.
11. Meggs P.B. *A History of Graphic Design*. 3rd ed. New York : John Wiley & Sons, 1998. 512 p.
12. Rainbowofcrazy. *Mental Health Art: Depression*
URL: <https://www.deviantart.com/rainbowofcrazy/art/Mental-Health-Art-Depression-310872312>
13. Rozin H. Visual Empathy and the Problem of Design / *Visual Studies*. 2018. Vol. 33, No. 4. 311-328 p.
14. Sapolsky R.M. *Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst*. London : Penguin Books, 2017. 790 p.
15. Solomon R.C. *The Passions: Emotions and the Meaning of Life*. Hackett Publishing, 1993. 400 p.

16. Stuart H. Media portrayal of mental illness and its treatments: what effect does it have on people with mental illness? *CNS Drugs*. –2006. Vol. 20, No. 2. 99-106 p.
17. Wurtzel E. *Prozac Nation: Young and Depressed in America*. –New York : Riverhead Books, 1994. 384 p.
18. Арендт Х. *Vita activa, або Про діяльне життя*. К. : Дух і Літера, 2020. 372 с.
19. Баранова І. В. *Методика художнього проектування в дизайні: навч. посібник*. Харків : ХДАДМ, 2020. 164 с.
20. Бек А. *Когнітивна терапія депресії*. Нью-Йорк : Guilford Publications, 1979. 324 с.
21. Борисова Н. Колір як візуально-психологічний інструмент соціального плаката *Вісник ХДАДМ*. 2018. № 9. 65-72 с.
22. Клішин А. *Внутрішній голос - графічна серія*
URL:<https://joseartgallery.com/uk/artwork/painting-portrait-inner-voice>
23. Коць М., Цвігун О. Психологічний аналіз емоційного вигорання у студентської молоді *Психологія: реальність і перспективи*. 2020. № 14. 125-129 с.
24. Левчук І. Візуальні практики емпатії в соціальній графіці / *Український журнал мистецтвознавства*. 2021. № 1. 41-50 с.
25. Літвиненко О. Візуалізація депресії у соціальній рекламі: ризики стигматизації *Вісник ХДАК*. 2020. Вип. 59. 45-52 с.
26. Мігова В. *Депресія – авторська серія плакатів*
URL:<https://joseartgallery.com/uk/artwork/digital-portrait-depresiya>
27. Петренко В. *Символізм у візуальній культурі: психоаналітичний підхід*. Актуальна думка, 2017. 224 с.
28. Пономаренко І. М. Візуальні метафори як інструмент формування змісту соціального плаката / *Вісник КНУКіМ*. 2018. № 38. 75-81 с.
29. Шевчук С. Типографіка як візуальна метафора у соціальному плакаті *Мистецтво і освіта*. 2020. № 3. 34-38 с.