

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

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи

«ДИЗАЙН СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА ТЕМУ: «ДИЗАЙН СОЦІАЛЬНОЇ
РЕКЛАМИ НА ТЕМУ: МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я»»

Студентки 4 курсу групи ДИЗ-41

спеціальності 022 «Дизайн»

ОПП «Графічний дизайн»

Срібна Юлія Юріївна

Керівник: канд. пед. наук

Дячок Оксана Миронівна

Рецензент: Юзик С. О.

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Національна шкала _____

Тернопіль – ЗУНУ

2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ І	
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я.....	5
1.1. Дослідження та візуальний аналіз соціальних плакатів.....	5
1.2. Основні аспекти та огляди соціальної проблеми на тему: «Ментальне здоров'я».....	9
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ФОРМОУТВОРЕННЯ І МИСТЕЦЬКИЙ	
АНАЛІЗ ТА ПРОЕКТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ	
«МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я».....	15
2.1. Аналіз та пояснення художнього образу «Ментальне здоров'я» в контексті графічного дизайну.....	15
2.2. Аналіз аналогів і прототипів візуального висвітлювання теми.....	19
2.3. Художньо-графічна пропозиція соціальних плакатів на тему: «Ментальне здоров'я».....	27
РОЗДІЛ 3. ОПИС ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ	
ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я».....	33
3.1. Складові частини об'єкта проєктування соціальних плакатах на тему: «Ментального здоров'я».....	33
3.2. Способи втілення концепції формотворення соціальних плакатах.....	35
3.2.1. Художньо-графічні і образно-стилістичні особливості.....	35
3.2.2. Споживчі якості соціальних плакатів.....	38
3.3. Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення.....	41
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45

ВСТУП

Актуальність дослідження. Питання ментально здоров'я набуло великої актуальності серед суспільства, незалежно від віку або статусу. Депресивний розлад, стрес, тривожні думки, тиск від соціуму, економічний і військовий стан непомітно впливають на людину. Саме тому, значну роль відіграє «візуальна комунікація» – соціальний плакат. Така реклама надає важливу тему у сфері графічного дизайну потребує глибокого аналізу і осмислення.

Соціальний плакат має здатність впливати на глядачів і допоможе кожній людині орієнтуватися в складних ситуаціях, приймати зважені рішення і робити перші кроки для вирішення проблем, у суспільстві досі залишається стигматизація, тобто це упереджене відношення до проблем ментального здоров'я і вважається що крик допомоги – це форма слабкості. Саме тому, була створена візуальна інформативна реклама, щоб нормалізувати такі важливі теми серед людей, а від кожної продуманої ідеї у плакаті будуть хорошим інструментом для ефективності серед глядачів, зможуть привернути увагу і викликати емоційну реакцію серед аудиторії.

Метою дослідженням є візуальний аналіз і розробка серій соціальних плакатів на тему: «Ментальне здоров'я». Робота повинна підкреслювати акцент і створити візуалізацію депресивного розладу, тиску від суспільства, потребу у допомозі, пригнічення і залежність від соц-мереж за допомогою семіотичного поля, символічних метафор, пошукового ескізування і композиційних рішень.

Завдання кваліфікаційної роботи: провести аналіз існуючих прикладів соціальних плакатів та дослідити візуальне сприйняття, – це визначити елементи для семіотичного поля, розробити серію пошукових ескізів за допомогою семіотичного поля. Наступним етапом – створити серію авторських плакатів на тему «Ментальне здоров'я», це включало в собі: дослідження та візуальний аналіз соціальних плакатів, огляд соціальної проблеми, визначення основні аспекти ментального здоров'я, аналіз та прояснення художнього образу в контексті графічного дизайну, аналіз аналогів та прототипів візуального

висвітлювання ментального здоров'я, художньо-графічна пропозиція соціальних плакатів.

Об'єкт дослідження. Візуальні образи соціального плакату на тему «Ментальне здоров'я».

Предмет дослідження. Використання цифрових графічних матеріалів, композиційні правила та семіотичне поле в якості інструмента виразності у розробці соціальних плакатів.

Теоретичне значення. Проект формується на знаннях візуальної комунікації, щодо формування ставлення глядача до теми ментального здоров'я. У самій роботі був проведений досконалий аналіз до психологічних образів, підхід до процесу створення композицій, вплив колірної гамми, символічних метафор, стилістики і емоційний вплив на глядача. Це все об'єднує в семіотичний підхід до мистецтва. Теоретичне обґрунтування є побудованим на метафорах, символах, візуальних образах, які будуть застосовані у подальшому процесі розробки соціальних плакатів.

Практичне значення. Розробка роботи полягає у створенні серій соціальних плакатів, які можуть бути використані у реальному середовищі: у сферах психологічно підтримки, освіти, інформаційних компаніях, громадських організацій або підвищення обізнаності серед суспільства та і у цифровому просторі: сайти, соціальні мережі, онлайн компанії, блоги з тематикою ментального здоров'я. Представлені серії плакат повинні впливати на глядача – збудити емоційний відгук та зменшити упереджене відношення до ментального здоров'я.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ І ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я.

1.1. Дослідження та візуальний аналіз соціальних плакатів.

На сьогоднішній день, візуальна інформація домінує у навколишньому середовищі і в інтернет просторах. Соціальна реклама – це вид некомерційного повідомлення, основне завдання якої – зосередити увагу соціуму до важливої теми. Її зміст, як правило, інтерпретують актуальних тем, які належать до громадських інтересів, культурні орієнтири та соціальні проблеми: від питань здоров'я й благодійності до громадської активності, політики, участі у виборах. Завдяки цьому, така реклама заохочує до певних дій або покращити обізнаність населення [17].

Вчені виділили такі функції соціальної реклами:

1. *Соціальна.* Завдяки цій функції, реклама надає стійке формування в свідомість людей: суспільні цінності, моделі поведінки та інтереси. Незважаючи на уявну вузькість сфери дії, вона може заглиблюватися в усі верстви населення, проінформованість громадськості і дає вплив на свідомість, Такий вплив формує суспільні установки та поведінку.
2. *Економічна.* Незалежно від поставленої мети, кожен тип реклами, в певній мірі впливає на економічні процеси, зокрема забезпечує зростання попиту на конкретний товар або послугу.
3. *Комунікаційна.* Основне призначення даної функції – передача інформації для великої аудиторії про важливі події або актуальні теми. Така популярна форма комунікації, що здійснюється дистанційно, без особистого контакту, але залишається ефективним варіантом для донесення повідомлень. У ході подання рекламного повідомлення, воно не лише інформує, а й перетворює сам зміст на яскравий образ, який може легко запам'ятовуватися глядачу.
4. *Маркетингова.* Формування інтересу до окремої ідеї, принципів або інформації – є головною метою маркетингової функції. Рекламу соціального спрямування у даному випадку можна розглядати як

інструмент впливу, що спонує без матеріальної вигоди та заохочує зацікавленість у соціальних питаннях[7. с 135].

Від прояву плакатного мистецтва і до середини XX століття, соціальні плакати, незважаючи на широкий спектр тем форми подачі, залишаються лаконічними і зрозумілими для донесення загальної інформації за допомогою живописних композицій. На сьогоднішній час, соціальний плакат передбачав зміни під впливом багатьох чинників, зокрема технологіям – від простих традиційних методів до застосування фотографій і колажів за допомогою цифрових технологій [15].

Жанрово-тематична особливість соціального плакату напряму залежна від його головної ідеї, що формує концепцію і розкриває задум, та втілює її за допомогою художньо-графічних засобів. Соціальний плакат повинен бути доступним і швидкий для читання і сприйняття глядачу, тому що, плакат не повинен візуально показувати глибоке осмислення змісту. Саме тому, основні елементи, які мають бути присутніми, це: лаконічний, чіткий і читабельний текст, який повинен доносити загальну коротку інформацію. Композиційне рішення є важливим етапом у створенні соціального плаката, оскільки від нього буде залежати візуальний вплив та зрозумілість. Соціальні плакати у дизайні активно використовують різноманітні художні прийоми – колористика, графічні техніки і використання різних матеріалів, ручна і цифрова графіка, що допомагають ширше розкрити ідею та акцентувати увагу глядачів на ключовому змісті [19].

Рекламні банери і плакати відіграють важливу роль зі сторони брендів, компаній або послуг, адже вони рекламують свою продукцію і послуги, щоб привабити до себе клієнтів. Це є найпотужніший і найпоширеніший інструмент інформування та закликання, особливо реклама про ментальне покращення здоров'я людини. Така візуальна інформація надає основні функції, такі як просвітницька. Такий термін доволі є поширеним, адже він висвітлює і доносить інформацію до широкої аудиторії поняття, які пов'язані з ментальним здоров'ям.

У загальному, на плакатах, незалежно від тематики послуг, подають короткі фрази, наприклад такі як: «Кожне твоє слово – це крик допомоги», «Не соромно просити допомогу, якщо ти її потребуєш». Такі фрази надають перевагу в першу чергу у дизайні, щоб читач міг прочитати плакат за певні секунди і без аналізу буде впевнений, що цей плакат відноситься до послуги допомоги ментального здоров'я.

Також, соціальні плакати вони набувають комунікативного фактору, адже їхня властивість – привернути увагу людей на важливі соціальні проблеми, змінити ставлення і закликати до дії. У такому випадку, соціальні плакати про ментальне здоров'я можуть мати такі особливості:

1. Демонстрація самої проблеми, тобто як негативне мислення і самопочуття можуть впливати на людину.
2. Руйнування стереотипів. Це вказує на те, що суспільство має припинити не показувати і не замовчувати про свої проблеми, адже в цьому не повинно бути соромно. Завдяки такому методу, людина стає впевненіше і зростає більше бажання просити допомогу у спеціалістів.
3. Інформування про симптоми різних розладів і як вони по різному впливають на людину. Суспільство повинно розуміти, що кожна проблема, навіть і мінімальна доволі важлива, адже такі наслідки можуть змінити життя в гіршу ситуацію.

Набір функцій соціальної реклами, що виділяються у дослідженнях філологів та журналістів, також варіюється:

1. Соціалізація населення — впровадження у свідомість людини знань і уявлень про існуючі як в суспільстві в цілому, так і в окремих спільнотах нормах, стереотипах, цінностях, моделях поведінки.
2. Вплив на інтеграцію соціуму, сприяння становленню демократичного суспільства.
3. Впровадження нових знань та нових способів удосконалення свого особистого життя.
4. Забезпечення психічного та фізичного здоров'я нації.

Соціалізуючий потенціал соціальної реклами, з низки причин, дуже великий. По-перше, реклама «розмовляє» з людьми їхньою мовою і тим самим проникає глибше за будь-які моралізаторські чинники. По-друге, реклама завдяки постійному повторенню та оригінальності повідомлення формує динамічний стереотип поведінки, що позитивно впливає на всю ситуацію в цілому [18. С.946].

Соціальна реклама володіє значним потенціалом завдяки декількох причин. По-перше, її звернення до глядачів є зрозумілим, що надає перевагу глибоко впливати за будь-які традиційні чинники. По-друге, завдяки частому повторенню та оригінальності подачі повідомлення, реклама формує стереотип поведінки, які позитивно впливають на всю ситуацію [12. С. 59].

Плакат – один із перших засобів соціальної реклами, і є дієвим способом впливу на суспільну свідомість. Сьогодні важко передбачити і спрогнозувати зміни тенденцій плакатного мистецтва. Однак, є висока ймовірність вважати одним з перспективних методів і принципів створення плакату – використання в дизайн-практиках шрифтових комбінацій і композицій, які мають потужний потенціал розвитку формування потужного впливу на майбутнє плакатного мистецтва. Тому, це не лише носій інформації, а й потужний інструмент соціального впливу

Отже, реклама соціального плакату виконує не лише просвітницьку функцію, а й мотиваційну, емоційно-залучну та комунікативну. Це також є ефективний візуальний інструмент, який може донести актуальність і важливість незалежно від теми до широкої аудиторії, спонукати глядачів до емпатії, закликання дій та виховання соціальної відповідальності. Завдяки вірній формі, образах, оформленню та повідомленнях, соціальні плакати мають змогу охопити великі аудиторію соціальних глядачів. Саме тому, соціальні плакати у контексті суспільства будуть вважатися актуальними, адже вони дозволяють акцентувати увагу на поширені важливі теми.

1.2. Основні аспекти та огляди соціальної проблеми на тему: «Ментального здоров'я».

На сьогоднішній день, суспільство незалежно від віку, статі або статусу розпочали масово говорити про свої проблеми. Завдяки цьому можна помітити що проблеми ментального здоров'я набули масштабного впливу серед людей.

Є безліч аспектів цієї проблеми, але з них винесені основні:

1. Емоційне вигорання або апатія є один із найпоширеніших станів серед суспільства, адже це виснажений стан, яким викликається в результаті тривалого стресу, емоційного напруження і т. д. Такий симптом викликається в наслідок перевтоми на роботі або навчанню, відсутність емоційної віддачі, завищені очікування на свої власні сили, відсутність балансу між роботою та відпочинком. Апатія – це стан зниженої емоційної активності, при якому людина не відчуває ні радості, ні роздратування. Особистість з апатичними ознаками перебуває у стані емоційної байдужості, що відрізняється від нудьги відсутністю внутрішньої напруги та роздратування. Зовні апатія проявляється як відчуження – ніби відмова від сприйняття навколишнього світу, однак глибший аналіз часто показує, що підсвідомі прихильності залишаються, хоч і заперечуються або пригнічуються захисними механізмами. [19. с.78]
2. Влив соціального середовища являється важливим і доволі важким фактором, адже без комунікації з суспільством, людина ментально закриється в собі, але є і протилежна сторона, тобто людина буде виснажуватися через надмірне спілкування. Такий фактор доволі важко контролювати, адже людина може не помітити наслідки впливу на неї, тому важливо балансувати.
3. Часто багато людей не можуть зрозуміти що з ними відбувається, відчувають пригніченість і втому, але не можуть зрозуміти проблему. Деморалізація це почуття безсилля, який виникає в наслідок важкого подолання внутрішнього конфлікту або зовнішню проблему, і супроводжується стресу, негативними емоціями та стресу. Відсутність життєвих сил і недостатня підтримка зі сторони соціального середовища можуть посилювати цей стан.

4. Негативне мислення є причиною депресивного настрою. Багато хто відчуває депресію, коли переживає важкі стреси: втрату роботи, розлучення або розрив із близькою людиною, страждання під час фізичної травми - усе, що підриває почуття власної значимості. Проте, негативні роздуми можуть мати і корисну цінність – усвідомлення, яке виникає внаслідок депресивної бездіяльності, згодом може дати користь розробляти більш ефективні стратегії взаємодії з світом та соціумом. Проте, люди, які схильні до депресії, часто реагують на негативні думки, зациклюючись на собі та звинувачувати себе. Саме тому, їхня самоповага зростає при підтримці, але різко спадає через вплив загрози. Таким чином, наростання депресії, спогади стають чіткими а очікування важкими, а коли стан покращується – мислення стає в норму. Американські вчені продемонстрували, що негативний настрій, викликаний поразкою, може негативно вплинути на мислення та спосіб життя. Дослідники просили вболівальників передбачати результати майбутньої гри своєї команди та поведінку. Після програшу, команда оцінювала їх песимістично, як і їхні очікування щодо дії [9 с.34-35].

5. Найпоширеніше явище серед людей з порушеним ментальним здоров'ям, це знецінення зі сторони суспільства, а точніше стигматизація. Психологічні роздаки залишається темою, про яку не прийнято говорити відкрито, адже інші можуть ставитися до цього упереджено. Через такий тиск від суспільства, людині стає складніше знайти роботу, підтримувати зв'язки з друзями та рідними а подалі, вона повністю стає ізольованою від всіх [23].

6. Велика кількість людей була пережита посттравматичними травмами. Ця ознака визначає, що людина переживала одну або декілька подій, які ушкоджують її психіку. Такі люди могли пережити війну, побутове та статеве насильство, втрату близьких, катастрофу, ставати свідком чужої смерті та інше., отже вони стають вразливіші до нав'язливими думками та спогадами, недбалим сном, поганим настроєм і тривогою. Незалежно від того, скільки часу пройшло з моменту психологічної травми, людина ніяк не зможе забути ці спогади.

7. Особливо увагу слід приділяти вплив цифрового середовища. Надмірне використання інтернету, приводить до того, що людина починає порівнювати себе з чужою ідеальною картинкою і образами в соц-мережах, Також до цього, включається кібертравля, інформаційне перевантаження, зацикленість на тому, щоб завжди висвічувати своє «ідеальне життя» на просторі інтернету, саме тому це спричиняє тривожність, пониження самооцінки та вигорання.

Отже, проаналізувавши кожну проблему і її відокремлену проблематику, можна зрозуміти, що наші дії, дитинство, пройдений шлях з різними людьми, прожиті різні важкі ситуації і як ми виходили із ситуацій є наслідки того, які ми зараз є і що ми зараз відчуваємо. Тобто, кожна наша неоднозначна дія або вибір, вплинуло на ментальне здоров'я.

Незважаючи на симптоми і її види у нестабільному ментальному здорові, існують профілактики і рекомендації, які можуть допомогти покращити свій стан. Ці фактори є розкриті для вирішення проблеми і вказують на стабільність, емоційну регуляцію.

1. Комунікація і спілкування з суспільством, рідними та друзями. Завдяки цьому, рівень ментального здоров'я значно покращується при контакті з людьми, особливо в робочих або навчальних місцях, але слід не забувати про балансування [7].

2. Самоусвідомлення є важливим критерієм, адже людина починає розуміє в першу чергу що з нею відбувається. Таким чином, аналізуючи проблему, людина здатна краще сприймати свої потреби та емоції, а саме головне, це розуміти що такі проблеми не є перешкодою в житті. До цього відноситься і саморозвиток. Ця ознака вважається притаманною до самоусвідомлення, адже вони пов'язані між. Саморозвиток включає в собі різні аспекти, такі як, роботу з внутрішніми установами, вивчення нової інформації, зростання емоційного інтелекту. Такий інструмент є дуже ефективним, адже з кожним усвідомленням, людина здатна більше зміцнювати свою емоційну стійкість [14].

3. Підтримка балансу між роботою та відпочинком. На сьогоднішній день, дуже переоцінене поняття, таке як «високі очікування». Тобто через це, люди

забувають про необхідність відновлення свого фізичного і ментального здоров'я. Через це, виникають негативні наслідки, такі як: тривожність, дратливість, недостача сну, розсіяне мислення і т. д. Тому важливо розуміти, що відпочинок знижує рівень тривожності та стресу і дає більше концентрації, мотивації, ясність розуму та покращує фізичний, емоційний і психологічний стан.

4. Зв'язок фізичним здоров'ям і ментальним дуже пов'язані між собою, адже погане відчуття у фізичному здоров'ї відображається на емоціях. Спорт, повноцінне і здорове харчування, медитація, відпочинок, медичні огляди, це і є ознака стабільності психіки, здорового тіла і дисципліни.

5. Зрозуміти себе, свої емоції, внутрішні проблеми і потреби. Людина з високою психологічною обізнаністю, здатна краще виконувати такі функції. Саме тому, людина знаходить гармонію для розуміння їх причин і бути усвідомленою, це дає їй змогу зберігати внутрішню рівновагу без стресу та конфліктності. Існує також поняття як саморефлексія. Вона визначається не тільки як самоаналіз, а відвідування психолога, ведення свого особистого щоденника для виписування свого стану та емоцій, вивчення психологічної літератури, участь у тренінгах.

Ментальне здоров'я – це одна із основних характеристик особистості, яка розкриває її внутрішній стан і багатогранність взаємин із зовнішнім середовищем. Головними характерними принципами психічного здоров'я є внутрішня повноцінна особистість, відповідність її структурних складових, соціальна адаптація в соціумі і прагнення до особистого зростання [5 с.32].

Результат хорошого ментального здоров'я вважається успіхом, що вказує про хороший та ефективний самоаналіз, турбота про себе, хороше самопочуття та покращення пам'яті. Важливе ставлення до свого власного психологічного здоров'я сприяє не тільки закріпленню здоров'я, а й розвиток у кар'єрі та розширення кола у соціумі. Термін "здоровий спосіб життя" відокремлює міцний зв'язок між темпом життя та здоров'ям людини. Здоровий спосіб життя – це варіант буття, який спрямований на розвиток і відновлення здоров'я, що вважається основним ресурсом кожної людини. Він є засобом основою якості життя, соціального та особистого благополуччя, фундаментом реалізації,

ключовим чинником внутрішнього добробуту та тривалого здорового життя. Здоровий спосіб життя включає соціальні установки, що підтримують психофізичне здоров'я, особистісний розвиток, професійне зростання та реалізацію у суспільстві [21,22].

За останні роки, розкриття теми про ментальне здоров'я серед суспільства, дало поштовх на кращі зміни, адже люди стали більше говорити про свій стан і почуття. У публічному і у інтернет просторах ще більше поширюють теми, такі як: виникнення вигорання, тривожність, депресія і тому подібне. Це свідчить про те, що зростає відсоток відкритості і довіреності перед суспільством, а в такому випадку зростає ще більший шанс того, що людина отримає підтримку від інших незнайомих для неї людей. Завдяки цьому, суспільство починає усвідомлювати, що турбота про ментальне здоров'я це необхідність як турбота про фізичне здоров'я і звернення до психолога – не є ознакою слабкості.

Ментальне здоров'я розглядається як "стабільний та стійкий стан організму та особистості, що дозволяє людині підсвідомо враховувати свої моральні та фізичні можливості, і умови навколишнього середовища: природні і соціальні, задовільняють свої потреби. Це спирається на нормальному функціонуванні психологічних систем і здорових психосоматичних взаємозв'язків в організмі" [2 с.24].

Здоров'я можна аналізувати як процес, який підтримує життєдіяльність, хорошу якість і тривалість життя, крім того, є основою для виконання людиною її поставлених життєвих задач [1, с.9]. Ментальне здоров'я є комплексним поняттям, що враховує взаємодію фізичних, психологічних та соціокультурних чинників. Важливо розуміти, що ментальне здоров'я – це динамічний процес, і відданість його збереженню та підтримці є важливою частиною загального благополуччя людини.

Альберт Елліс американський психолог серед показників ментального здоров'я, виділяє інтерес до себе, соціальну зацікавленість, схильність до саморегуляції. високий рівень стійкості до фрустрації, хороше і гнучке мислення, готовність приймати складні рішення, орієнтацію, невизначенність, прийняття

себе, готовність до ризику, відмову від утопічних уявлень і відповідальність за свої емоції [3; 24].

Отже, ментальне здоров'я являє собою обширним явищем, що формується під впливом різних факторів. Кожні ці фактори по різному впливають на людину або залежить як сама людина буде реагувати на вплив цих факторів. Саме тому, необхідно мати знання про них, щоб краще зрозуміти, як вони впливають на внутрішній стан, і що потрібно брати до уваги.

РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ФОРМОУТВОРЕННЯ І МИСТЕЦЬКИЙ АНАЛІЗ ТА ПРОЕКТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я».

2.1. Аналіз та пояснення художнього образу "Ментальне здоров'я" в контексті графічного дизайну.

Соціальні плакати, присвячені ментальному здоров'ю є доволі важливою темою, адже потрібно правильно і зрозуміло показати візуальне зображення суспільству, тому в них мають бути чіткі емоційні образи. Формування художнього образу плакату виходить із вибору його тематики. Як візуальний інструмент комунікації, плакат вказує тільки на сучасну проблему, не прив'язуючись до минулого чи до майбутнього.

Художній соціальний образ у графічному дизайні є важливим аспектом у соціумі, адже це є візуальна комунікація. Тобто, він виконує не лише естетичний вигляд, а перш за все надає сенс. Соціальна тема ментально здоров'я є дуже комплексована і важка, адже кожна художньо-графічна мова повинна спонукувати людей на рефлексію та емпатію.

Метафора – це художній засіб, який створений на зміщення значення з одного явища на інший за схожістю між ними. Вона не лише розширює мову емоційно, а й розробляє образи, які ширше розкривають суть подій, ідей та почуттів. Метафора надає складні поняття через наочні й прості образи, завдяки тому, читач або глядач краще розуміє описану суть чи атмосферу [10].

Візуальний образ порушення ментально здоров'я створюється за допомогою метафоричних знаків: хаотичних, ламаних ліній, зображення тіней, лабіринту, темряви, тріщин, темних кольорів і т.д. Водночас, візуальний образ ментального здоров'я є метафоричні знаки і світло, м'які лінії, пастельні світлі відтінки, тощо. Завдяки такому контрасту, можна вдало передати всю суть складності розладу ментального здоров'я та позитивні зміни, які відбуваються з людиною.

Візуальний образ це не є просто ілюстрація – це є інформативне зображення, культурний контекст, посил на конкретне джерело, яке є дуже поширеним у суспільстві. Кожна символіка, походження і вірна інформація надає правильний вплив на глядачів, адже детальне вивчення інформації про ментальне здоров'я, надає більше ідей для створення візуальних образів.

Аналізуючи плакати на тему: «Ментальне здоров'я» бачимо, що у графічному дизайні, показують візуальний образ ментального здоров'я символічно. Головна символіка — це образ людини, адже ментальне здоров'я на пряму пов'язане з людиною.

Образи, які зустрічаються у плакатах:

1. Силует людини або людина, яка перебуває в темряві це символ депресії, ізоляції від суспільства. Дуже часто, люди візуально представляють що темрява це є внутрішній страх і безкінечний простір, в якому людина знаходиться і не може найти світло.
2. Маска на обличчі. Ця символіка походить з театрального мистецтва, але цей образ став доволі поширеним, і вказує на «подвійний стан» людини: як вона себе проявляє в суспільстві і що вона насправді відчуває в собі.
3. Хаос в голові. Це зображення як силует голови людини і в ній візуально подають хаотичними лініями, спіралями, зображаючи тривожний розлад.
4. Фігура з пазлів подається як пошук цілісності свого життя або заново зібрати себе по частинках. Так зображають людей, які шукають себе після психологічної травми або кризи та проходить шлях самопізнання та саморефлексії.

Психологія кольору у дизайні — визначається наукою, яка спирається на те, як кольори впливають на сприйняття, емоції і поведінку людини, так само їхнє практичне застосування практикується у сфері дизайну. Ілюстратори та дизайнери активно застосовують ці знання для створення візуалізації проєктів, ілюстрацій, з урахуванням емоційного впливу кольору на цільову аудиторію. Сприйняття психологічних особливостей кольору, надає перевагу обирати збалансовані і гармонійні палітри, які відповідають змісту проєкту, очікуванням аудиторії та культурного контексту. Водночас, кольори мають здатність викликати спектр емоцій та асоціацій, тому правильне застосування допомагає дизайнерам створити потрібну атмосферу, акцентувати увагу та передавати певний сенс [13].

На сьогоднішній день, важливість кольору у сприйнятті та інтерпретації мистецтва набуває більш актуальності. Кожен колір суттєво дає вплив на

емоційний стан і настрої людини, стимулюючи широкий спектр почуттів та асоціацій [6].

Колір є важливою складовою у розробці соціальних плакатів, адже він підкреслює суть тематики. Колірна гамма це потужний інструмент, який крім естетичного вигляду, викликає у глядача психоемоційну функцію, тобто він повністю відображає вплив на людей. Завдяки цьому, у глядача можуть бути базові асоціації, при перегляді кольорів на плакатах.

Щоб утримати візуальний ефект, варто правильно балансувати контраст з кольором. Наприклад, використовуючи контрастні кольори, такі як, чорний і білий, або жовтий і червоний. Завдяки такому неординарному поєднанні, можуть надавати високий візуальний ефект і привертає увагу глядача. Важливо балансувати, адже надмірне перевантаження у плакаті буде виглядати недоречно, особливо, коли плакат створений на тему ментального здоров'я. Також за допомогою використання контрасту можна встановити візуальну ієрархію на плакатах, тобто ним виділити важливу інформацію, або об'єкт на ілюстрації.

Темні і приглушені відтінки дають асоціюються з замкнутістю, тривогою, депресією, емоційним виснаженням. Саме тому, у глядача викликає приглушені і відстороненні емоції. Світлі, теплі відтінки характеризуються як позитивні значення. Тобто це асоціюються як відновлення, усвідомлення, підтримку, внутрішнього світла, росту, зцілення, спокою, та безпеки.

Дуже часто, дизайнери у плакатах використовують комбінацію між світлими та темними відтінками. Такий контраст кольорів характеризується як внутрішня боротьба, шлях до зцілення, самоусвідомлення з точки зору метафори ментального здоров'я. Наприклад, на плакаті є темний фон а на ньому зображений яскравий вогник. Завдяки цьому, увага глядача зразу переключається на яскравий об'єкт на плакаті і паралельно створюється емоційний акцент.

Колір і тон є потужними інструментами для створення вражаючого візуального ефекту в мистецтві, дизайні та фотографії:

1. Теорія кольорів. Дослідження того, як кольори взаємодіють один з одним, відоме як теорія кольорів. Тверде розуміння теорії кольору може допомогти вам вибрати додаткові кольори для вашої палітри та використовувати контрастні відтінки, щоб зробити заяву. Наприклад, використання додаткових відтінків, які є протилежними на колірному колі, має потужний візуальний ефект.
2. Використання контрасту. Коли два предмети мають контрастні кольори, тони або текстури, створюється контраст. Контраст у дизайні плаката може служити фокусом, спрямовуючи увагу глядача на певний компонент. Чорно-біла фотографія та інші високо контрастні фотографії можуть бути дуже вражаючими.
3. Використовувати світло й тінь. Глибину й масштабність зображення можна створити за допомогою світла й тіні. Ви можете створювати драматичні ефекти та виділяти окремі елементи, регулюючи світло й тінь.
4. Врахувати емоційний вплив. Певні кольори та тони можуть викликати емоції у глядача. Наприклад, теплі відтінки, такі як червоний, помаранчевий і жовтий, можуть викликати відчуття тепла та життєвої сили, тоді як холодні відтінки, такі як синій і зелений, з іншого боку, можуть викликати відчуття спокою та спокою.
5. Колір і тон являють собою інструментом для передачі розповіді або історії. Вибір кольорової гами впливає на емоційне сприйняття: якщо кольори логотипу відображають ідентичність і характер бренду, стримана палітра може надавати почуття задуманості або смутку, а яскраві та насичені кольори спричиняють ентузіазм, захоплення та енергію [8].

2.2. Аналіз аналогів і прототипів візуального висвітлювання теми.

У процесі вивчення теми ментального здоров'я, її проблематики та впливу на людину, були розглянуті основні аспекти до них. Це надає основні ідеї реалізації проекту, оцінювати підхід до роботи та визначення оптимального шляху для розробки плакатів.

Аналог відіграє важливу роль у розробці даного проекту, адже він як інструмент, надає не тільки ідею а чітко відокремлює самі головні об'єкти, які

повністю розкривають тему плакату. Крім того, аналоги допомагають зорієнтувати, який підхід потрібен щодо реакції цільової аудиторії. Головним завданням, це знайти запам'ятовуючу і оригінальну ідею, яка буде зрозумілою людям.

Аналіз художнього-графічного особливості плакату «Ментальне здоров'я – це розуміти свої власні емоції» (рис. 2.1.) виконаний у цифровій графіці. Використані яскраві і приглушені кольори, присутній баланс контрастів з теплими (червоний, оранжевий, жовтий) і холодними відтінками (зелений, синій). Завдяки переходам температури кольорів, є змога підкреслити емоційне різноманіття. На ілюстрації було використані плоскі кольорові плями, без деталізації об'єкту але присутні чіткий контур. Завдяки цим лініям, створюється різний емоційний образ.

Структурно-композиційні особливості займає центральну частину плакату. На зображенні присутня група людей з різним емоційним станом. Усі вони складається в одну в одну фігуру, силует дівчини.

Образно-стилістичні риси – це зображення різних емоцій: сум, радість, злість, занепокоєність, спокій. Таким чином, лиця людей з різними емоціями це є метафорична ідея. На даній ілюстрації, стиль є спрощеним, без зайвих деталей та деталізації, більш відкрито відображає емоційну частину.

Символіка вказує на силует дівчини з зображенням багатолікості емоцій в всередині, є символом внутрішнього світу. Кольори несуть також символічне пояснення: червоний – злість, синій – сум, жовтий – радість, зелений – спокій, оранжевий – занепокоєння [11].

МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я – ЦЕ...



...РОЗУМІТИ ВЛАСНІ ЕМОЦІЇ

Рис. 2.1. Аналог плакату соціальної реклами «Ментальне здоров'я – це розуміти власні емоції».

Авторка: Олена Пінчук

Художньо-графічні особливості плакату «Пошук себе – пошук цілісності» (рис 2.2.) є мінімалістичний, стриманий і лаконічний з обмеженою кольоровою палітрою. Виконано у цифровій графіці. Ілюстратор використовував чіткий метафоричний спосіб – це зображення форми людини з кусочками пазлів.

Структурно-композиційні особливості у самій композиції є фігура людини, складена з частин пазлів грає важливу роль, особливо для глядача. Людина однією рукою тримає частину пазлу з оком – цей фрагмент я важливим композиційним центром. Це надає розуміння того, що людина знаходиться в «пошуку себе» або людина збирає себе по частинках після важкого періоду. Завдяки простій конструкції, тобто порожній фон, чорною фігурою і відсутністю деталізації, глядач зразу розуміє суть і в нього підсилюються пару ідей та асоціацій стосовно цієї ілюстрації.

Образно-стилістичні риси – це форма людини, без рис і деталізації, яка уособлює себе як внутрішній «пошук себе», внутрішню складність або заново «збирати себе», а елемент пазлу «око» С це символ самопізнання і самоусвідомлення.

Сама символіка на цьому плакаті показує темний силует людини з пазлами, є символом внутрішньої цілісності або складності з особистим характером. Рука, що тримає фрагмент ока вказує на те, що людина починає самоусвідомлювати, процес «перезавантаження» інформації. Також це означає, на початок активної дії, тобто людина після самоусвідомлення, починає працювати над собою [13].



Рис. 2.2. Аналог

плакату соціальної

реклами «Пошук себе – пошук цілісності».

Автор: Альбрехт Тібурціус

На плакаті «Безлад думок» (рис. 2.3.) виконана за допомогою цифрової графіки з використанням стилю мінімалізму. На зображенні чітко видно, як

кольори домінують між собою, яскравий оранжевий фон і чорний силует людини. Білий елемент зображується як мозок і очі, виконує роль фокусної точки для глядача. Автор ілюстрації використовував тонкі лінії, без зайвих деталей. Завдяки цьому, лінії привертають менше уваги, аби фокус глядача був на білих елементах. Тому, це надає зображенню абстрактності і виразності.

Структурно-композиційні особливості у самому плакаті зображена фігура людини з піднятими руками. Людина виглядає в відчаї або в розгубленості. В голові зображений білий елемент мозок з хаотичними лініями являє собою композиційний центр.

Стилістичний образ людини на цьому плакаті символізує хаос або кризу. Силует без обличчя є узагальненим, тобто глядач може ідентифікувати себе з таким образом або когось іншого. Сам стиль представляє собою мінімалістичний і графічно-символічний. Символіка в плакаті є чорний силует людини – відображує внутрішнє «я», Внутрішній конфлікт і тривогу. Білий елемент мозок з хаотичними лініями є символом «заплутаності», внутрішнього конфлікту або перевантаження. Яскравий оранжевий фон символізує напружену емоційність і тривогу [4].

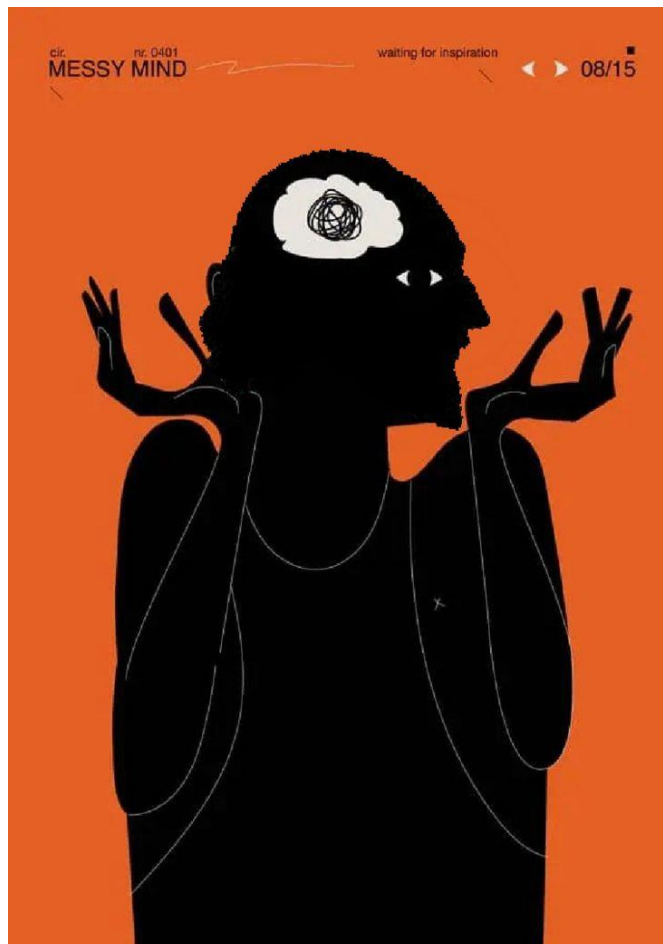


Рис. 2.3. Аналог плакату соціальної реклами «Безлад думок».

Авторка: Стефанія Інфанте

Ілюстрація виконана у цифровій графіці з декоративним акцентом. Кольорова гама притримується балансу, тобто контраст між темно-синім і яскраво-зеленим. Завдяки балансу між пустою площиною і деталізацією рослинним орнаментом, ілюстрація не є перевантаженою, а завдяки яскравим кольорам, виглядає свіжо.

Структурно-композиційні особливості у плакаті є фігура людини, що стоїть перед великим ключовим отвором, готова увійти. Ключовий яскравий отвір виконує роль фокусної точки для глядача, адже символічно це означає – «нове життя». В композиції присутня перспектива: темний простір і яскраве світло зсередини перед людиною.

Зі сторони метафори, образ людини, яка стоїть перед ключовим отвором, це пошук нового життя. Переходу на новий рівень знань, морального стану, самоусвідомлення або відкриття чогось нового. Візуальна пустота дає зрозуміти,

що людина перебувала довгий час в глибокому і важкому стані, допоки вона не знайшла ключ до чогось нового в житті.

Символічні поняття у композиції зображають як, темна фігура людини – характеризується як «пошуку виходу» або «самоусвідомлення». Замкова щілина – є символом нового життя, шляху, пізнання свого внутрішнього «я». Рослинний орнамент в замковій щілині визначається як процвітання в житті, морального росту і розумові якості або ментальне відновлення. Яскраве світло, що ллється із замкової щілини символізує надію [25].



Рис. 2.4. Аналог плакату соціальної реклами «Шлях до зцілення».

Автор: Едуарт Сармієнто.

Даний плакат «Тиск осуду» (рис. 2.5.) був виконаний у мінімалістичному стилі з чітким вибором кольорів, що складається з синім та червоний. Завдяки цьому, вони створюють різкий контраст. Сидяча фігура людини виконана в

темно-синіх відтінках, тим часом рука, яка грає роль «домінування» виконана в яскраво-червоних відтінках.

У плакаті, структурно-композиційні особливості зображена фігура сидячої людини знаходиться з правої сторони, опустивши голову, тоді як над її головою висить палець. Ключова фігура даної ілюстрації, це червона рука, адже автор підкреслює тему тиску від суспільства.

Цей плакат є композиційно динамічним, адже завдяки напрямку пальця, який нависає згори, посилюється відчуття пригнічення і беззахисності.

Символічним елементом є яскравий червоний палець уособлює себе як зовнішній та внутрішній тиск, постійний контроль, влада над кимось або осуд. Сидяча фігура символізує безсилля, емоційне виснаження та низька самооцінка. Також, втрата себе як особистість, піддача на вплив зовнішніх факторів [20].



Рис. 2.5. Аналог плакату соціальної реклами «Тиск осуду».

Автор: Джоей Гвідоне.

Аналіз існуючих візуальних аналогів і прототипів, які висвітлюють проблему ментального здоров'я, дають змогу правильно виявити підхід до створення плакатів з різновидами проблем, які стосуються ментального здоров'я. Тобто, у кожному розгляненому плакаті, є метафори, але ілюстратори подають ці метафори на своє бачення, за допомогою кольору, форми, ліній, контрастів і т. д. Візуальні метафори, є самим важливим і основним об'єктом. Вони передають глибокі переживання людини, конфлікт, тривогу, стрес, зовнішній тиск, стан розгубленості, відчаю, пошук натхнення або надії. Саме тому, без метафори, соціальний плакат не буде набувати ніякого сенсу. Зокрема, використання символічних елементів, різновиди кольору, ліній, текстур і правильне композиційне рішення може вдало привернути увагу глядача і змусити переосмислити свій власний внутрішній світ. Саме тому, через мінімалістичну візуальну мову, ілюстрація може показати екзистенційні теми, які стосуються кожного з нас.

2.3. Художньо-графічна пропозиція соціальних плакатів на тему: «Ментальне здоров'я».

Художньо-графічна пропозиція включає в собі авторські ідеї та рішення стосовно створення плакатів на тему «Ментальне здоров'я». Цей інструмент відіграє важливу роль, адже власне візуальне рішення будується на попередніх етапах, тематичне дослідження проблем ментального здоров'я, урахування всіх нюансів, аналізування аналогів та прототипів. Кожен плакат розкриває свою тематику ідеї, тобто розкриває повністю візуально соціальну проблему більш просто, опираючись на метафору, візуальні символи, знаки та емоційні функції.

Тема про «ментальне здоров'я» є важливою для створення соціальних плакатів, адже художньо-візуальний образ повинен викликати у глядача емоційний порив і відгук і привертати увагу до психологічних проблем, яких не потрібно ігнорувати і одночасно пропонує альтернативне рішення – не замовчувати, не соромитись звертатися до спеціаліста. Завдяки цьому, такий плакат вважається вдалим, його візуальна мова виконує потрібну функцію для соціальної реклами.

Робота над кожним плакатом був сформованим послідовним процесом, що складається з кількох етапів: пошук аналогів, сформування семіотичного поля, розробка ескізів, пошук кольорової палітри та створення повноцінної композиції.

Семіотичне поле – це інструмент, який складається з символів, знаків, які формують візуальну повноцінну ідею для майбутнього проекту. Завдяки цьому, він допомагає зібрати разом всі ключові елементи або образи, які стосуються якоїсь конкретної теми. Завдяки цьому інструменту формується майбутня основна композиція із складеним сенсом.

Для кожного з п'яти плакатів було створено окремого семіотичного поля, щоб сформувати майбутню повноцінну композиції (рис. 2.7.).

Перший плакат ілюструє себе як, потреба в підтримці, допомозі та внутрішні складнощі. Ключові елементи, які присутні в семіотичному полі є, фізичний контакт підтримки «обійми», довіра з людьми і консультація з психологом.

Другий плакат позиціонує себе як депресивний розлад, що впливає на внутрішній стан людини. В цьому випадку, семіотичне поле розкриває такі елементи: депресивні думки, втрачена ідентичність, втрата емоційного ресурсу, внутрішній критики, тягар, самотність і відчуження

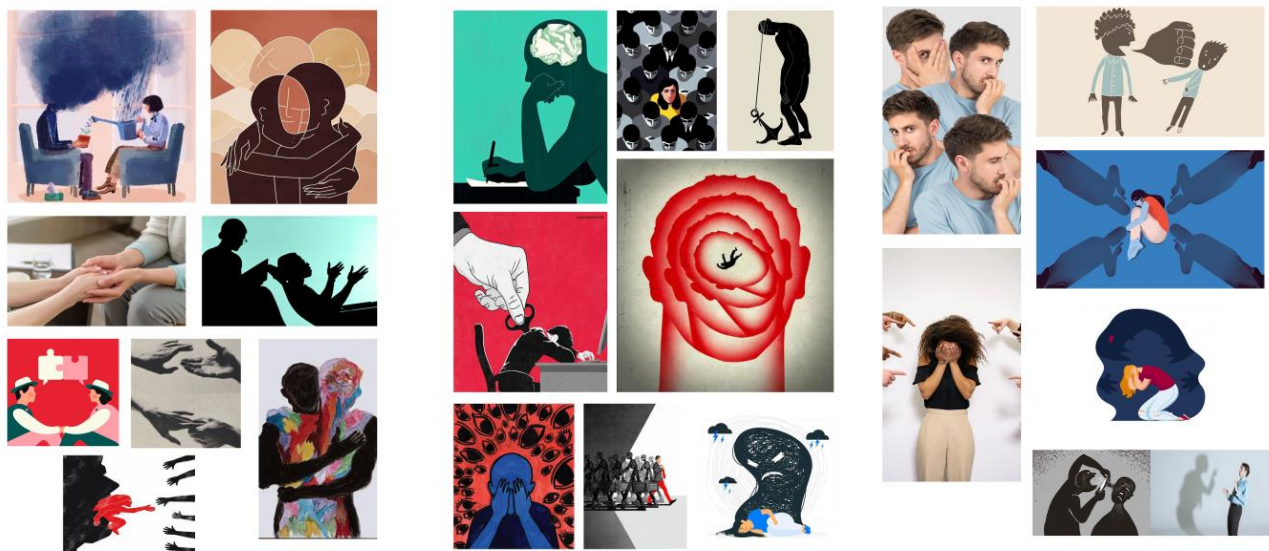
Третій плакат характеризує як форму психологічного насильства і маніпуляції зі сторони суспільства. Дані семіотичні образи показані таким чином: руки з вказівним пальцем вказують як символом публічного осуду, критики, страх бути «розкритикованим», внутрішній критик, тиск від суспільства, самозвинувачування і образ внутрішньої боротьби.

Четвертий плакат торкається теми як, «пригнічення» себе та внутрішнього болю. Кожне зображення вказує на глибоку емоційну ізоляцію, зростання депресії, замовчування про свої внутрішні проблеми, стрес і паніка.

П'ятий плакат присвячений на популярну проблему, таку як «Залежність від соцмереж». Семіотичне поле підкреслює ключові візуальні символи підміни життя та особистості, розсіювання уваги, перенавантаження інформації, залежність, заздрість і тривожний стан.

Кожен із створених плакатів на тему ментального здоров'я має свою концепцію, яка спирається на власному сприйнятті проблеми та актуальних соціальних реаліях. Візуальна мова визначалася свідомо, з урахуванням цільової аудиторії: кольорова палітра, стилістика шрифтів, композиційна побудова – все це працює на передачу головної ідеї. Плакати не лише інформують, а й викликають емоції: тривогу, співпереживання. Саме ці реакції є ключовими в розкритті соціальних тем, пов'язаних із ментальним станом людини.

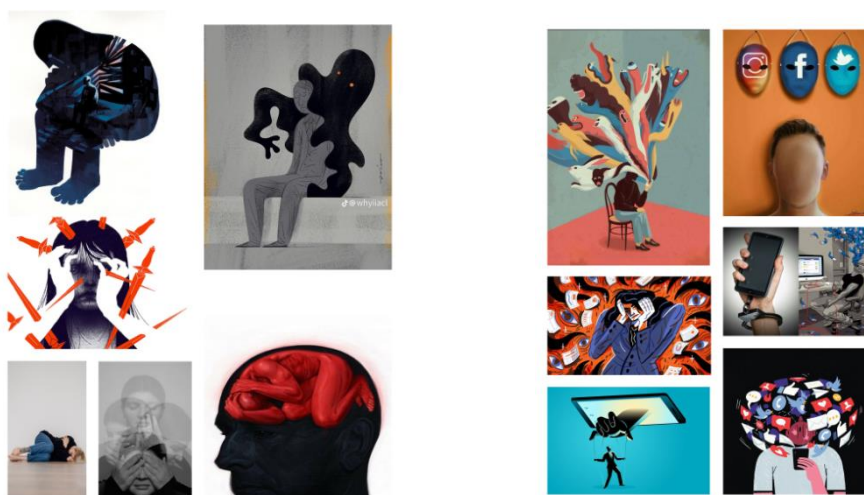
Завдяки семіотичному полю, композиція набуває змістовної глибини, багатозначного візуального образу і символічної насиченості, що надає можливість донести складні емоції за допомогою візуальних символів та елементів.



а) «Твоя підтримка важлива –
будь опорою»

б) «Коли всі – однакові,
а ти – виснажений»

в) «Сила слова: не суди –
а підтримай»



г) «Моя тиша – мій тягар»

г) «Віртуальний політ – реальне падіння»

Рис. 2.7. Розробка семіотичного поля до плакатів соціальної реклами на тему:

«Ментальне здоров'я». а) – «Твоя підтримка важлива – будь опорою»;

б) «Коли всі – однакові, а ти – виснажений»;

в) «Сила слова: не суди – а підтримай»;

г) «Моя тиша – мій тягар»;

г) «Віртуальний політ – реальне падіння»

Після розробки семіотичного поля, були розроблені пошукові ескізування (рис. 2.8.). В кожному семіотичному полі були відокремлені візуальні ключові елементи для створення композицій соціальних плакатів. Було створено декілька композиційних рішень на основі вибраних елементів. В процесі розробки, були експерименти з розміщенням об'єктів, створення різних форм та спроба виділити їх як «акцент» на ньому. Особлива увага приділялася контрасту, кольору, візуального ритму а ієрархії – щоб забезпечити візуальну форму зображення. У процесі роботи були обрані остаточні композиційні рішення, з урахуванням попереднім аналізом семіотичного поля для кожного плакату. На основі цього, були створені візуальні рішення з урахуванням попереднім аналізом семіотичного поля для кожного плакату. На основі цього, були створені фінальний ряд авторських соціальних плакатів, де кожна композиція і образ має візуальне повідомлення.

Під час розробки макетів, були враховані підбір кольору, форми, елементи та їх взаємодії на створення емоційний вплив.

У процесі розробки серії соціальних плакатів на тему «Ментальне здоров'я» було проведено повне дослідження, який включає в собі літературні джерела, аналіз візуальних референсів, дослідження та вивчення стилістичних підходів у сучасній соціальній графіці. Також був проведений аналіз та огляд метафор і візуальних символів, що дали змогу сформулювати насичений концепт і багатогранний зміст кожного з плакатів. Завдяки комплексному підходу вдалося досягти цілісності проекту як у візуальній, так і в комунікативній функції.



а) «Твоя підтримка важлива –
будь опорою»



б) «Коли всі – однакові,
а ти – виснажений»



в) «Сила слова: не суди –
а підтримай»



г) «Моя тиша – мій тягар»



ґ) «Віртуальний політ – реальне падіння»

*Рис. 2.8. Ескізи серій плакатів соціальної реклами на тему: «Ментальне здоров'я. а) – «Твоя підтримка важлива – будь опорою»;
б) «Коли всі – однакові, а ти – виснажений»;
в) «Сила слова: не суди – а підтримай»;
г) «Моя тиша – мій тягар»;
ґ) «Віртуальний політ – реальне падіння»*

Кожен плакат був реалізований візуально просто, але з зрозумілими метафорами та символами для глядача, адже вони зачитуються чітко і швидко. Завдяки цьому, вони відповідають вимогам соціальної візуальної реклами.

В першу чергу, це інформування до наслідків, які можуть привести до погіршення ментального здоров'я, інформування і мотиваційні дії.

Також присутня і просвітницька функція. Завдяки цьому, вони поглинають вплив стигматизації проблеми психологічного здоров'я і переконують глядача не соромитися своїх внутрішніх проблем.

Щоб краще розкрити загальну тему і створити підсвідомий вплив на глядача, було використано символіку, асоціації, образи і загальний кольоровий акцент. Динамічна форма композицій, кольорова гамма, візуалізація плавних або гострих форм фігури балансують між собою. Кожен із них виконує свою функцію і доповнює протилежну функцію, підтримує ідею і створює цілісний образ. Таким чином, розробка соціальних плакатів у графічному дизайні дає не тільки «естетичний» вигляд, а спонукає глядачів до критичного мислення і поширює проблему за допомогою композиційних рішень.

РОЗДІЛ 3. ОПИС ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я».

3.1. Складові частини об'єкта проєктування соціальних плакатів на тему: «Ментальне здоров'я».

В даній роботі, об'єктом проєктування є авторська серія соціальних плакатів на тему: «Ментальне здоров'я». Даний проєкт створений у мінімалістичному стилі «плоска графіка» (рис.2.9). Основна функція – викликати емоційний відгук у глядача, привернути увагу до психологічних проблем, надати привід толерантності і сприяти формуванню підтримуючого ставлення ментального здоров'я.

Сама розробка серій соціальних плакатів будується на основні на складові частини:

1. Тема та концептуальна ідея – придумане і сформоване повідомлення по соціальній тематиці, що визначає та розкриває повністю зміст плакату.
2. Композиція є невід'ємною частиною, адже правильна побудова візуальної ієрархії, розміщення графічних та текстових елементів надають успішний результат.
3. Шрифтове оформлення – оформлення текстових блоків, коротких месенджерів, слогани набувають невід'ємну частину у соціальних плакатах. Вибір шрифту повинен бути придуманим, адже від нього залежить, чи сам плакат буде читабельним.
4. Колористика – відіграє не тільки естетичну роль, а й емоційно підкреслює зміст теми

Плакат «Твоя підтримка важлива – будь опорою» візуально зображує про важливість турботи і хорошого ставлення до людей, які переживають важкі психологічні етапи у своєму житті. Сама актуальність плакату – поширити ідею, яка позиціонує себе як простий жест допомоги, який може змінити кардинально людині життя в кращу сторону.

Плакат «Коли всі – однакові, а ти – виснажений». Цей плакат характеризує відчуття емоційного виснаження та вигорання. Композиція демонструє зміст ізоляції та втрати себе як особистості серед одноманітного потоку людей.

Плакат «Сила слова: не суди – а підтримай» відображує, як суспільні очікування, стереотипні діалоги і моральний тиск від соціуму можуть привести до внутрішньої тривоги, неприйняття себе як особистість, заниження самооцінки, пригнічення і страх бути неприйнятим. Композиція демонструє про заклик прийняття себе, просити підтримку і будувати свої особисті кордони.

Плакат «Моя тиша – мій тягар» композиційно передає стан людини з депресивним розладом. Плакат піднімає питання про те, що людина відчуває, коли знаходиться в стані ізоляції, самотності і виснаження.

Плакат «Віртуальний політ – реальне падіння». Композиція цього плакату акцентує увагу на те, що надмірне використання соціальних мережах може привести до апатії, заниження самооцінки, спотворення самої себе. В композиції підкреслений тягар соціальних мереж, які тягнуть людину на дно і знищують реального контакту з суспільством.

Розроблена серій соціальних плакатів розкриває зміст візуальної інформації і чітку концепцію для аудиторії. Представлений проєкт демонструє свій чіткий структурний підхід до кожного етапу – від продуманої ідеї до фінальної реалізації.

3.2. Способи втілення концепції формотворення соціальних плакатах.

3.2.1. Художньо-графічні і образно-стилістичні особливості.

Створення соціальних плакатів, їх формоутворення було обрано мінімалістичний стиль з плоскою графікою. Такий стиль надає лаконічний і чіткий вигляд для подачі у соціальних плакатах, тому завдяки простим формам, чітким лініям і обмеженою кольоровою палітрою, надає змогу не перенавантажувати композицію для глядача.

Плаский дизайн або плóский дизайн (англ. *flat design*) — мінімалістичний підхід до дизайну форм, який підкреслює пласкість форм — відсутність традиційних градієнтів та відтінків, характерних тривимірним формам, відсутність спроб передачі тривимірності форм, цілеспрямоване нехтування об'ємом. Особливий вплив на плоский дизайн мав Швейцарський стиль (International Typographic Style), який розвинувся в 1950-х роках у Швейцарії. У цифровому середовищі плоский дизайн набув популярності на початку 2010-х років як реакція на скевоморфізм — стиль, що імітував реальні об'єкти в інтерфейсах [16].

Художньо-графічні особливості побудовані на основних принципах візуального розміщення та оформлення композиції — це формує загальний характер проекту. Обраний стиль «плоский стиль» передбачає: використання простих але чітких форм, чіткі лінії, відсутність зайвих деталей та мінімальна кольорова гамма, дає змогу не «перевантажувати» сприйняття соціального плакату, а навпаки — дає швидких акцент на візуальних метафорах у композиції та сприяти швидкому зачитування повідомлення (рис. 2.9.).

1. Плакат «Твоя підтримка важлива — будь опорою».

Даний соціальний плакат набуває актуальності привернути увагу глядачів до важливості підтримки, які перебувають у важкому або вразливому стані. Плакат може застосуватися у сферах кампанії, громадських місцях, соціальних мережах, сферах благодійності та волонтерства. Головним елементом є — дві руки, одна чорна, що тягнеться вгору — являє собою символом прохання, а інша рука, що тягнеться до неї згори є — символ допомоги та підтримки. Засоби графічної

образотворчості, які використані у композиції є: контраст кольорів (чорний, червоний, білий та сірий).

2. Плакат «Коли всі – однакові, а ти – виснажений».

Цей соціальний плакат спрямований на проблемі емоційного вигорання у контексті повсякденної рутини. Дана тематика плакату показує внутрішню втому і самотність у натовпі, де кожен виконує повсякденні функції. Цей плакат може застосовуватися у таких сферах: профілактики професійного вигорання, громадських місцях, соціальних мережах, благодійності, інформаційних кампаніях і у мед закладах. Основні елементи у композиції є центрова постать фігури, яка виглядає пригніченою та виснаженою з тривожними думками. Темні силуети натовпу символізують байдужість. Засобами графічної образотворчості є – монохромні кольори, композиційний центр самого персонажа, присутній контраст світлого та темного і самий стиль «плоска графіка».

3. Плакат «Сила слова: не суди – а підтримай».

Соціальний плакат демонструє булінг, соціальний тиск, цькування. Тема висвітлює наслідки публічного осуду, тиску і закликає відчуття до підтримки. Застосування плакату може бути в сферах, такі як: психологічні просвітницькі програми, кампанії проти булінгу, соціальні мережі, громадські місця, теми боротьби з дискримінацією та соціальної справедливості. Фундаментальні елементи композиції є: великі руки, які агресивно вказують пальцями – символ суспільного осуду, тиску. Невелика фігура людини символізує вразливий образ жертви, яка замкнута в собі. Самий масштаб об'єктів підсилює відчуття тиску, розкриває силу агресора. Засобами графічної образотворчості є – чорно-біла палітра на червоному фоні, що концентрує увагу. Силуети рук уособлюють суспільство з моральним тиском. Лінійне зображення сидячої людини вказує на крихітність та стан «жертви».

4. Плакат «Моя тиша – мій тягар».

Соціальний плакат акцентує увагу на психоемоційні труднощі, внутрішню тривогу, депресивний стан і замкнутість. Ілюстрація вказує на маскування емоцій – типова поведінка людини з проблемою психічного здоров'я. Сфера

застосування такого плакату може бути у громадській організації, соціальна реклама на білбордах, освітні установи і кампанії з підтримкою психологічного здоров'я. Елементи фундаментальної композиції є – сидяча фігура людини, яка символізує замкнутість і вразливість. Темна тіньова фігура, яка обіймає фігуру людини символізує нав'язливі думки, пригнічення, тривогу і депресію. Засобами графічної образотворчості є – контраст кольорів (чорний, білий, червоний), що створює напружений ефект, композиційний центр самого персонажа і присутній контраст кольорів для посилення емоційного впливу.

5. Плакат «Віртуальний політ – реальне падіння».

Даний соціальний плакат демонструє поширену проблему як – залежність від соціальних мереж. Тема плакату розкриває зростання наслідків надмірного використання соціальних мереж, такі як: заниження самооцінки, зацикленість на «успішний-успіх» і втрата своєї особистості. Плакат може застосуватися у громадських місцях, освітні та соціальні кампанії про цифрову незалежність і антиреклама надмірного скролінгу та віртуального життя. Сама фундаментальна композиція побудована на: самого персонажа, який виглядає безсильним перед важкою залежністю та втрачає свою індетичність. Назви соціальних мереж відображаються як «тягар», як тягне самого персонажа на низ. Засобами графічної образотворчості є – контраст кольорів (чорний, білий, сірий і червоний) передає негативний вплив та втрату контролю.

3.2.2. Споживчі якості соціальних плактів.

1. Плакат «Твоя підтримка важлива – будь опорою».

Даний плакат розкриває актуальну соціальну тему – не мовчати про свої внутрішні проблеми та потребувати допомоги. Ця тема є доволі найпоширена серед суспільства, адже ментальне здоров'я ігнорується на сьогоднішній день. Основна функція плаката – привернути увагу на важливість підтримки і не мовчати про внутрішні проблеми. Завдяки простій композиції, плакат виглядає зрозумілим і читабельним.

2. Плакат «Коли всі – одинакові, а ти – виснажений».

Плакат підкреслює тему емоційного виснаження через персонажа, який виглядає безсильним і самотнім серед одноманітного натовпу. Головна функція плакату – надавання емпатичних почуттів у глядача, важливість розкрити внутрішнє виснаження навіть тоді, коли зовні виглядає «нормально» і зрозуміти важливість самосприйняття та турбота ментального здоров'я.

3. Плакат «Сила слова: не суди – а підтримай».

Соціальний плакат відображає проблематику, таку як: суспільний тиск, осуд, нетактовні слова та високі очікування від людини. Плакат акцентує на моральний тиск та стигматизація психологічного стану. Первинним завданням даного плакату є – підтримати толерантне відношення, обережно використовувати слова та емоції на інших людей і будувати свої особисті кордони.

4. Плакат «Моя тиша – мій тягар».

Соціальний плакат акцентує увагу на депресивний стан, пригнічення та ізоляції. Основне призначення даного плакату – підкреслити суспільне розуміння проблеми депресії, сприяти підвищенню обізнаності і стимулювати людину до пошуку допомоги та підтримки.

5. Плакат «Віртуальний політ – реальне падіння».

Соціальний плакат підкреслює най поширену проблему серед суспільства – залежність від соціальних мереж. Композиція демонструє, що надмірне використання соціальних мереж може призводити до важкої залежності, яка негативно впливає на психіку. Провідна функція плакату – демонструє



просвітництво, стимул до

роздумів, формує правильне ставлення до соціальних мереж і правильно корегувати час у соціальних мережах.

Соціальні плакати, що створені в межах кваліфікаційної роботи створені з урахуванням комплексного підходу до створення візуальної композиції. В ньому поєднується художньо-графічні прийоми, розроблену композицію, стилістичні об'єкти, також розглядається споживчі характеристики. Саме правильне та гармонійне поєднання цих аспектів дозволило розробити серію соціальних плакатів, які виразно та емоційно наповнені тематикою ментального здоров'я і демонструють ключові ідеї.

Кожен плакат має індивідуальну комунікативну функцію – через візуалізацію метафорів, кольорову палітру, контрасти і шрифтове оформлення, яке подається в головне повідомлення. Крім того, споживчі якості містять в собі візуальну доступність, читабельність, інформація легкого сприйняття, що надає ефективність у публічних просторах. Як результат, ці плакату можуть слугувати у соціальних кампаніях, вуличних носіях інформації, соціальні мережі або у освітніх проєктах.

Тому, поєднання естетики, функціональності та соціального посилю створює потужний інструмент для комунікації з глядачем та привернення уваги до проблем ментального здоров'я.

а) «Твоя підтримка важлива –
будь опорою»

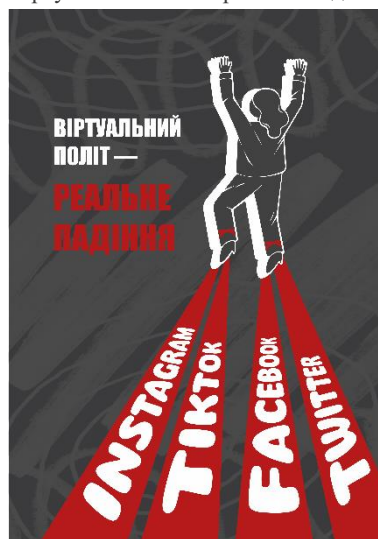
б) «Коли всі – одинакові,
а ти – виснажений»

в) «Сила слова: не суди –
а підтримай»

г) «Моя тиша – мій тягар»

г) «Віртуальний політ – реальне падіння»

Рис. 2.9.
Завершений
серій
соціальної
тему:
«Ментальне
– «Твоя
важлива –



варіант
плакатів
реклами на
здоров'я. а)
підтримка
будь

опорою»;

б) «Коли всі – одинакові, а ти – виснажений»;

в) «Сила слова: не суди – а підтримай»;

г) «Моя тиша – мій тягар»;

г) «Віртуальний політ – реальне падіння»

3.3. Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення.

Під час розробки кваліфікаційної роботи, яка спрямована на реалізацію серій соціальних плакатів на тему: «Ментальне здоров'я», особлива увага була

зосереджена на виборі матеріалів та технологія виготовлення плакатів. Вибір реалізувався з урахуванням необхідності забезпечення якісного друку та ефективного візуального впливу на цільову аудиторію. Сам підбір технічних рішень виконувався з урахуванням функціональності норм.

Розробки серій соціальних плакатів на тему: "Ментальне здоров'я" реалізувалося з використання графічних редакторів Procreate і Adobe Illustrator. Кожна із цих програм є надійним інструментом для різної функції. Adobe Illustrator вважається інструментом для розробки векторної графіки, що забезпечує чіткість та масштабованість зображень незалежно від формату при зберіганні. Також, цей графічний редактор надає можливість з роботою кольором, шрифтами і шарами, що забезпечує можливість авторське бачення на високому технічному рівні.

На додачу, на початкових етапах були розробки ескізів і візуальних рішень та концепцій використовувалась програма Procreate – є зручним графічним редактором для iPad, що насамперед надає змогу втілювати власні ідеї у цифровому форматі. Унаслідок широкому вибору пензлів, текстур, робота з шарами, Procreate стає ефективним інструментом для розробки композицій та візуальних рішень соціальних плакатів.

В межах створення серії соціальних плакатів, було особливе значення до вибору якісних матеріалів та сучасних технологій друку, що гарантують ефективний і досконалий вигляд. Було обрано для друку крейдований папір зі щільністю 200 г/м².

Крейдований папір – це папір із спеціальним покриття на основі крейди або каоліну. Таке покриття надає рівну поверхню паперу і робить її гладкою для нанесення фарби, що забезпечує чітке, насичене і контрастне зображення. Саме цей папір виділяється гладкою поверхнею, що надає гарантію на високу якість друку та передача кольорів, Такий тип друку надає більш матовість та зменшує відблиски, що важливо, коли у випадках розміщення плакатів під різним кутом освітлення. Саме тому, властивості того типу паперу вважається

найпоширенішим і популярним вибором для розробки рекламних брошур, каталогів і плакатів.

Також перевага даного друку є – цифровий струменевий широкоформатний друк. Даний підхід дозволяє отримати високоякісні плакати з чіткими кольорами і контурами, адже це є надзвичайно важливо для візуального соціального зображення. Також, цифровий друк надає можливість швидко розробити матеріал навіть у невеликій кількості, що зручно для індивідуальних проєктів. Також слід враховувати про важливість переваги цієї технології – екологічність. У самому процесі друку, використовуються хімічні речовини та чорнила, що робить саме виробництво більш безпечним для екології.

Отже, грамотний і придуманий підбір матеріалів, інструментів та технологій у процесі розробки проєкту сприяв створенню кінцевого результату – соціальних плакатів, що здатні чітко інформувати і викликати емоційний відгук у глядача. Це особливо важливо у контексті теми ментального здоров'я, яка потребує делікатного, але водночас візуально переконливого підходу.

ВИСНОВОК

У ході виконання кваліфікаційної роботи був проведений досконалий аналіз та дослідження серій соціальних плакатів на тему: «Ментальне здоров'я», що є невід'ємною частиною для сучасної людини. У контексті зростання ритму життя, соціальний тиск та інформаційне перенавантаження, ізоляції і кризових ситуацій, питання ментального добробуту набуває актуальності. Саме по таких чинниках, які поширені серед багатьох людей повинні бути популяризовані, адже це є розуміння й візуальної репрезентації у суспільстві.

Сама розробка розпочалася з дослідження та візуальний аналіз соціальних плакатів та основні аспекти та огляди соціальної проблеми. В цьому ключовому етапі, було проаналізовано пару складових соціальної проблеми та було розкрито всі аспекти, які впливають на людину на сьогоднішній день.

У межах дослідження був здійснений аналіз та пояснення художнього образу "Ментальне здоров'я" в контексті графічного дизайну і візуальний аналіз соціальних плакатів інших авторів як українські, так і зарубіжних. Завдяки цьому, це надало змогу виявити та зрозуміти методи, які слугують подачею темою – кольоровий контраст, різноманітні та лаконічні шрифти, символічні знаки та метафори. Все це, стало фундаментом для створення серій авторських плакатів.

Також первинним завданням було на аналізів аналогів та прототипів і визначення основної функції соціального плаката та його споживчі якості – в першу чергу інформативність, символічні значення, і міжособистісні комунікації. До того, було враховане семіотичне поле, для розробки самого проєкту.

Сама кваліфікаційна робота була виконана у мінімалістичному стилі «плоска графіка». Саме такий стиль легко і швидко зачитується, дає зацікавленість глядачам завдяки самій композиції і кольорам і надає емоційний відгук у глядача. Подібне рішення забезпечує ефективність у сфері соціальної реклами, адже це дає змогу зосередити увагу на самому змісті, уникаючи перенавантаження деталями у самій композиції.

У підсумку, соціальні плакати розроблені у рамках кваліфікаційного проєкту, набувають широко різноманіття – їх можна ефективно застосовувати у навчальних закладах, тематичні виставки, соціальних кампаніях, соціальних мережах тощо. Через ефективну здатність та чітку візуальну мову, даний проєкт може бути використаним щодо різних форматів подачі в цільовій аудиторії.

Дана кваліфікаційна робота демонструє, що соціальний плакат як інструмент – надає ефективну візуальну комунікацію, що поєднує в собі аналіз самої теми, художній підхід, дизайнерське візуальне рішення і власну креативність. На теперішній час, значення інформаційного середовища важко переоцінити, адже соціальна реклама виконує роль не тільки привернути увагу глядачів через естетичний візуальний образ, а й надавати розуміння про важливість даної проблеми або ситуації, стимулювати до дій та змін, підтримати соціальні зміни і формувати громадську думку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. IV Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну» Київ, КНУТД, 27 квітня 2022 р. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/%2B%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%2B2022_%D0%A22_compressed.pdf (дата звернення 21.04.2025).
2. Блинова О.Є. Психологічна стійкість у розумінні психічного здоров'я, культура здоров'я як предмет освіти. Збірник наук. праць. – Херсон: Персей, 2004.-84 URL: https://univd.edu.ua/general/publishing/konf/25_11_2017/pdf/82.pdf (дата звернення 21.04.2025).
3. (18) Борисюк А. С. До проблеми психічного та психологічного здоров'я молоді. Психологічні науки : збірник наукових праць. Том 2. Випуск 10 (91). 2013. С. 46–51. URL: http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/files/11_20.pdf (дата звернення 15.03.2025).
4. «Безлад думок». Авторка: Стефанія Інфанте. Pinterest. Pins. URL: <https://www.pinterest.com/pin/109071622221258301/> (дата звернення: 21.04.2025).
5. Вербицький, В. В. Зміцнення психічного здоров'я студентів на заняттях з фізичної культури у ВНЗ / В. В. Вербицький, А. Улунова // Ідеї, реалії і перспективи освітніх інновацій: філософія, психологія та методика : зб. матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (20-21 квітня 2006 р.): у 2 ч. Ч.2/Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти. - Суми, 2006. - С. 23-26. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/54852/5/Verbytskyi_mental_health.pdf;jsessionid=A966009352E7A6F546F0601319D571AE (дата звернення: 28.04.2025).
6. Взаємозв'язок кольорів та емоцій: роль кольорової психології у сприйнятті та осмисленні мистецтва. URL: <https://fact-news.com.ua/vpliv-psixologii-na-spriinyattya-ta-osmislennya-mistetstva-rozkritttya-vnutrishnogo-svitu-cherez-obrazi/> (дата звернення: 21.04.2025).
7. Грицюта Н.М. Етика реклами як естимаційний орієнтир сучасного суспільства : монографія / Н.М.Грицюта; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; Ін-т

- журналістики. — Київ : Паливода А.В., 2012. — 415 с. URL: <https://uacademic.info/ua/document/0513U000388> (дата звернення: 29.03.2025).
8. Іваненко Т.О. Шрифтовий дизайн: основи : навчальний посібник. Харків : ХДАДМ, 2019. 143 с. URL: <https://visnik.org.ua/pdf/v2020-03-17-Cherkesova.pdf> (дата звернення: 30.03.2025).
9. Ложкін Г. В. Психологія здоров'я людини / [Г. В. Ложкін, О. В. Носкова, І. В. Толкунова] 2003-257 с. URL: <https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/Kotsan-Psykholohiia-zdorovia-liudyny.pdf> (дата звернення: 15.03.2025).
10. Метафора: приклади з літератури. URL: <https://tsystem.com.ua/metafora-pryklady-z-literatury/>
11. «Ментальне здоров'я – це розуміти власні емоції». Авторка: Олена Пінчук. Pinterest. Pins. URL: <https://www.pinterest.com/pin/711991022367972009/> (дата звернення: 21.03.2025).
12. Психологія здоров'я людини/за ред. І.В.Толкунової.-Київ: 2018.-156 с.
- 3.Титаренко Т. Постмодерні концептуалізації понять "особистість" та "життєвий шлях" /Титаренко Т.//Психологія і суспільство.-2009.-№ 4.-С. 83- 96/ URL:https://pedagogy.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2022/02/Tolkunova_Psykholohiia-zdorovia.pdf (дата звернення: 21.03.2025).
13. «Пошук себе – пошук цілісності». Автор: Альбрехт Тібурціус. Pinterest. Pins. URL: <https://www.pinterest.com/pin/424816177360505776/> (дата звернення: 21.04.2025).
13. Психологія кольору в дизайні: секрети успішного застосування. URL: <https://psihologonline.pro/psykholohiya-koloru-v-dyzayni-100-sekretiv/> (дата звернення: 21.04.2025).
14. Психологічна енциклопедія / автор-упорядник О.М. Степанов. Київ : «Академвидав», 2006. 424 с. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/31141/1/62_Petryk.pdf (дата звернення 15.03.2025).
15. Плакат. Українська бібліотечна енциклопедія.

URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82> (дата звернення 21.04.2025).

16. Плаский дизайн або плоский дизайн. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Flat_UI_Design (дата звернення 17.05.2025).

17. Поняття “соціальний плакат” охоплює візуальну форму комунікації. URL: <https://bazilik.media/sotsialna-reklama-istoriia-vynyknennia-ta-iaskravi-kejsy/> (дата звернення 15.03.2025).

18. «Розвиток українського соціального плакату та його функції» Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, кафедра образотворчого мистецтва та дизайну, вул. Маршала Бажанова, 17, 61002, м. Харків, Україна. URL: <https://nz.lviv.ua/archiv/2022-4/20.pdf> (дата звернення 15.03.2025).

19. Сосницький Ю. Розвиток українського соціального плакату та його функції. Народознавчі зошити. № 4 (166). 2022. С. 945-946. URL: <https://nz.lviv.ua/archiv/2022-4/20.pdf> (дата звернення 15.03.2025).

20. «Тиск осуду». Автор: Джоей Гвідоне. Pinterest. Pins. URL: <https://www.pinterest.com/pin/649292471313303105/> (дата звернення: 21.04.2025).

21. Тіхонова М. Психологічне здоров'я дітей молодшого шкільного віку / М.Тіхонова // Психолог. – 2007.– № 39. – С.12–14. URL: https://www.rusnauka.com/25_SSN_2009/Psihologia/51620.doc.htm (дата звернення 11.03.2025).

22.Титаренко Т. Постмодерні концептуалізації понять "особистість" та "життєвий шлях" /Титаренко Т.//Психологія і суспільство.-2009.-№ 4.-С. 83- 96.

23. "Ти як?". Триває Всеукраїнська програма ментального здоров'я. URL: <https://mtu.gov.ua/news/34479.html> (дата звернення 11.03.2025).

24. Ткачишина О.Р., Столярчук О.А. Конструктивна поведінка особистості у контексті проблеми психічного та психологічного здоров'я. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія : Психологія. Видавничий дім «Гельветика», 2023. Т. 34(73). № 1. С. 78–83. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2023/53-2023/35.pdf> (дата звернення 17.04.2025).

25. «Шлях до зцілення». Автор: Едуарт Сармієнто. Pinterest. Pins. URL: <https://www.pinterest.com/pin/696439529897250484/> (дата звернення: 21.04.2025).