

Кошова Владислава

Дизайн каталогу до міжнародної плакатної акції до 40-річчя Чорнобильської катастрофи

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр» за спеціальністю 022 «Дизайн»



МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «ДИЗАЙН»
Кафедра «Графічний дизайн»

Кошова Владислава Максимівна

**ДИЗАЙН КАТАЛОГУ ДО МІЖНАРОДНОЇ ПЛАКАТНОЇ АКЦІЇ
ДО 40-РІЧЧЯ ЧОРНОБИЛЬСЬКОЇ КАТАСТРОФИ**

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
зі спеціальності 022 Дизайн
ОПП «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН»

Бакалаврська робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають
посилання на відповідне джерело.

 В. М. Кошова

Керівник: Векленко Олег Анатолійович
Професор ХДАДМ
Консультант: Більдер Наталя Трифонівна
доцент ХДАДМ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ КАТАЛОГУ ПЛАКАТНОЇ ВИСТАВКИ «CHORNOBYL 40»	7
1.1 Опис проєктної ситуації каталогів плакатних виставок	7
1.1.1 Проєктна ситуація і ринок каталогів плакатних виставок	7
1.1.2 Сегментування ринку каталогів плакатних виставок	8
1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку каталогів плакатних виставок	9
1.2 Опис ринку споживачів каталогів плакатних виставок	9
1.2.1 Сегментування ринку споживачів каталогів плакатних виставок	9
1.2.2 Опис потреб, яким задовільнятиме каталог плакатної виставки	10
1.3 Збір та аналіз аналогічних дизайн-продуктів	11
1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних каталогів плакатних виставок	13
1.3.2 Обґрунтування стратегії позиціонування каталогу плакатної виставки «CHORNOBYL 40»	17
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2 ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ	19
2.1 Опис ідеї і формулювання концепції каталогу плакатної виставки «CHORNOBYL 40»	19
2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням	22
Висновки до розділу 2	24
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ	26
3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення проєкту	26
3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення	28
3.3 Додрукарська підготовка макетів	29
Висновки до розділу 3	31
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	33
ДОДАТКИ	37
Додаток А	37
Додаток Б	38
Додаток В	39
Додаток Г	46
Додаток Д	58

ВСТУП

*«Хороший дизайн – це настільки мало дизайну, наскільки можливо»
– 5 із 10 принципів «хорошого дизайну»
німецького промислового дизайнера
Дітера Рамса*

Наразі у сфері виставкових каталогів плакатних проєктів спостерігається або надмірно декоративний підхід, або спрощене архівне подання без системної організації матеріалу. У випадку великих міжнародних проєктів це ускладнює сприйняття та навігацію, особливо за відсутності конкурсної ієрархії [1].

Міжнародний проєкт «CHORNOBYL 40» характеризується великим обсягом різнорідних робіт і відсутністю єдиної класифікації, що потребує розробки структурованого підходу до подання матеріалу. Використання систематизації за домінантними ознаками, модульної сітки та принципу візуальної гармонії дозволяє організувати масив плакатів без втрати їхньої індивідуальності та забезпечити цілісне сприйняття каталогу [2].

Обрана тема «Дизайн та верстка каталогу для міжнародного плакатного проєкту CHORNOBYL 40» є **актуальною**, тому що:

- 1) виставковий дизайн формує культурну пам'ять через візуальні образи, що зумовлює актуальність тематики Чорнобиля як частини культурного наративу [3];
- 2) каталог виступає інструментом документування та збереження мистецьких практик, забезпечуючи їх доступність для подальшого дослідження та інтерпретації [4];
- 3) відсутність уніфікованих підходів до систематизації плакатних каталогів ускладнює їх проєктування та визначає необхідність розробки нових методик організації візуального матеріалу [5; 6];

4) людське сприйняття має обмеження щодо обробки складної візуальної інформації, що ускладнює роботу з великими обсягами даних без чіткої структури [7];

5) використання модульних сіток дозволяє забезпечити узгодженість, баланс і структурність композиції при роботі з різною кількістю візуальних елементів [8].

Об'єкт проєктування: виставковий каталог плакатного проєкту.

Предмет проєктування: принципи та графічні засоби дизайну та верстки виставкових каталогів з урахуванням сучасних тенденцій.

Мета: дизайн та верстка виставкового каталогу міжнародного плакатного проєкту «CHORNOBYL 40» із системною організацією, сортуванням та композиційною структуризацією плакатного матеріалу для забезпечення цілісного й професійного сприйняття великого масиву візуально різнорідних робіт.

Завдання проєкту:

1. Виявити доцільні принципи графічного дизайну та композиційної організації виставкових каталогів шляхом аналізу аналогів і фахових джерел.
2. Встановити принципи систематизації та композиційної структуризації плакатного матеріалу за домінантними візуальними ознаками.
3. Розробити дизайн-пропозицію виставкового каталогу міжнародного плакатного проєкту «CHORNOBYL 40».

Вихідні дані до проєктування каталогу міжнародного плакатного проєкту «CHORNOBYL 40» (див. Додаток А):

- нормативні та правові джерела, зокрема Закон України «Про інформацію» та Закон України «Про рекламу»;
- вимоги до структури видання, двомовності, типографії;
- вимога використання типографічного інструмента для створення графічних композицій;

- вимоги до друкованої та цифрової версій каталогу й підготовки його до друку;
- фахові дослідження у сфері графічного дизайну, типографіки, виставкових каталогів, модульних сіток і композиційної організації багатосторінкових видань;
- надані замовником плакатні матеріали професійних і студентських авторів із різних країн з текстовою інформацією щодо авторів та країн та інша текстова інформація що потребує розміщення у каталозі;
- вже розроблений логотип проєкту що дає напрямок продовження візуальної айдентики.

Апробація результатів роботи. Основні положення та результати бакалаврської роботи було апробовано шляхом участі у міжнародних конференціях [9; 10], що підтверджується дипломом, також розроблений каталог було впроваджено в діяльність міжнародної плакатної виставки та направлено до друку, що підтверджується затвердженням макетом каталогу та передачею у друк.

Структура та обсяг роботи: практична частина (дизайн каталогу), пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи, яка складається зі вступу, аналітичної-передпроектної частини, проєктної частини, висновків, списку використаних джерел та додатків та має обсяг 20 сторінок.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ КАТАЛОГУ ПЛАКАТНОЇ ВИСТАВКИ «CHORNOBYL 40»

1.1 Опис проєктної ситуації каталогів плакатних виставок

1.1.1 Проєктна ситуація і ринок каталогів плакатних виставок

У сучасному графічному дизайні виставкові каталоги виконують функцію системного представлення візуальної інформації, де ключову роль відіграють структура, ієрархія та логіка перегляду матеріалу. Каталог у виставковій практиці виступає не лише як документація, а і як окремий об'єкт графічного дизайну, що забезпечує збереження, інтерпретацію та подальше дослідження мистецького проєкту. Відсутність системного підходу до організації матеріалу ускладнює сприйняття великого масиву робіт та порушує цілісність видання [11; 12].

Проєктна ситуація сформована в межах міжнародного плакатного проєкту CHORNOBYL 40, присвяченого 40-річчю Чорнобильської катастрофи. Проєкт об'єднує понад 400 плакатів авторів із різних країн, що створює великий масив стилістично та композиційно різноманітного матеріалу. Варіативність кольорових рішень, композицій та візуальних підходів ускладнює процес верстки та потребує переходу від інтуїтивних рішень до системного підходу організації матеріалу [13].

На початковому етапі було створено тестові розвороти, однак після інтеграції реальних плакатів виявлено конфлікт між заданим ритмом і внутрішньою композицією робіт. У результаті виникало візуальне перевантаження, втрачалася ієрархія та порушувалась цілісність сприйняття. Подальші спроби ручного групування за кольором, тематикою та іншими ознаками також не забезпечили стабільної системи організації матеріалу.

У результаті було визначено основну **проектну проблему** – відсутність ефективної системи організації великого масиву візуально різноманітного плакатного матеріалу в межах єдиної структури каталогу. Це стало підставою для переходу до системно-аналітичної моделі проектування, у якій систематизація виступає основою композиційної організації видання.

1.1.2 Сегментування ринку каталогів плакатних виставок

Виставкові каталоги формують окремий сегмент продуктів візуальної комунікації, що поєднує функції документації, інтерпретації та представлення мистецького контенту. На відміну від інших друкованих видань, каталог виступає як система організації великого масиву візуального матеріалу, адаптована до специфіки проекту та обсягу інформації.

У межах сучасної практики можна виокремити документально-архівні, наративно-інтерпретаційні, візуально-експериментальні та digital-орієнтовані каталоги. Каталог CHORNOBYL 40 належить до комбінованого сегмента, оскільки поєднує функції документації та системного представлення плакатного матеріалу [14].

Особливістю даного сегмента є необхідність роботи з великою кількістю візуально різноманітних об'єктів, що ускладнює використання стандартних композиційних рішень. Додатковим фактором виступає міжнародний характер проекту, який поєднує різні візуальні мови та культурні контексти. У таких умовах дизайн каталогу виконує системоутворюючу функцію та визначає логіку групування, ієрархію й послідовність перегляду матеріалу [15].

1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку каталогів плакатних виставок

Конкурентне середовище у сегменті виставкових каталогів плакатних проєктів формується в межах спеціалізованого напрямку графічного дизайну, де використовуються різні підходи до організації візуального матеріалу. Основу конкурентного поля становлять каталоги міжнародних плакатних виставок, що виконують функції документації, презентації та збереження результатів проєктів [16].

У межах цього сегмента застосовуються різні принципи організації матеріалу: послідовне подання робіт, тематичне групування, модульні сітки та варіативні композиційні рішення. Водночас жоден із підходів не є універсальним для роботи з великим масивом плакатного матеріалу.

Конкурентне середовище також характеризується високим рівнем візуальної різноманітності, що зумовлено участю авторів із різних країн та професійних середовищ. Це створює потребу у формуванні системного підходу до організації матеріалу, здатного забезпечити цілісність сприйняття без втрати індивідуальності робіт.

1.2 Опис ринку споживачів каталогів плакатних виставок

1.2.1 Сегментування ринку споживачів каталогів плакатних виставок

Цільова аудиторія охоплює як юнаків та юнок віком 17–21 років, які є учасниками каталогу та/або навчаються у сфері дизайну, так і людей молодого 25-44 років, які є учасниками виставки та/або дизайнерами за професією [17].

Додаткова цільова аудиторія – відвідувачі виставки також куратори виставок, дослідники мистецтва та викладачі, для яких каталог виступає

джерелом аналізу сучасних підходів у плакатному дизайну. У цьому випадку каталог виконує функцію не лише документації, а й засобу інтерпретації та осмислення представлених робіт.

1.2.2 Опис потреб, яким задовільнятиме каталог плакатної виставки

З урахуванням принципів організації візуальної інформації та проєктування виставкових каталогів, описаних у професійних дослідженнях, розглянутий вище, ефективна система дизайну каталогу міжнародного плакатного проєкту CHORNOBYL 40 має задовольняти такі потреби :

- формування чіткої структури подання матеріалу через сталі композиційні принципи, які забезпечують логічну послідовність перегляду;
- створення умов для впорядкованого сприйняття великого масиву візуально різнорідних плакатів, що дозволяє уникнути перевантаження;
- побудову структурованої та узгодженої системи верстки, яка зберігає цілісність подання матеріалу при різній кількості елементів;
- забезпечення зрозумілої навігації у межах каталогу, що дозволяє швидко орієнтуватися у матеріалі та зчитувати логіку його організації;
- створення умов для виявлення візуальних закономірностей, стилістичних повторів та композиційних зв'язків між роботами;
- узагальнення великого обсягу даних через інфографічні елементи, що підвищують ефективність сприйняття інформації.

Таке трактування відповідає підходам, згідно з якими виставковий каталог розглядається як системно організований об'єкт графічного дизайну, де структура та принципи подання матеріалу визначають ефективність його сприйняття [16].

1.2.3 Складання збірного описового психологічного портрету представника цільової групи споживачів каталогів плакатних виставок

Психологія та мотивація. ЦА каталогу міжнародного плакатного проєкту CHORNOBYL 40 орієнтована на отримання візуально впорядкованої інформації та можливість її аналізу. Мотивацію формують внутрішні запити (професійний інтерес до графічного дизайну, розвиток візуального мислення) і зовнішні фактори (навчальні або дослідницькі задачі, робота з візуальним матеріалом). Такий профіль відповідає сучасній логіці визначення ЦА, де ключову роль відіграють цінність продукту та прагматичні мотиви [18].

Цінності та поведінкові характеристики. Для представників аудиторії характерна раціональна модель поведінки: сприйняття матеріалу відбувається через аналіз композиції, кольору та структури подання. Вони цінують впорядкованість, логіку побудови каталогу та можливість швидкого доступу до необхідної інформації, що відповідає класичним компонентам портрету ЦА [19].

Digital-звички та канали комунікації. ЦА споживає інформацію переважно у цифровому середовищі, віддаючи перевагу візуально структурованим форматам – каталогам у PDF, інфографіці, онлайн-публікаціям. Основні платформи – Behance, Instagram, Telegram, а також професійні та освітні онлайн-ресурси, що відповідає сучасним принципам сегментації ЦА за каналами зв'язку [20].

1.3 Збір та аналіз аналогічних дизайн-продуктів

Метою аналізу прямих та непрямих «аналогів» є дослідження структурних і формальних підходів, що застосовуються у сучасних дизайнах виставкових каталогів та споріднених друкованих видань. Аналіз охоплює композиційні принципи, модульні сітки, кольорові рішення, типографічні підходи та логіку організації розворотів з метою формування вимог до

створення каталогу міжнародного плакатного проєкту CHORNOBYL 40. Дослідження проводиться виключно в межах графічного дизайну [21].

Підбір аналогів здійснювався відповідно до мети проєктування та потреб цільової аудиторії, для якої важливими є структурованість подання, зручність сприйняття великого масиву плакатного матеріалу та можливість його візуального аналізу. Тому основними критеріями відбору стали принципи систематизації матеріалу, композиційна організація, модульні сітки, ритм, типографіка та щільність верстки [22].

Для структурування дослідження застосовано класифікацію на прямі та непрямі «аналоги». Прямі «аналоги» відображають актуальні підходи до організації виставкових каталогів плакатних проєктів, а непрямі дозволяють дослідити альтернативні композиційні, модульні та графічні рішення, що можуть бути адаптовані у межах проєкту [21].

Прямі «аналоги» (плакатні каталоги):

- «Zero Corruption & 4th Block» (Україна 2020) (Рис. В.1);
- «Salón Internacional San Mateo» (Колумбія 2023) (Рис. В.2);
- «International Student Poster Confrontations» (Польща 2025) (Рис. В.3);
- «Third edition Poster Quadrennial Bardejov» (Польща, 2025) (Рис. В.4);
- «Modern Eco-Poster, the 4th Block» (Україна 2012) (Рис. В.5).

Непрямі «аналоги» – це приклади візуальних рішень з інших сфер, які можуть бути тематично не пов’язані з проєктом, але демонструють релевантні графічні принципи, стилі та композиційні підходи. У межах цього дослідження аналіз зосереджується саме на формальних графічних рішеннях (композиція розворотів, типографіка, модульні сітки, кольорові схеми, тощо), а не на типі видання. Непрямі «аналоги» використовуються для розширення дизайнерського контексту та пошуку нестандартних рішень, що можуть бути адаптовані для дизайну каталогу міжнародного плакатного проєкту CHONROBYL 40 [21].

Непрямі «аналоги» (фотокниги, художні каталоги, журнали, інфографічні видання, тощо):

- каталог меблів Nook (Рис. В.6);
- плакат-інфографіка на тему Чорнобиля (Рис. В.7).

Ці «аналоги» були обрані через використання нестандартних модульних систем, інфографічних рішень та ритмічної організації матеріалу [21].

Критерії аналізу «аналогів». Для формування концепції дизайн-пропозиції каталогу міжнародного плакатного проєкту CHORNOBYL 40 було сформульовано систему критеріїв відповідно до мети проєкту, та за якими здійснювався аналіз прямих і непрямих «аналогів». Запропоновані критерії:

- структурованість подання
- композиційна організація розвороту
- ієрархія інформації
- сіткова система (модульність)
- типографічне рішення
- щільність та економність розміщення
- робота з масштабом плакатів
- динаміка подання
- відповідність трендам [22].

1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних каталогів плакатних виставок

Примітка. Оцінювання візуальних «аналогів» у даній роботі не охоплює параметри брендової комунікації, емоційного тону, взаємодії з аудиторією, маркетингової стратегії, позиціонування чи сприйняття продукту користувачами. Зазначені аспекти належать до сфери маркетингу та комунікацій і виходять за межі поставлених завдань.

Усі висновки та порівняльні оцінки здійснюються виключно в рамках графічного дизайну, на основі формальних і морфологічних характеристик

дизайну каталогу: композиційної організації розворотів, принципів систематизації матеріалу, модульної сітки, щільності розміщення, типографічних рішень, кольорового середовища, роботи з масштабом та динаміки подання [22].

Поведінкові, емоційно-комунікаційні, культурологічні, соціологічні та маркетингові чинники не розглядаються, оскільки дослідження має суто дизайнерський фаховий характер і спрямоване на аналіз формально-графічних рішень [24].

Проведений порівняльний аналіз даних оцінювання показав, що найнижчі середні показники в «аналогах» отримали критерії модульності, композиційної організації розворотів, щільності розміщення та ієрархії інформації (див. Таблицю 1.1). Це свідчить про те, що саме організація великого масиву плакатного матеріалу є найбільш проблемним аспектом у сучасних виставкових каталогах. Водночас найвищі оцінки отримали типографічні рішення та відповідність сучасним тенденціям графічного дизайну, що підтверджує важливість цілісної типографічної системи та актуальної візуальної мови. Отримані результати визначили основні напрями проєктування каталогу CHORNOBYL 40, де особлива увага зосереджується на побудові стабільної модульної структури, контролі щільності верстки, формуванні чіткої ієрархії та підтриманні цілісного ритму видання.

Таблиця 1.1

Зведена таблиця результатів аналізу прямих «аналогів» дизайн-рішень
каталогів плакатних виставок

"Аналог" №	Назва "аналогу"	Критерії аналізу «аналогів»								
		Структурованість подання, $\bar{x}$ *	Композиційна організація розвороту, $\bar{x}$	Ієрархія інформації, $\bar{x}$	Сіткова система (модульність), $\bar{x}$	Типографічне рішення, $\bar{x}$	Щільність та економія розміщення, $\bar{x}$	Робота з масштабом, $\bar{x}$	Динаміка подавання, $\bar{x}$	Відповідність трендам, $\bar{x}$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Zero Corruption & 4th Block»	5	5	6	5	6	4	7	6	6
2	Salón Internacional San Mateo	4	2	2	2	1	2	2	1	1
3	International Student Poster Confrontations	5	4	4	4	6	4	4	3	6
4	Third edition Poster Quadrennial Bardejov	5	5	5	6	7	7	5	6	6
5	Modern Eco-Poster, the 4th Block	6	6	6	5	5	6	6	6	6
6	Каталог меблів Nook	5	5	4	3	5	3	6	6	7
7	Плакат-інфографіка на тему Чорнобиля	6	6	6	5	5	7	6	6	6

* $\bar{x}$ - це середнє
(average)

Опитування з оцінювання каталогу (фокус-групове дослідження) проводиться в межах дипломного проєкту з графічного дизайну та спрямоване на дослідження ефективності візуальних рішень і дизайнерських підходів у контексті розробки плакатного каталогу (Рис. В.8). Метою опитування є отримання експертної оцінки представлених візуальних матеріалів за визначеними критеріями з подальшим використанням результатів в аналітичній частині дипломної роботи та формуванням обґрунтованих проєктних рішень. Фокус-група сформована зі студентів та фахівців у сфері графічного дизайну, які мають базові або поглиблені знання з айдентики, типографіки та візуальної комунікації, а також досвід аналізу або розробки графічних рішень, що забезпечує більш об'єктивне та репрезентативне оцінювання результатів. Оцінювання здійснюється за 7-бальною шкалою, де 1 – мінімальний рівень відповідності критерію, 7 – максимальний. У опитуванні взяли участь 8 осіб.

У межах дослідження було зібрано референси виставкових каталогів міжнародних плакатних проєктів та виявлено різні підходи до організації великого масиву візуально різноманітного матеріалу. У сучасних каталогах простежується використання модульних систем, варіативних композиційних рішень, змінного ритму розворотів та поєднання різних форматів подання плакатів у межах одного видання.

Для більшості каталогів характерним є чергування акцентних розворотів з окремими роботами та щільних композицій із великою кількістю плакатів. Подібний підхід дозволяє формувати керовану динаміку перегляду та уникати монотонності структури. Також простежується використання стриманих графічних систем, у яких допоміжні елементи не конкурують із плакатним матеріалом. Для цього застосовуються монохромні рішення, великі поля, мінімалістична типографіка та обмежена кількість додаткових графічних акцентів.

У частині досліджених каталогів було виявлено використання двомовної структури, великих типографічних композицій, патернів, фотографій із

виставкового простору та текстур паперу в цифрових PDF-версіях каталогів, що дозволяє створювати ефект фізичного видання та підтримувати цілісність візуального образу проєкту.

Окремо було зафіксовано використання систематизації матеріалу за географічним принципом, де плакати групуються відповідно до країн або регіонів авторів. Подібний підхід не є поширеним у сучасній практиці, однак дозволяє структурувати великий міжнародний матеріал та підкреслювати географію проєкту.

У межах дослідження також було встановлено, що модульна сітка у сучасних каталогах використовується не лише як інструмент вирівнювання, а як система керування щільністю, масштабом та ієрархією візуального матеріалу. Це дозволяє адаптувати структуру розворотів до різного характеру плакатів та підтримувати цілісність видання при високому рівні візуальної неоднорідності.

1.3.2 Обґрунтування стратегії позиціонування каталогу плакатної виставки «CHORNOBYL 40»

Стратегія поширення продукту базується на поєднанні офлайн- та онлайн-каналів. Основним середовищем є виставковий простір, де каталог виступає як супровідний матеріал до експозиції. У цифровому форматі каталог поширюється через професійні платформи, онлайн-публікації та соціальні мережі, що забезпечує доступ до ширшої аудиторії дизайнерів і дослідників. Додатковими каналами є освітні установи, професійні спільноти та тематичні події, де каталог використовується як матеріал для аналізу та дослідження. Такий підхід забезпечує охоплення основних сегментів аудиторії та підтримує довготривалу присутність проєкту у професійному середовищі.

Висновки до розділу 1

- Проаналізовано особливості сучасних виставкових каталогів плакатних проєктів у межах графічного дизайну.
- Виявлено проблеми організації великого масиву візуально різноманітного плакатного матеріалу.
- Встановлено, що відсутність системної структури ускладнює навігацію та цілісне сприйняття каталогу.
- Досліджено сучасні підходи до модульної організації, типографіки та ритму багатосторінкових видань.
- Визначено основні принципи організації плакатних каталогів: модульність, ієрархія, контроль щільності та структурованість подання.
- Проаналізовано прямі та непрямі аналоги міжнародних плакатних каталогів.
- Встановлено доцільність використання модульних сіток і стриманої графічної системи для роботи з великим обсягом матеріалу.
- Виявлено ефективність поєднання друкованого та цифрового форматів поширення каталогу.
- Визначено потребу у створенні системного підходу до групування плакатного матеріалу за візуальними ознаками.

РОЗДІЛ 2

ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ

2.1 Опис ідеї і формулювання концепції каталогу плакатної виставки «CHORNOBYL 40»

Каталог міжнародного плакатного проєкту «CHORNOBYL 40» розробляється як система організації великого масиву плакатного матеріалу, у якій дизайн виконує структурну та комунікаційну функцію. Видання об'єднує понад 400 плакатів авторів із різних країн, тому основним завданням стало створення цілісної структури подання візуально різнорідних робіт без втрати їхньої індивідуальності [21] (Рис. Г.1).

Каталог продовжує виставковий простір у друкованому та цифровому форматі та фіксує міжнародний характер проєкту, що реалізується у форматі виставок в Україні, Польщі, Австрії та Німеччині [25] (Рис. Г.2). Видання не дублює виставку буквально, а трансформує її у формат послідовного перегляду, де користувач взаємодіє з матеріалом через ритм розворотів, систему групування та композиційну структуру.

Концепція каталогу базується на авторській системі організації плакатного матеріалу за візуальними домінантами з формуванням цілісного ритму видання через послідовні кольорові переходи між розворотами (Рис. Г.3). Первинним критерієм групування став колір, оскільки саме кольорова пляма першою зчитується при сприйнятті розвороту та формує його цілісність. Додатково враховуються тематика, символіка, стиль і композиційна узгодженість робіт, що дозволяє уникнути хаотичного поєднання плакатів на сторінці [26].

На основі аналізу корпусу плакатів «CHORNOBYL 40», що включав ~413 робіт відібраних кураторами проєкту, автором було сформовано систему з семи критеріїв класифікації: тематика, стиль, кольорова гама, домінуючий

колір, символ, візуальний прийом та країна автора. Для оптимізації роботи з таким великим масивом матеріалу всі плакати були попередньо зведені до мінімального розміру менше 1 МБ для одночасного перегляду й аналізу в межах єдиного поля. На основі тривалого візуального аналізу корпусу автором було сформовано перелік категорій та принципів класифікації, після чого створено спеціалізований промпт для AI-аналізу. За допомогою Claude кожна робота отримала набір тегів відповідно до визначених критеріїв, що дозволило автоматизувати процес систематизації та суттєво скоротити час обробки матеріалу. Усі результати аналізу, система тегів і відповідність категорій перевірялися та коригувалися автором у процесі роботи, тому AI у цьому випадку використовувався виключно як інструмент економії часу та автоматизації обробки великого масиву даних. У результаті було сформовано аналітичну таблицю (Табл. 2), що стала основою для створення інфографічного блоку, який візуалізує повторювані патерни, тематичні розподіли та статистику проєкту [26, 9].

Таблиця 2.1

Результати аналізу корпусу плакатів міжнародного проєкту «CHORNOBYL 40»

Критерій	Категорія	Кількість
1	2	3
Тематика	пам'ять	131
	попередження	67
	людина і трагедія	66
	наслідки	51
	сучасна інтерпретація	41
	катастрофа	33
	абстрактна метафора	13
Стиль	ілюстративний	111
	типографічний	106
	гібрид	66
	графічна метафора	47
	фотореалізм	47
	абстрактний	23

1	2	3
Колірна гама	обмежена палітра	158
	чб	85
	насичена	80
	монохром	79
Переважаючий колір	жовтий	127
	відсутній (чб/нейтр.)	106
	інший	69
	червоний	56
	зелений	44
Символ	відсутній	122
	людина	92
	природа	71
	радіація (трилисник)	62
	архітектура ЧАЕС	41
	протигаз	14
Візуальний прийом	метафора	179
	колаж	54
	контраст	44
	повтор	36
	редукція	32
	деформація	29
	ритм	16
	шум	12

Композиційна структура каталогу побудована на модульних сітках 1x1, 2x2, 3x3 та 4x4 (Рис. Г.4). Формат 1x1 використовується для акцентного представлення візуально сильних або композиційно складних робіт. Сітка 2x2 забезпечує баланс між щільністю та читабельністю й виступає основною структурною моделлю каталогу. Формат 3x3 застосовується переважно для серійних робіт і триптихів, де важливо зберегти зв'язок між плакатами. Сітка 4x4 використовується для щільного представлення великих масивів робіт та створення ефекту масштабності й архівності.

Графічна концепція каталогу базується на принципі підпорядкування дизайну плакатному матеріалу та побудові цілісної системи сприйняття великого масиву робіт. Основою візуального рішення є стримана графічна

система, у якій ритм формується через кольорові переходи між розворотами, зміну щільності матеріалу та варіативність модульних сіток. Основні сторінки не містять активного декоративного оформлення, щоб зберегти домінування плакатного матеріалу, тоді як чорно-біла графічна основа з оранжевими акцентами, шумовими текстурами та типографічними композиціями використовується переважно у вступних і розділових блоках.

Типографічні композиції підтримують айдентику проєкту через використання ефектів піксельного шуму, руйнування та розпаду тексту, що асоціюються з темою техногенної катастрофи та інформаційного розпаду. Додатково у вступних блоках використовуються фотографії виставок, які підсилюють документальний характер проєкту та пов'язують каталог із реальним експозиційним середовищем (Рис. Г.5).

У цифровій PDF-версії використовується текстура паперу та імітація тіні у зоні корінця для створення ефекту фізичного видання [27]. Це рішення дозволяє наблизити цифровий перегляд до взаємодії з друкованим об'єктом і адаптувати структуру каталогу до сприйняття на ноутбуках та мобільних пристроях (Рис. Г.6).

Таким чином, концепція каталогу «CHORNOBYL 40» базується не на декоративності, а на створенні системи організації великого масиву плакатного матеріалу. Поєднання модульної структури, кольорової логіки, систематизації та контрольованого ритму дозволяє сформувати цілісне видання, у якому дизайн підтримує зміст і забезпечує кероване сприйняття проєкту.

2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням

Ескізування каталогу «CHORNOBYL 40» розпочалося з пошуку композиційної моделі, здатної поєднати велику кількість різнорідних плакатів у межах одного видання. На першому етапі було створено тестові розвороти з

умовними чорними прямокутниками, які імітували місце майбутніх плакатів. Такий підхід дозволив перевірити ритм сторінок, співвідношення масштабів і щільність розміщення матеріалу без впливу конкретних зображень.

Перші ескізи мали підвищену композиційну динаміку: використовувалися активна асиметрія, зміщення модулів та різна щільність композиції. Після інтеграції реальних плакатів стало зрозуміло, що динамічна верстка конфліктує з візуально насиченим плакатним матеріалом і створює ефект хаотичності (Рис. Г.7). У результаті ритм було перенесено з рівня окремого розвороту на рівень усього каталогу через зміну кольорових домінант, щільності та типів сіток. Наступним етапом стало ескізування системи модульних шаблонів. Було визначено чотири базові типи організації плакатів: 1x1, 2x2, 3x3 та 4x4. Також тестувались комбіновані розвороти, у яких один акцентний плакат поєднувався з групою менших робіт. Це дозволило сформувати внутрішню ієрархію без втрати стабільності композиції.

Окремо опрацьовувалась система кольорових переходів між розворотами. Спочатку було протестовано групування лише за кольором, однак через стилістичну різноманітність плакатів цього виявилось недостатньо. Тому до кольорової логіки було додано тематику, символіку, стиль і композиційну сумісність робіт.

Під час ескізування також формувалась структура інфографічного блоку, що базується на аналізі плакатного масиву. Інфографіка пояснює повторювані теми, кольорові закономірності, символи та географію учасників і виступає частиною системи навігації каталогу (Рис. Г.8).

Для вступних і розділових сторінок було створено типографічні ескізи з використанням ефектів піксельного шуму та деформації тексту, що підтримують айдентику проекту. (Рис. Г.9).

У результаті ескізування було сформовано систему, у якій кожен тип розвороту має власну функцію, а всі композиційні рішення підпорядковані

загальній логіці перегляду. Остаточна дизайн-пропозиція базується на поєднанні систематизації, модульної структури, стриманої графічної мови та ритмічної організації каталогу.

У процесі проектування здійснювалось тестування різних принципів організації плакатного матеріалу, типів модульних сіток та рівня композиційної динаміки розворотів. Перевірка концепції проводилась шляхом інтеграції реального плакатного матеріалу у тестові макети та подальшого аналізу цілісності сприйняття, щільності верстки, ритму перегляду й навігації у межах каталогу.

Особлива увага приділялась перевірці взаємодії між візуально насиченими плакатами у межах одного розвороту. У результаті тестування було встановлено, що надмірно динамічна композиція створює візуальний конфлікт із плакатним матеріалом та ускладнює сприйняття структури каталогу. Це стало підставою для переходу до більш стабільної модульної системи з перенесенням ритму на рівень послідовності розворотів через кольорові переходи, зміну щільності та чергування типів сіток.

Також тестувалась ефективність перегляду цифрової PDF-версії на різних типах пристроїв. Було враховано сценарії швидкого пролистування та детального перегляду каталогу на ноутбуках і мобільних пристроях, що вплинуло на вибір щільності композиції, масштабів плакатів і загальної структури навігації.

Висновки до розділу 2

- Визначено концепцію каталогу як системи організації великого масиву плакатного матеріалу.
- Розроблено авторський метод групування плакатів за кольором, тематикою, символікою та композиційною узгодженістю.

- Встановлено, що кольорова домінанта є одним із ключових чинників цілісного сприйняття розвороту.
- Сформовано систему ритмічної організації каталогу через послідовні кольорові переходи між розворотами.
- Виявлено недоцільність надмірно динамічної верстки при роботі з візуально насиченим плакатним матеріалом.
- Обґрунтовано використання модульних сіток 1×1, 2×2, 3×3 та 4×4 для контролю щільності та ієрархії матеріалу.
- Розроблено стриману графічну систему, що не конкурує з плакатами та підтримує їх сприйняття.
- Сформовано типографічну систему каталогу та принципи організації вступних і розділових сторінок.
- Проведено тестування структури каталогу при швидкому та детальному перегляді.
- Розроблено інфографічний блок на основі аналізу понад 400 плакатів міжнародного проєкту «CHORNOBYL 40».

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення проєкту

Конструктивно-пластичне рішення каталогу визначається модульною побудовою сторінок та стабільною системою розворотів. Пластика каталогу формується через співвідношення площин, масштабів, відступів і ритму плакатних блоків, а не через декоративні елементи.

Після інтеграції реального плакатного матеріалу до тестових композицій було виявлено, що активна динаміка макета конфліктує з візуальною насиченістю самих плакатів і створює ефект хаотичності. У результаті внутрішню динаміку розворотів було обмежено, а ритм перенесено на рівень усього каталогу через послідовність кольорових та композиційних переходів між блоками (Рис. Г.3).

Важливою складовою композиційної системи є ритм між розворотами. Каталог побудований за принципом плавних кольорових переходів, де кожен наступний розворот частково підтримує кольорову домінанту попереднього. Це дозволяє уникнути різких композиційних конфліктів між сторінками та створює безперервність перегляду (Рис. Г.3).

Основою конструктивної системи стала модульна сітка 1x1, 2x2, 3x3 та 4x4, що забезпечує контроль щільності матеріалу та стабільність структури. Вибір типу сітки визначається роллю матеріалу в загальній структурі каталогу: акцентні роботи подаються у збільшеному масштабі, тоді як менш домінантні інтегруються у щільні модульні блоки. Такий підхід дозволяє керувати увагою читача та формувати ієрархію без додаткових графічних засобів (Рис. Г.10).

Окрему роль у формуванні структури каталогу відіграла система ручного групування плакатного матеріалу. Плакати сортувались за кольоровими, тематичними, символічними та композиційними

характеристиками, після чого з окремих груп формувались сторінки, розвороти та їхня загальна послідовність у межах видання. Такий підхід дозволив уникнути хаотичного поєднання візуально несумісних робіт і сформувати цілісний ритм каталогу, у якому сусідні розвороти пов'язані між собою через кольорові та композиційні переходи.

Під час тестування структури порівнювались варіанти хаотичного та системного групування плакатів, перевірялась читабельність розворотів при швидкому пролистуванні та детальному перегляді, а також аналізувалась взаємодія кольорових домінант між сусідніми сторінками.

Графічне рішення каталогу базується на стриманій чорно-білій системі з використанням оранжевого кольору як акцентного елемента. Допоміжна графіка, навігація та типографічні композиції формують нейтральне середовище для сприйняття плакатів. У візуальній системі також використовуються шумові текстури та градієнтні переходи, пов'язані з айденікою виставкового проєкту.

Типографічна система каталогу побудована на контрасті між масштабними заголовками та компактним службовим текстом. Для основного тексту використовується гарнітура Fixel Display Light, тоді як допоміжна інформація та службові елементи виконані Fixel Display ExtraLight. У вступних і розділових блоках застосовуються графічні деформації, шум, пікселізація та ефекти розпаду тексту, що підтримують айденіку проєкту та асоціюються з темою техногенної катастрофи. Основні сторінки з плакатами залишаються максимально стриманими, щоб не створювати конкуренції між графічною системою каталогу та самими роботами.

Важливою частиною структури каталогу є інфографічний блок, сформований на основі аналізу корпусу плакатів. Він дозволяє візуалізувати повторювані патерни, тематичні розподіли та географію учасників, а також формує попередню структуру сприйняття перед переглядом основного корпусу плакатів (Рис. Г.7).

3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення

Формат каталогу визначався з урахуванням технічних можливостей друку та необхідності забезпечення читабельності великого масиву плакатного матеріалу. Формат сторінки становить 160x220 мм, що дозволяє зберегти баланс між компактністю видання та достатнім розміром плакатів для перегляду деталей композиції (Рис. Г.11).

Система полів побудована таким чином, щоб концентрувати композиційну масу ближче до центру розвороту. Верхнє та внутрішнє поля становлять 8 мм, нижнє - 14 мм, зовнішнє - 16 мм. Відстань між плакатами є фіксованою та становить 2 мм, що забезпечує візуальну стабільність і контрольовану щільність матеріалу (Рис. Г.12).

Каталог передбачає існування друкованої та цифрової версій. Друкована версія містить скорочений корпус робіт через обмеження обсягу та вартості друку, тоді як PDF-версія включає повний масив плакатів.

Під час проєктування цифрової версії каталогу враховувались особливості перегляду на ноутбуках і мобільних пристроях. Значна частина аудиторії взаємодіятиме з проєктом саме через PDF-версію, тому структура сторінок адаптовувалась під швидке пролистування та послідовне сприйняття. Для цього використовуються масштабні заголовки, чітка модульна структура, нумерація сторінок і стабільна система навігації. Додатково у PDF-версії застосовується текстура паперу та градієнтна тінь у зоні корінця, що створюють ефект фізичного видання та підсилюють відчуття взаємодії з друкованим об'єктом (Рис. Г.6).

У каталозі використовується шрифт Fixel, який підтримує кирилицю та латиницю і забезпечує побудову чіткої типографічної ієрархії без використання додаткових гарнітур. Типографіка виконує структурну функцію та організовує навігацію, підписи й службову інформацію. Технологічне

забезпечення також передбачає роботу з двомовним текстом, оскільки проєкт має міжнародний характер. Українська та англійська мови інтегруються у структуру каталогу через стабільні текстові стилі, контроль кеглю, інтерліньяжу та відступів між мовними блоками.

3.3 Додрукарська підготовка макетів

Підготовка каталогу до друку здійснюється відповідно до вимог типографії та особливостей поліграфічного виробництва. Усі макети створюються у програмному середовищі Adobe InDesign із використанням модульної системи сторінок, майстер-сторінок та стилів, що забезпечує стабільність структури видання (Рис. Г.13).

Файли плакатів проходять попередню перевірку якості, корекцію кольору та адаптацію до єдиного формату подання. Через різну якість вихідних матеріалів особлива увага приділяється контролю роздільної здатності, контрасту та кольорового профілю. Для друку використовується колірна модель CMYK, а всі шрифти переводяться у криві або вбудовуються у PDF-файл. Під час додрукарської підготовки також перевіряється коректність обрізних полів, внутрішніх відступів, скріплення блоку та безпечних зон для тексту. Окрема увага приділяється зоні корінця, щоб важливі елементи не втрачалися у місцях згину розвороту.

Через великий обсяг матеріалу значна увага приділялась організації та технічній підготовці файлів. Плакати були отримані від різних членів журі та містили дублікати, тому на початковому етапі було проведено ручне очищення масиву та формування окремих категорій професійних і студентських робіт. Частина вихідних файлів мала надмірно великий розмір, тому всі відібрані плакати були оптимізовані до робочого формату за допомогою Adobe Photoshop, Adobe Lightroom та Mass Image Compressor без критичної втрати

якості зображень. Також здійснювалась перевірка назв файлів, усунення дублікатів і приведення структури даних до єдиного формату (Рис. Г.14).

У процесі аналізу понад 400 плакатів було сформовано систему критеріїв групування, що включала тематику, стиль, кольорову гаму, домінуючий колір, символ, візуальний прийом та країну автора. Після попередньої підготовки файлів за допомогою AI-інструментів, зокрема Claude, для кожної роботи було автоматично сформовано систему тегів відповідно до визначених категорій. Використання AI мало допоміжний характер і застосовувалось виключно для оптимізації роботи з великим масивом даних. Усі категорії, система тегування та результати аналізу контролювались і перевірялись автором вручну. На основі отриманих даних була сформована загальна аналітична таблиця, яка спочатку створювалась у Microsoft Excel, а надалі використовувалась для побудови інфографічного блоку каталогу у Adobe Photoshop (див. Табл. 2.1)

Окремо проводилась робота з текстовими даними учасників. За допомогою Microsoft Excel та системи формул формувались списки авторів, статистика країн та дані для автоматизації масового створення сертифікатів учасників (Рис. Г.15). У процесі проєктування також використовувались фотографії з особистого архіву чорнобильської катастрофи професора Олега Векленка - куратора та засновника проєкту. Архівні матеріали були інтегровані в дизайн обкладинки, сертифікатів та окремих вступних композицій каталогу, що дозволило підсилити документальний характер видання та його зв'язок із реальним історичним контекстом (Рис. Г.16, Рис. Г.18, Рис. Г.20).

Окремо готується цифрова PDF-версія, адаптована для перегляду на різних типах екранів. Електронна версія оптимізується за розміром файлу та зручністю перегляду, що дозволяє поширювати каталог онлайн без суттєвої втрати якості зображень (Рис. Г.19).

Висновки до розділу 3

- Реалізовано конструктивно-пластичну систему каталогу на основі модульної верстки та контрольованого ритму розворотів.
- Визначено оптимальні параметри формату, полів та щільності розміщення плакатного матеріалу.
- Розроблено друковану та цифрову PDF-версії каталогу з адаптацією під різні сценарії перегляду.
- Проведено технічну оптимізацію великого масиву плакатних файлів без критичної втрати якості.
- Здійснено ручне очищення, сортування та структурування понад 400 плакатів.
- Використано AI-інструменти для автоматизації системи тегування та аналізу плакатного матеріалу.
- Встановлено роль авторського контролю під час перевірки та коригування результатів AI-аналізу.
- Реалізовано систему роботи з даними учасників та автоматизацію сертифікатів за допомогою Microsoft Excel.
- Розроблено інфографіку на основі аналітичної таблиці та статистичних даних проєкту.
- Проведено додрукарську підготовку макетів відповідно до вимог поліграфічного виробництва.
- Інтегровано архівні фотографії з особистого архіву професора Олега Векленка для підсилення документального характеру видання.

ВИСНОВКИ

- У результаті дослідження розроблено дизайн каталогу міжнародного плакатного проєкту «CHORNOBYL 40».
- Встановлено доцільність системного підходу до організації великого масиву плакатного матеріалу.
- Доведено ефективність групування плакатів за візуальними домінантами для формування цілісного ритму видання.
- Сформовано авторський метод систематизації плакатів на основі кольору, символіки, тематики та композиційної сумісності.
- Визначено роль модульної сітки у контролі щільності, масштабу та ієрархії матеріалу.
- Підтверджено ефективність стриманої графічної системи при роботі з візуально насиченим плакатним матеріалом.
- Розроблено систему кольорових переходів між розворотами для забезпечення послідовного сприйняття каталогу.
- Встановлено можливість використання AI-інструментів як засобу автоматизації аналізу великого масиву візуальних даних.
- Розроблено інфографічний блок для візуалізації статистичних та аналітичних даних проєкту.
- Реалізовано друковану та цифрову версії каталогу з адаптацією до сучасних способів перегляду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Glover M. What Are Exhibition Catalogues for? // Hyperallergic. 2020. 16 May. URL: hyperallergic.com/what-are-exhibition-catalogues-for/ (дата звернення: 07.05.2026);
2. 4th Block. Міжнародна плакатна кампанія - 40-річчя Чорнобильської трагедії «Ядерний шрам: минуле · теперішнє · майбутнє» [Електронний ресурс] // Facebook. 2025. 30 лист. URL: facebook.com/the4thblock/posts/pfbid0hzHTJe2tmuAmyyRkBNvSmyGaKHxcwo7aCpr15KTFyxZbh7fyq4n3Laf5epQ4M93pl (дата звернення: 07.05.2026);
3. Hughes P. Exhibition Design. 2nd ed. London : Laurence King Publishing, 2015. P. 76;
4. Berger S. The design and evaluation of exhibition catalogs. Rbml. 1992. Vol. 7, no. 1. P. 77. URL: doi.org/10.5860/RBML.7.1.77 (date of access: 21.04.2026);
5. Rolo E., Nunes M. The Exhibition Catalogue as an Editorial Design Object // Human Systems Engineering and Design (IHSED 2021): Future Trends and Applications. 2021. DOI: doi.org/10.54941/ahfe1001148 (дата звернення: 22.04.2026);
6. GRIDS: Interactive Layout Design with Integer Programming / N. R. Dayama et al. // CHI '20: Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. New York, NY, USA, 2020. DOI: doi.org/10.1145/3313831.3376553 (дата звернення: 21.04.2026);
7. Ware C. Information visualization: perception for design. Elsevier Science & Technology Books, 2004. URL: researchgate.net/publication/224285723_Information_Visualization_Perception_for_Design_Second_Edition (date of access: 21.04.2026);
8. Xin Z. Analysis of the Design Methodology “Grid System” // Learning & Education. 2020. Vol. 9, Issue 4. P. 167;

9. Кошова В. М. Систематизація як основа композиційної організації плакатного матеріалу у дизайні каталогу виставки // Науковий простір: актуальні питання, досягнення та інновації : матеріали XI Міжнар. наук. конф., м. Дніпро, 08 трав. 2026 р. Дніпро, 2026. DOI: doi.org/10.62731/mcnd-08.05.2026 (дата звернення: 08.05.2026);
10. Кошова В. М. Метод систематизації та композиційної організації плакатного матеріалу у дизайні виставкового каталогу // Науковий простір: актуальні питання, досягнення та інновації : матеріали XI Міжнар. наук. конф., м. Дніпро, 08 трав. 2026 р. Дніпро, 2026. DOI: doi.org/10.62731/mcnd-08.05.2026 (дата звернення: 08.05.2026);
11. Shobukonla K. H. Investigating Art Exhibition Catalogue Design as a Creative Expression in Itself: Case of “Dry Bones Shall Rise Again” Catalogue // African Journal of Information Science, Fine Arts and Speech Studies. 2025. Vol. 2, No. 1. URL: journals.co.za/doi/full/10.31920/2753-3166/2025/v2n1a4 (дата звернення: 05.05.2026);
12. Dahl E. Space, Grids, and Layouts [Електронний ресурс] // Design Systems. URL: www.designsystems.com/space-grids-and-layouts/ (дата звернення: 06.05.2026);
13. 4th Block. Post of April 26, the day of remembrance of the victims of the Chernobyl disaster... [Електронний ресурс] // Facebook. 2026. 26 квіт. URL: facebook.com/the4thblock/posts/pfbid02FqgYpy8V5MueQZn6udUYKSLy5pc6bRWWcHii5Hjsx7Lv2ka947qcvv3xNUGcLXKrl (дата звернення: 28.04.2026);
14. Why Exhibition Catalogues? [Електронний ресурс] // University of Toronto Libraries Research Guides. URL: guides.library.utoronto.ca/c.php?g=251039&p=5168228 (дата звернення: 05.05.2026);
15. Gordon K. Visual Hierarchy in UX: Definition [Електронний ресурс] // Nielsen Norman Group. 2021. 17 Jan. URL: www.nngroup.com/articles/visual-hierarchy-ux-definition (дата звернення: 05.05.2026);

16. Grandal Montero G. Art Documentation: Exhibition Catalogues and Beyond // Handbook of Art and Design Librarianship. 2nd ed. London : Facet Publishing, 2016. URL: ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/15415/1/Art%20documentation%20exhibition%20catalogues%20and%20beyond%20draft.pdf (дата звернення: 06.05.2026);
17. ІМІ. Лексеми для коректного висвітлення в медіа різних вікових груп [Електронний ресурс] // ІМІ. URL: imi.org.ua/advice/leksemy-dlya-korektnogo-vysvitlennya-v-media-riznyh-vikovyh-grup-i33168 (дата звернення: 02.05.2026);
18. Юрко Є. Портрет клієнта: як знайти свою аудиторію [Електронний ресурс] // eDilo. 2025. 19 серп. URL: edilo.com.ua/blog/portret-kliyenta-yak-znajty-svoyu-audytoriyu/ (дата звернення: 02.05.2026);
19. Портрет клієнта та опис цільової аудиторії [Електронний ресурс] // SlideShare. URL: www.slideshare.net/slideshow/pdf-253626525/253626525 (дата звернення: 02.05.2026);
20. Marchenko Marketing. Цільова аудиторія: від А до Я – опис, портрет та приклади [Електронний ресурс] // Marchenko Marketing. URL: hmarchenko.marketing/cilova-auditoriya-vid-a-do-ya-opis-portret-ta-priklad-cilovoi-auditorii/ (дата звернення: 02.05.2026);
21. What is Design Thinking? [Електронний ресурс] // Interaction Design Foundation (IxDF). URL: ixdf.org/literature/topics/design-thinking (дата звернення: 02.05.2026);
22. Kuba R., Jeong A. Demystifying Visual Design: A Sequential Analysis of Visual Design Processes in Infographic Visual Composition // Journal of Visual Literacy. 2023. DOI: doi.org/10.1080/1051144X.2023.2168394 (дата звернення: 03.05.2026);
23. Adobe Express. Design Trends for 2026 [Електронний ресурс] // Adobe Express. 2025. 12 Dec. URL: www.adobe.com/express/learn/blog/design-trends-2026 (дата звернення: 02.05.2026);

24. Verbal identity [Электронный ресурс] // Wikipedia. URL: en.wikipedia.org/wiki/Verbal_identity (дата звернения: 07.05.2026);
25. Int. Poster Triennale „4th Block“: Nuclear Scar: Gestern – Heute – Morgen [Электронный ресурс] // Kulturvermittlung Steiermark. 2026. URL: kulturvermittlung.org/veranstaltungen/int-poster-triennale-4th-block/ (дата звернения: 07.05.2026);
26. Cajar A., Laubrock J. Color needs luminance for visual selection during scene search. *Attention, Perception, & Psychophysics*. 2026. Vol. 88, no. 3. URL: <https://doi.org/10.3758/s13414-026-03226-7> (дата звернения: 21.04.2026).
27. Catalog [Электронный ресурс] // Encyclopedia.com. 2018. URL: www.encyclopedia.com/literature-and-arts/journalism-and-publishing/libraries-books-and-printing/catalog (дата звернения: 07.05.2026).

ДОДАТКИ

Бриф

Додаток А

БРИФ НА ВЕРСТКУ КАТАЛОГУ CHORNOBYL 40

23.04.2026

Даний опросний лист допоможе більш чітко зрозуміти ваші побажання до майбутнього дизайну каталогу.

Клієнт	Бекленко О.А.
Дата	22.04.2026
Телефон	+3809907561667
e-mail	veklenko@gmail.com
Виконавець	Копова В.М.

БЛОК	ПИТАННЯ	ВІДПОВІДЬ КЛІЄНТА
1. Загальна інформація	Назва проєкту / виставки	CHORNOBYL 40
	Тип продукту (каталог, його функція)	Виставковий каталог
	Короткий опис виставки	40-річчя від дня Чорнобильської трагедії, виставка проходить фізично у декілька фаз у Львові та Харкові
	Організатор / куратор	4 th Block, Бекленко О.А.
2. Формат реалізації	Формати використання (друк / PDF / обидва)	обидва
3. Цільова аудиторія	Конкретні групи (професійна / освітня / широка)	Професійна (графічні дизайнери)
4. Контент	Обсяг матеріалу (кількість робіт)	~400 плакатів що треба розмістити
	Тип контенту (плакати, тексти, статті, інфографіка)	Плакати + текст з автором та країною автора під кожним плакатом.
	Хто надає матеріали	Я, Бекленко О.А.

	Стан матеріалів (якість, формат, односторонність)	Усі файли різних розмірів
	Чи потрібні попередня обробка (очистка, уніфікація)	Деякі треба затемнити і усі стиснути
5. Структура каталогу	Обов'язкові блоки	Вступ, інформація про жорі, основна частина з плакатами, інфографіка, статті, додаток зі списком учасників, обложка
	Логіка групування робіт (тема / стиль / автор / інше)	На вибір Виконавця
	Чи потрібна систематизація для навігації	Так
6. Дані про роботи	Яка інформація супроводжує кожен роботу (автор, назва роботи, країна тощо)	Автор та країна
	Чи потрібні QR-коди або додаткові посилання	У книзі у партнерів та/або жорі
7. Візуальна концепція	Яке відчуття має формувати каталог	Стриманість, відчуття професіоналізму
	Принцип: дизайн підсилює контент чи є самостійним	Акцент на змісті а не дизайні
	Рівень експериментальності	Мінімальний
8. Айденітика	Чи використовується існуючий бренд	Так, але в фейсбуці публікується з зоготомом оголошення
	Чи потрібно створювати нові елементи	Так, використовуючи типографічний інструмент наданий замовником
9. Типографіка	Читабельність у друці та цифровому форматі	Мінімальний шрифт 7px
	Кількість шрифтів	Один, Fixed
	Чи є двомовність	Так, українська
	Формат видання	160-220 мм

10. Технічні параметри	Кількість сторінок (орієнтовно)	Неважливо, проте різні два каталоги (в повному обсязі сторінок для веб та скорочений для друку)
	Тип друку	Уточнення в процесі
	Вимоги типографії	Офсет 5мм з кожної сторони
	Колірність	RGB (уточнення)
11. Обмеження	Бюджет	Уточнення зі спонсором
	Дедлайн	Необмежено, визначається у процесі діалогу з Клієнтом
12. Процес роботи	Етапи погодження	Угодиження модульної сітки, способу групування плакатів, подальші проміжні етапи
	Формат передачі файлів	PDF, далі уточнення з типографією

Виконавець

Копова В.М.

Клієнт

Бекленко О.А.

23.04.2026

Айдентика – система візуальних елементів, що забезпечує впізнаваність і цілісність графічної комунікації проєкту.

Актуальність – обґрунтування важливості поставленого завдання та його відповідності сучасному контексту.

«Аналог» – об'єкт із подібними властивостями чи функціями, що використовується для порівняння.

Апробація – публічне представлення та фіксація результатів дослідження у професійній або науковій спільноті.

Візуальна гармонія – узгодженість графічних елементів, що формує цілісне сприйняття композиції.

Візуальна домінанта – елемент композиції, який привертає основну увагу та визначає характер сприйняття.

Візуальна ієрархія – система підпорядкування елементів за ступенем їх значущості.

Візуальна комунікація – передача інформації та змісту за допомогою графічних засобів.

Виставковий каталог – багатосторінкове видання, що документує, систематизує та презентує матеріали виставкового проєкту.

Графічна концепція – система візуальних принципів і дизайнерських рішень, що формує цілісність проєкту.

Графічний дизайн – професійна діяльність, спрямована на створення візуальних комунікаційних продуктів.

Дизайн – професійна діяльність, що включає дослідження, роботу зі змістом та створення рішень для потреб користувачів.

Дизайн-1 – результат дизайнерського проєктування, створений для виконання визначених функцій і потреб.

Дизайн-пропозиція – це сформоване дизайнерське рішення, яке пропонується для реалізації конкретного проєкту відповідно до поставленої мети, задач і вимог.

Документальність – властивість дизайну або видання фіксувати та зберігати інформацію про подію чи проєкт.

Двомовність видання – використання двох мов у структурі каталогу для міжнародної комунікації.

Ієрархія інформації – порядок організації інформаційних елементів відповідно до їх значущості.

Інфографіка – спосіб візуального представлення інформації та даних за допомогою графічних елементів.

Каталог плакатної виставки – виставковий каталог, основним контентом якого є плакатний матеріал.

Кольорове рішення – система кольорових параметрів, що формує стилістику та візуальну єдність проєкту.

Композиційна організація – система розміщення елементів дизайну, що забезпечує логіку та ритм сприйняття.

Композиційна структура – взаємозв'язок графічних елементів у межах сторінки або розвороту.

Композиційні критерії – система оцінювання композиції за показниками цілісності, пропорційності та організації простору.

Контент – текстове та візуальне наповнення видання.

Концепція – ідея, зафіксована в логічно визначеній формі.

Метод – засіб досягнення поставленої мети.

Методологія – система принципів і методів, спрямованих на досягнення наукової або практичної мети.

Мета – ідеалізований образ бажаного кінцевого результату.

Міжнародний плакатний проєкт – виставковий проєкт, що об'єднує авторів із різних країн.

Місія проєкту – основна ідея та суспільне призначення проєкту, що визначає його зміст і напрям розвитку.

Модульна сітка – система поділу сторінки на модулі для впорядкування елементів верстки.

Монохромна графічна система – система оформлення, побудована на використанні одного кольору та його відтінків.

Навігація каталогу – система орієнтації користувача у структурі видання.

Плакатний матеріал – сукупність плакатів, що формують основний візуальний контент каталогу.

Позиціонування – визначення характеру сприйняття продукту або проєкту в професійному середовищі.

Потреба – мотив або нестаток, що стимулює поведінку користувача.

Потреби цільової аудиторії – очікування, мотивації та поведінкові запити користувачів.

Ритм видання – закономірне чергування елементів композиції, що формує динаміку перегляду.

Сегментування – поділ аудиторії або ринку на групи за визначеними характеристиками.

Систематизація – процес упорядкування матеріалу за визначеними критеріями.

Структуризація – організація інформації у логічну та впорядковану систему.

Типографіка – система роботи зі шрифтами у графічному дизайні.

Типографічна композиція – композиція, побудована переважно засобами шрифтового оформлення.

Фокус-група – вибірка представників цільової аудиторії для тестування дизайнерських рішень.

Формотворення – процес створення візуальної форми графічного об'єкта.

Функція – призначення або користь об'єкта дизайну.

Функції графічного дизайну – образна виразність, композиційна цілісність, організація простору та візуальна комунікація.

Цифрова версія каталогу – електронний формат видання, адаптований для цифрового перегляду.

Цільова аудиторія – група користувачів, для яких створюється дизайн-продукт.

Щільність верстки – ступінь насиченості сторінки текстовими та графічними елементами.



Рис. В.1 – Прямий «аналог» «Zero Corruption & 4th Block» (Україна 2020)

URL: [the4thblock.org/wp-](https://the4thblock.org/wp-content/uploads/2020/06/Zero_curoption_posters_catalogue_web.pdf)[content/uploads/2020/06/Zero_curoption_posters_catalogue_web.pdf](https://the4thblock.org/wp-content/uploads/2020/06/Zero_curoption_posters_catalogue_web.pdf)

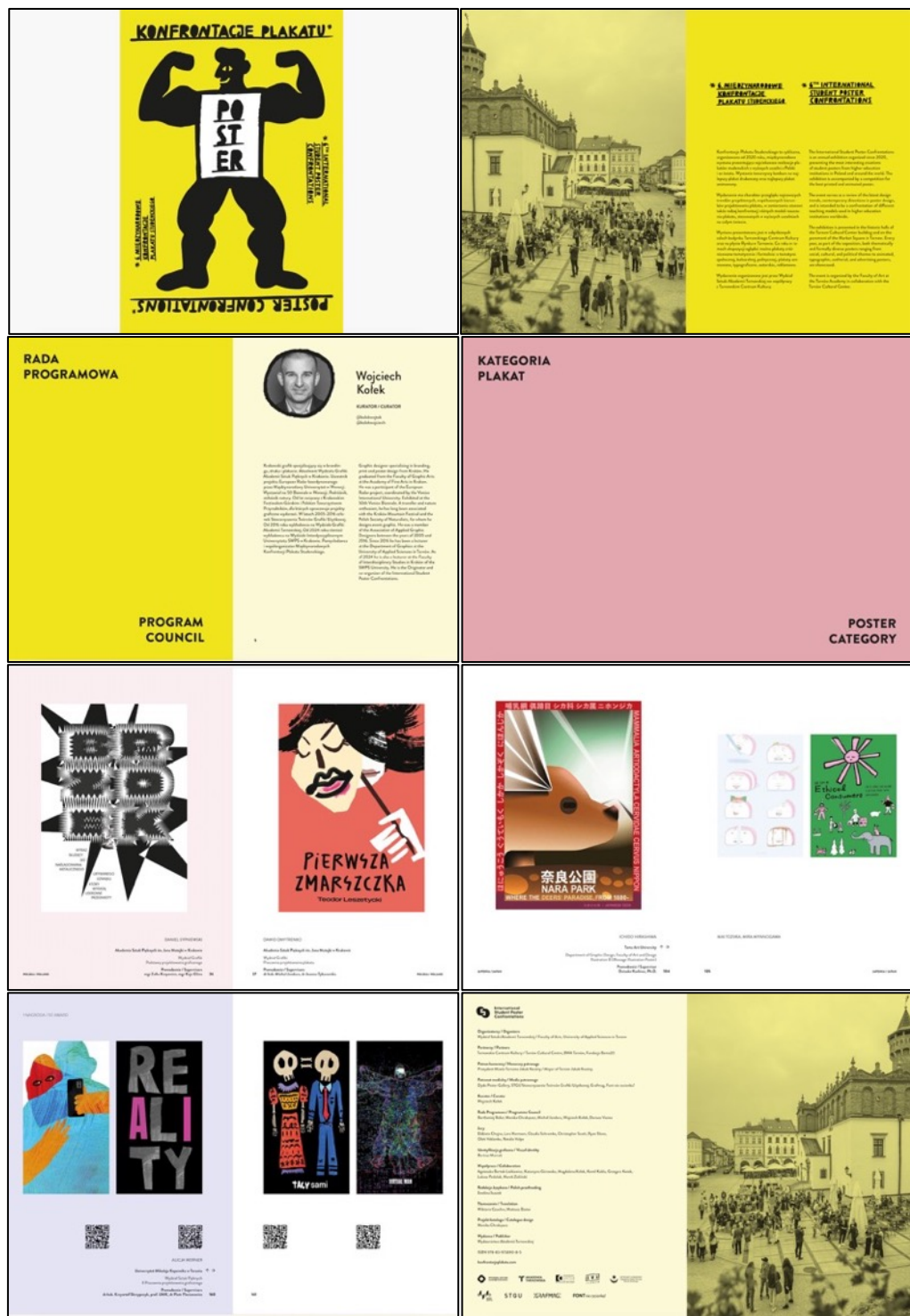


Рис. В.3 – Прямий «аналог» «International Student Poster Confrontations»
(Польща 2025)

URL: drive.google.com/file/d/19n20y5kWHdWHFHGpHpP3IP8DJ4e0fyro/view?usp=drive_link

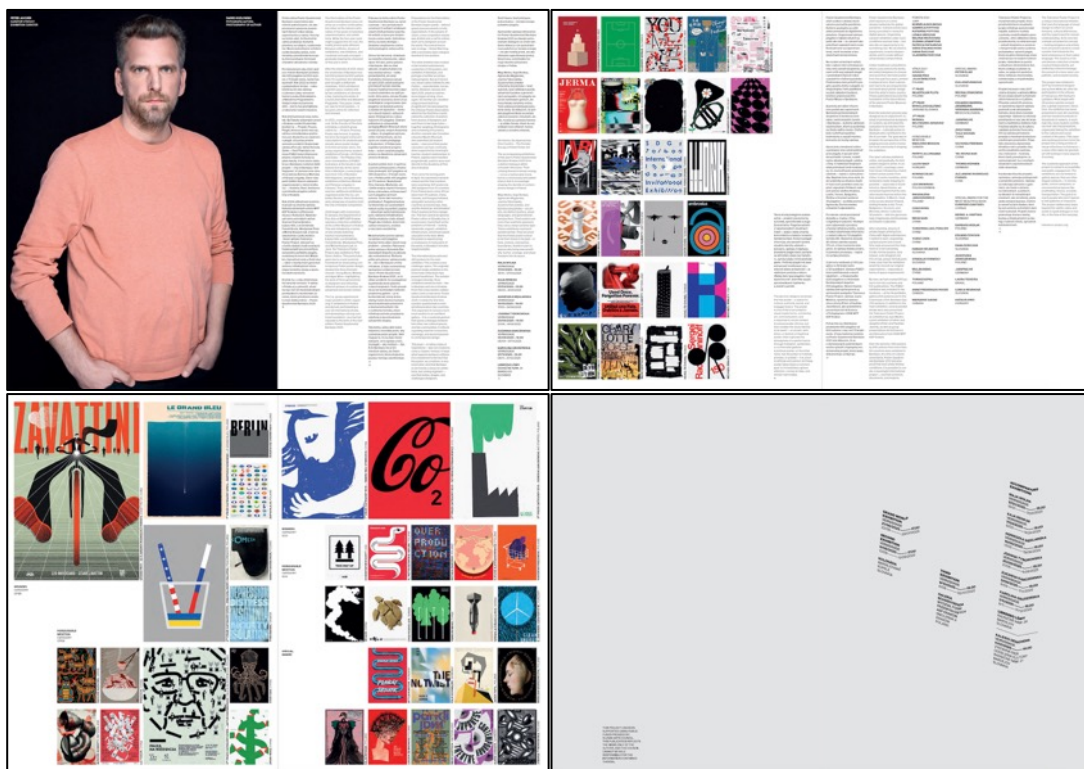


Рис. В.4 – Прямий «аналог» «Third edition Poster Quadrennial Bardejov»
(Польща, 2025)

URL:

drive.google.com/file/d/15qCQtpEkoKLgcWGUaBQEVGBT7pQGvzOe/view?usp=drive_link

Кошова Фокус група (Ответы) ☆ ☰ ☁
 Файл Правка Вид Вставка Формат Данные Инструменты Gemini Расширения Справка

Меню 100% 123 Roboto 10 B I A

Обобщить данные

1	Отметка времени	Ваш рівень підготовки у сфері графічного дизайну	У яких напрямках графічного дизайну ви м...	Чи маєте ви досвід аналізу або розробки з...	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz	Kz
2	24.04.2026 0:12:56	студент профільної спеціальності	верстка та/чи поліграфічний дизайн, типограф	так, навчальний	5	5	7	4	7	5	7	6	6	4	2			
3	25.04.2026 18:31:52	студент профільної спеціальності	верстка та/чи поліграфічний дизайн, типограф	так, навчальний	4	6	7	7	5	3	4	7	5	7	2			
4	01.05.2026 15:59:50	студент профільної спеціальності	верстка та/чи поліграфічний дизайн, типограф	так, навчальний	4	4	4	5	7	3	7	5	6	2	2			
5	02.05.2026 16:04:10	маю базові знання	ілюстрація	ні	6	7	5	5	7	5	7	7	7	4	3			
6	02.05.2026 19:08:13	студент профільної спеціальності	верстка та/чи поліграфічний дизайн, типограф	так, практичний	5	6	6	5	6	5	7	7	7	3	2			
7	06.05.2026 16:23:19	викладач / практикуючий фахівець	верстка та/чи поліграфічний дизайн, типограф	так, практичний	7	7	7	6	7	5	6	5	6	3	2			
8	06.05.2026 19:29:37	студент профільної спеціальності	верстка та/чи поліграфічний дизайн, типограф	так, практичний	4	5	7	5	7	4	7	7	6	2	2			
9	06.05.2026 22:50:55	студент профільної спеціальності	верстка та/чи поліграфічний дизайн, типограф	так, навчальний	4	3	4	3	5	3	7	6	6	3	3			
10																		
11																		
12																		
13																		
14																		
15																		
16																		
17																		
18																		
19																		
20																		
21																		
22																		
23																		
24																		
25																		
26																		
27																		
28																		
29																		
30																		

Проналізувати ці дані

срнч 4,875 5,375 5,875 5 6,375 4,125 6,5 6,25 6,125 3,5 2,25

Структ Композ Ієрархі Сіткове Типогр Цілініс Робота Динамі Відпові Структ Композ Іє

Ответы на форму (1)

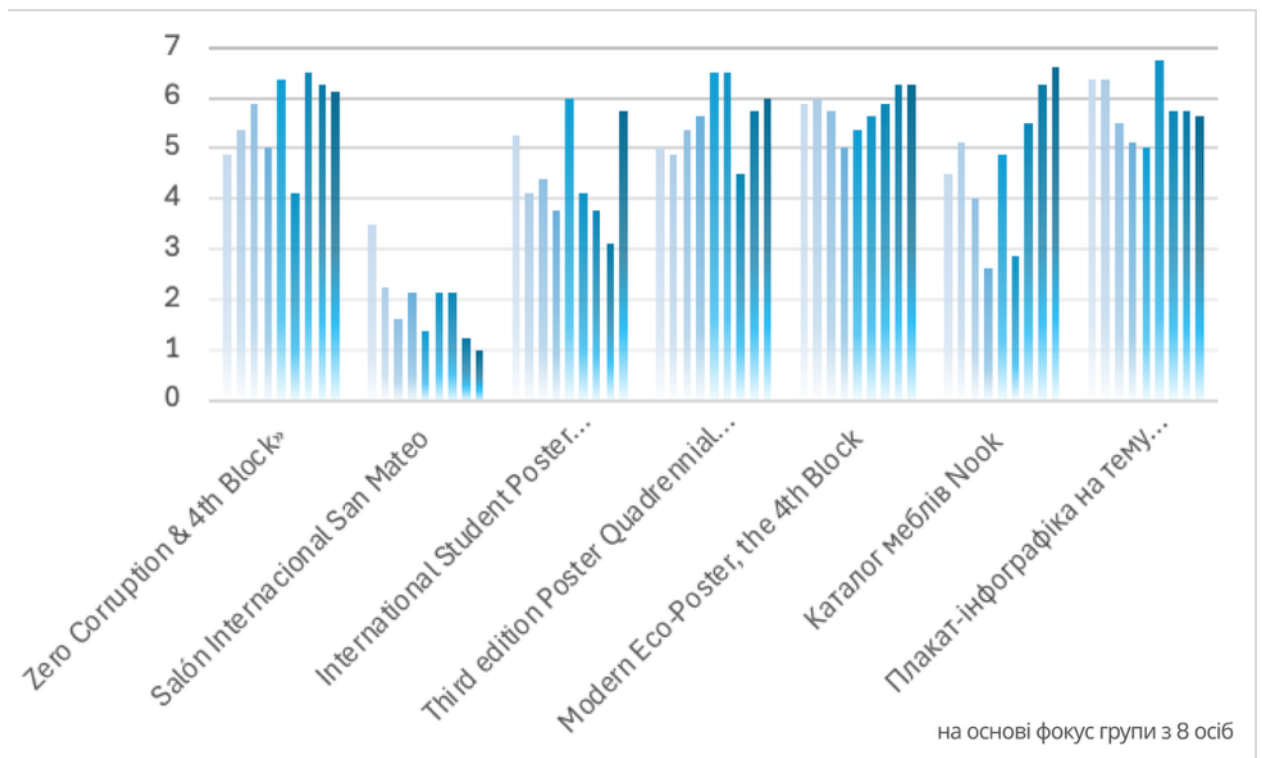


Рис. В.8 – Проведення аналізу фокус групою у форматі опитування за допомогою сервісу Google Forms

URL: forms.gle/tHKmKH9kz5Ek3Umt8



Рис. Г.1 – Вхідні дані (масив плакатів учасників з категорії профі)

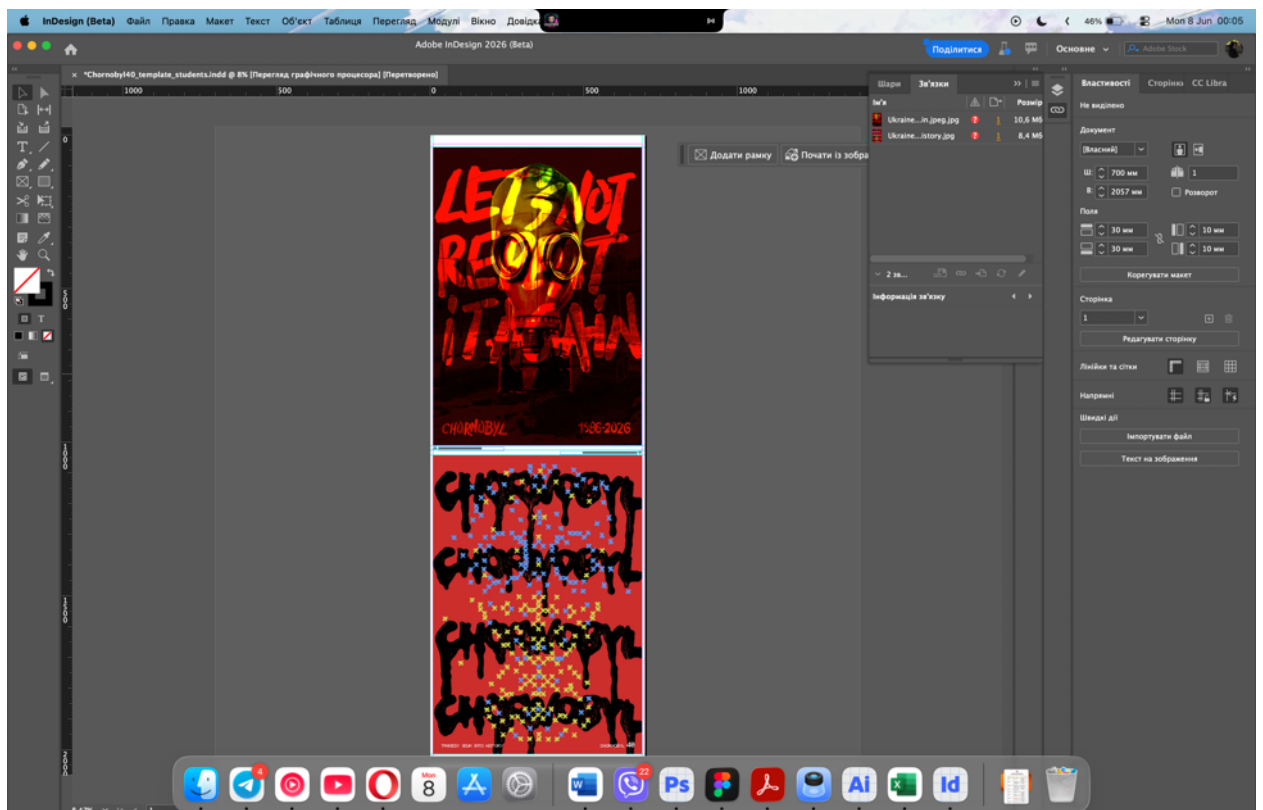


Рис. Г.2 – Макети до друку для виставок

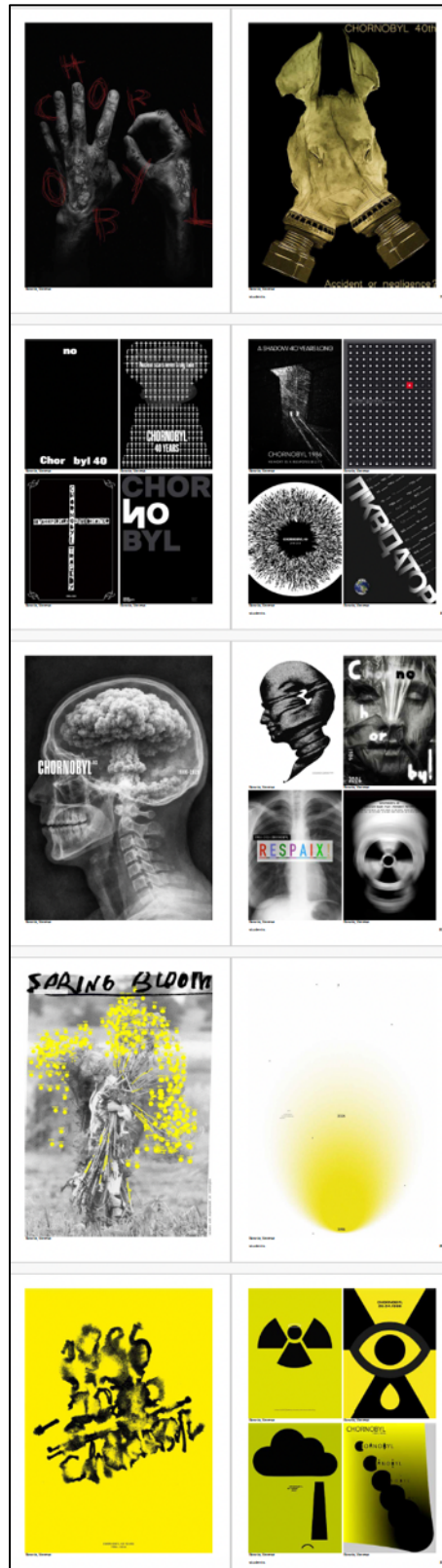


Рис. Г.3 – Послідовні кольорові переходи між розворотами



Рис. Г.4 – Використані модульні сітки

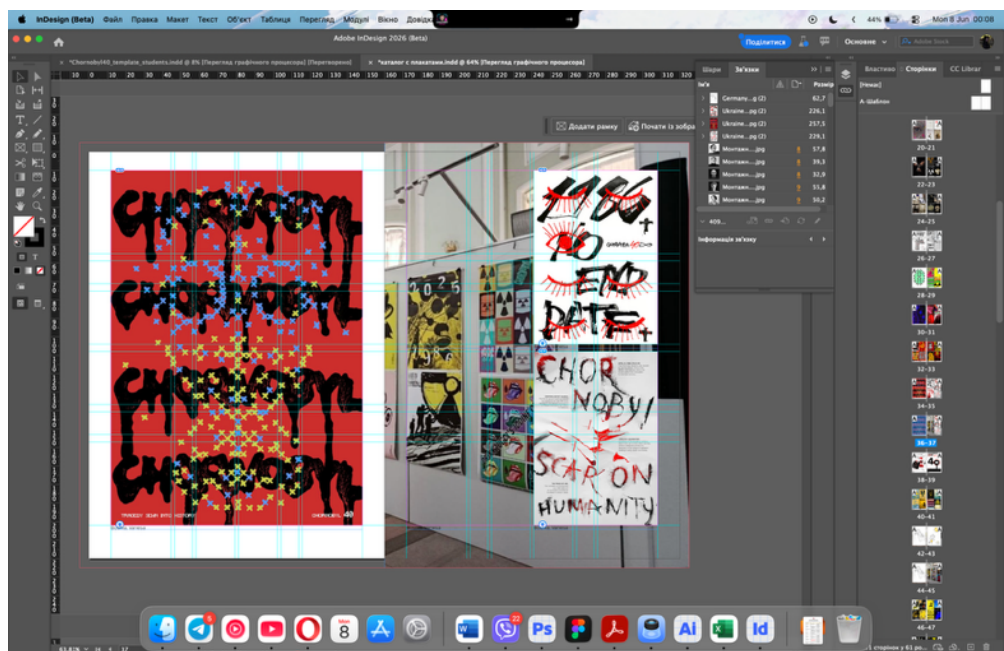


Рис. Г.5 – Розворот каталогу з використанням фото виставки на фоні розвороту

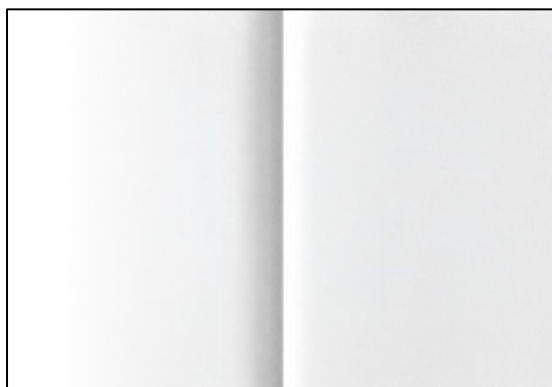


Рис. Г.6 – Імітування фізичного формату з застосуванням текстури та тіні

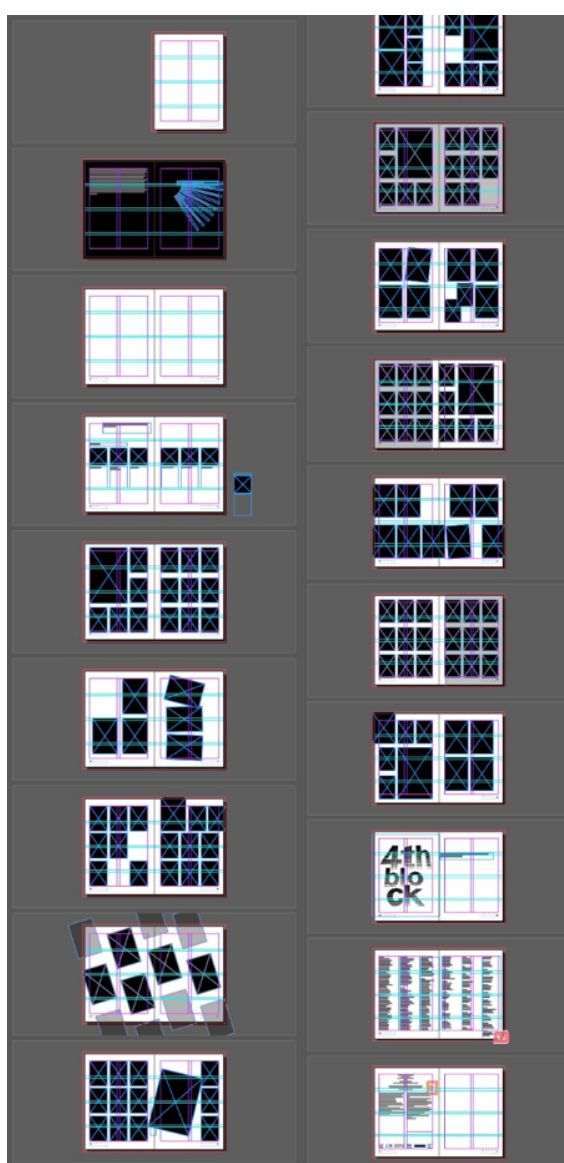


Рис. Г.7 – Тестування першої концепції ритмічної композиції

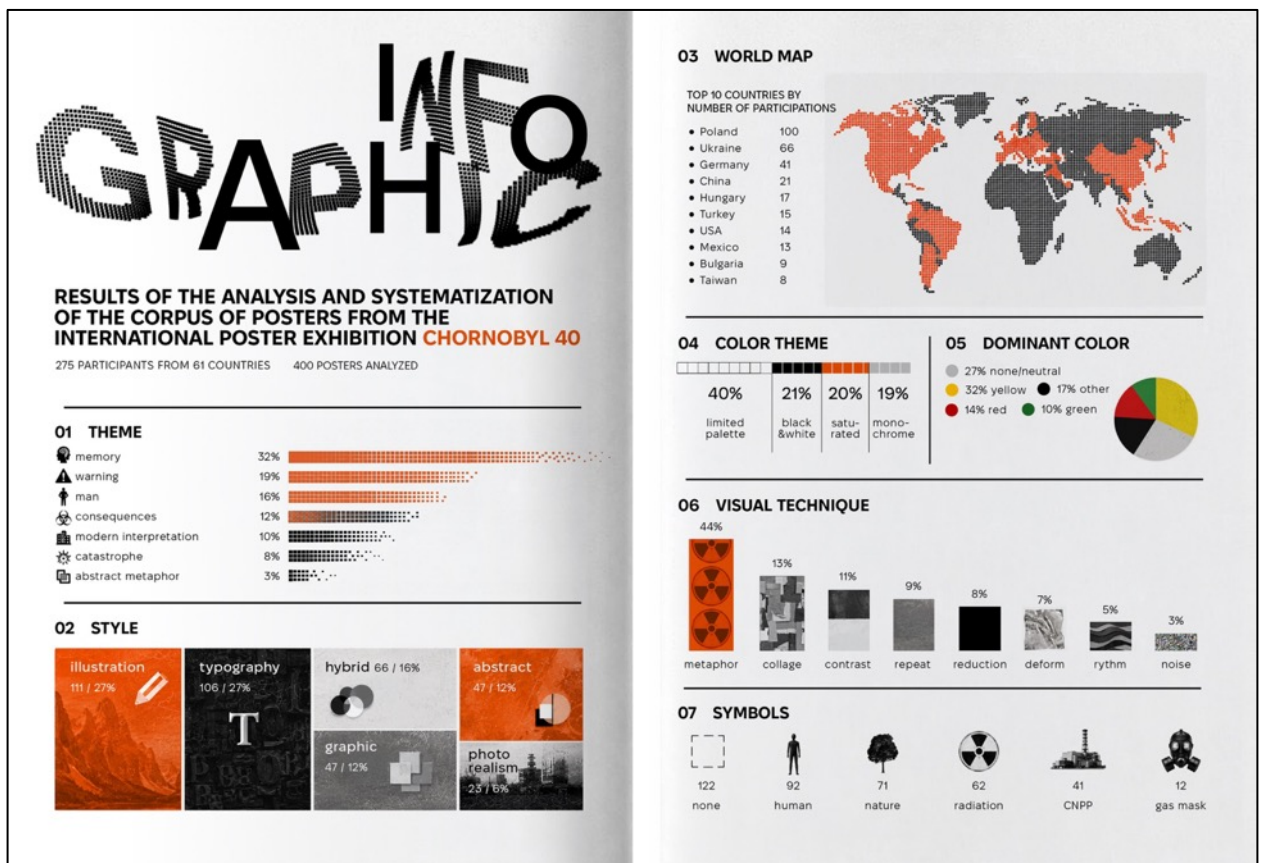


Рис. Г.8 – Інфографічний блок



Рис. Г.9 – Використання програми для деформації типографіки з метою створення типографічних композицій для використання у дизайні каталогу

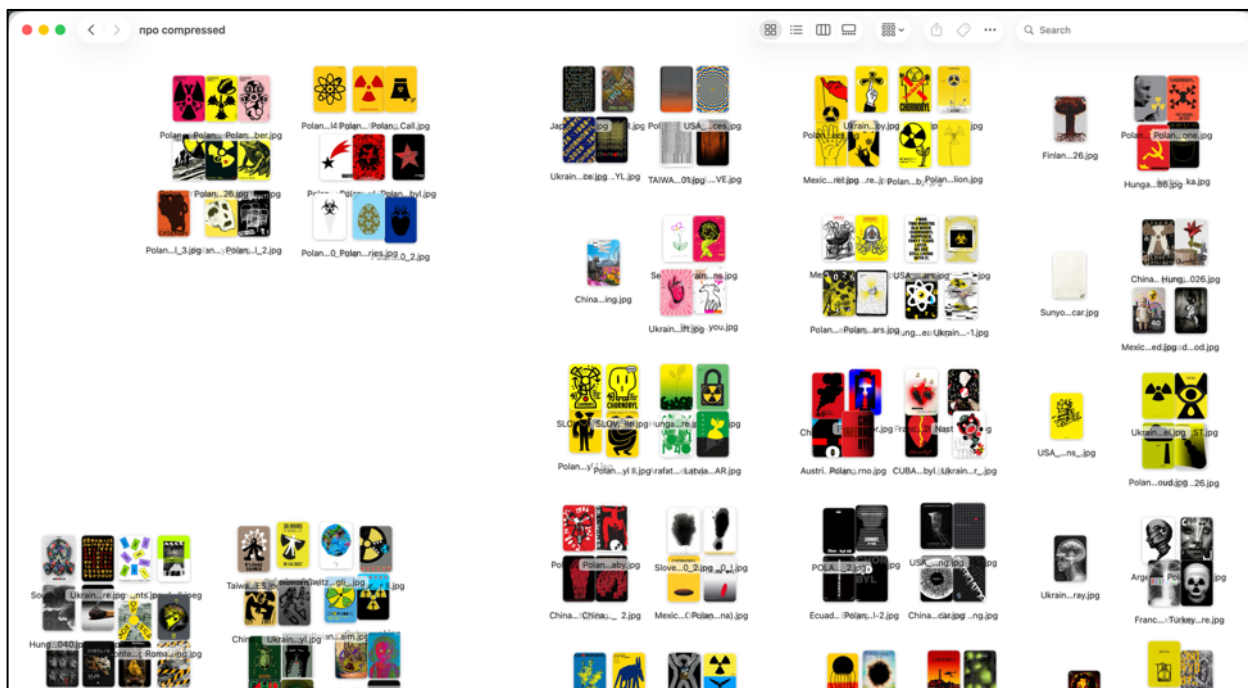


Рис. Г.10 – Попереднє групування плакатів у Finder на прикладі масиву плакатів учасників з категорії профі

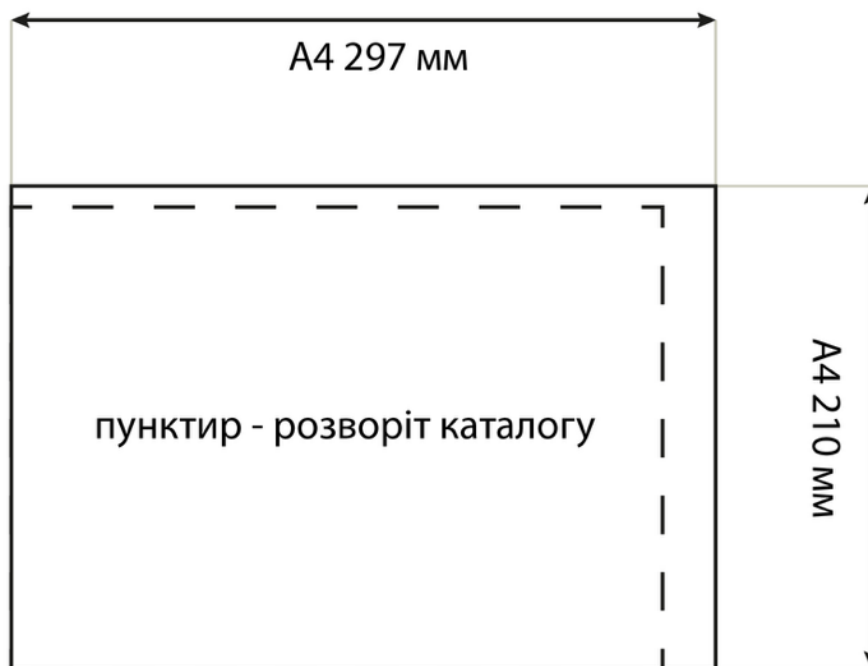


Рис. Г.11 – Відношення формату каталогу до А4

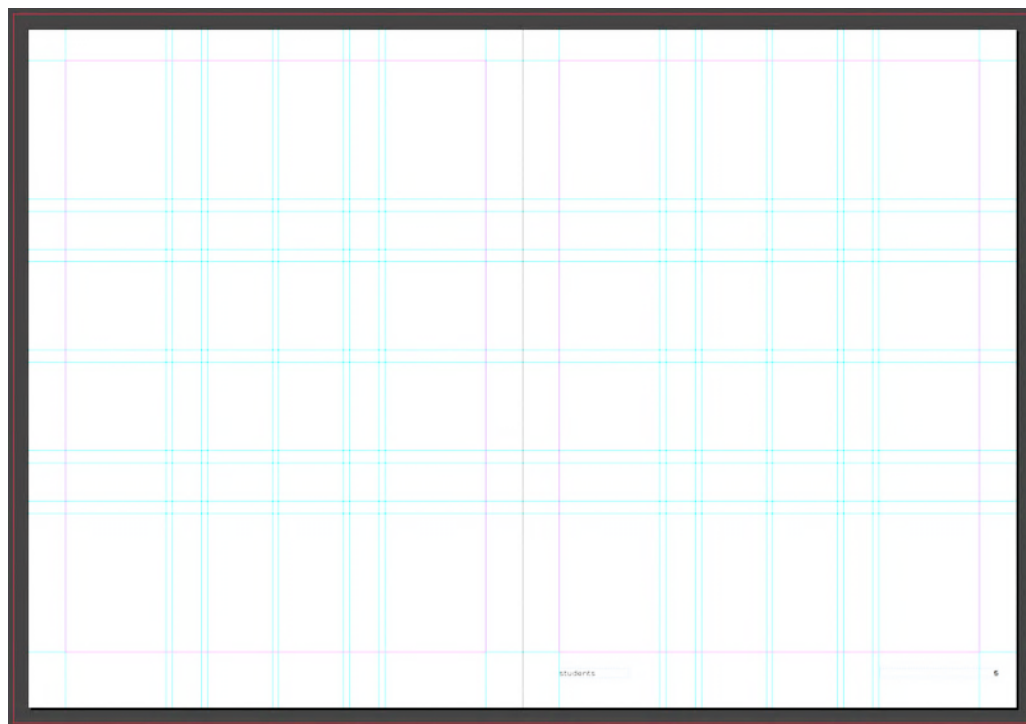


Рис. Г.12 – Поля та сітки макету

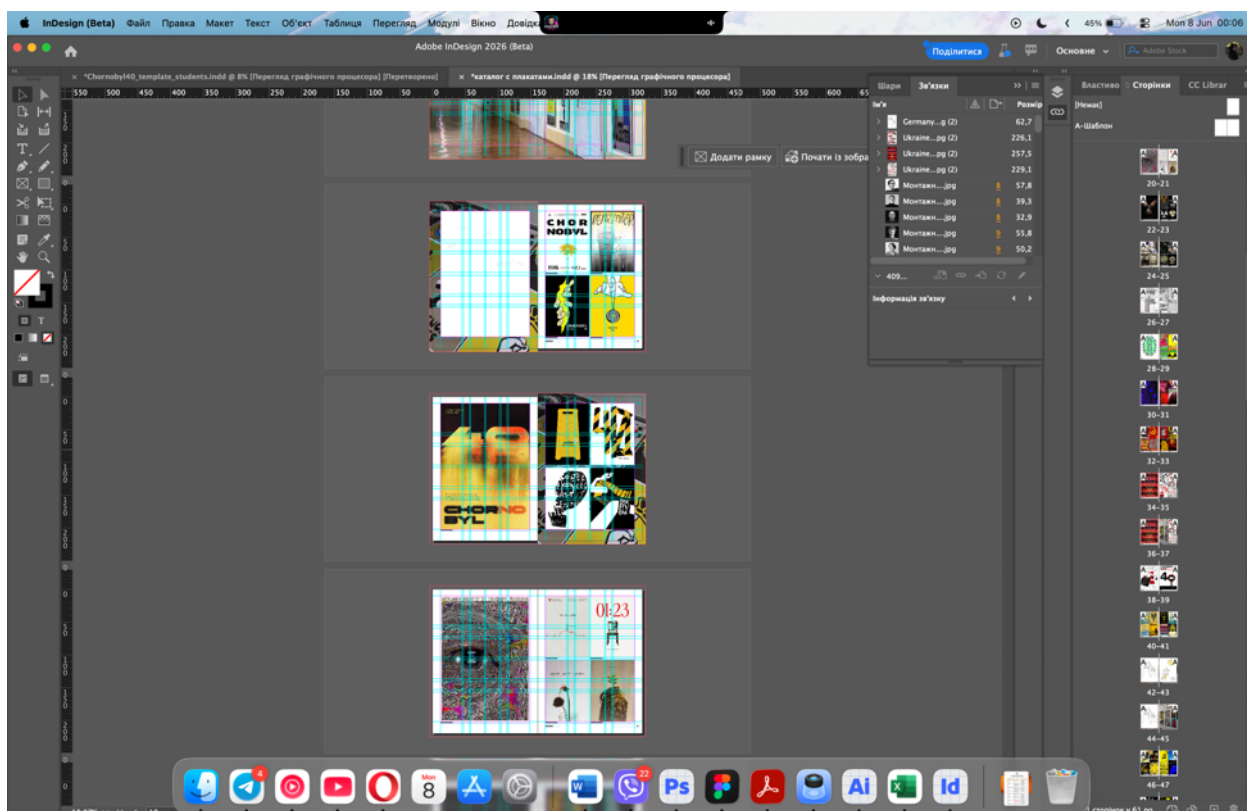


Рис. Г.13 – Скріншот процесу роботи у програмі Adobe InDesign

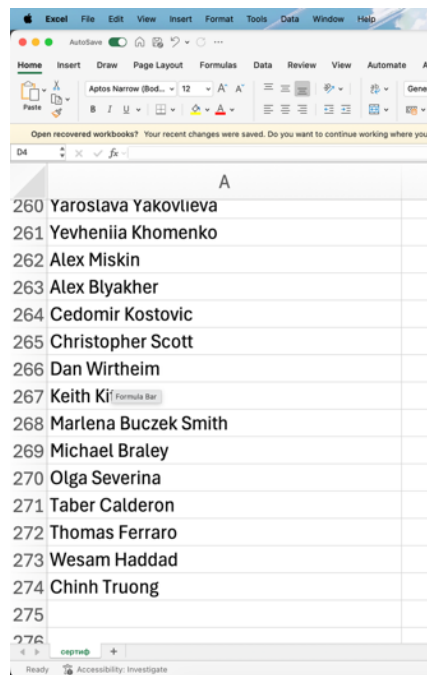


Рис. Г.14 – Використання Excel до зведення масиву текстових даних до єдиного формату та виправлення орфографічних помилок

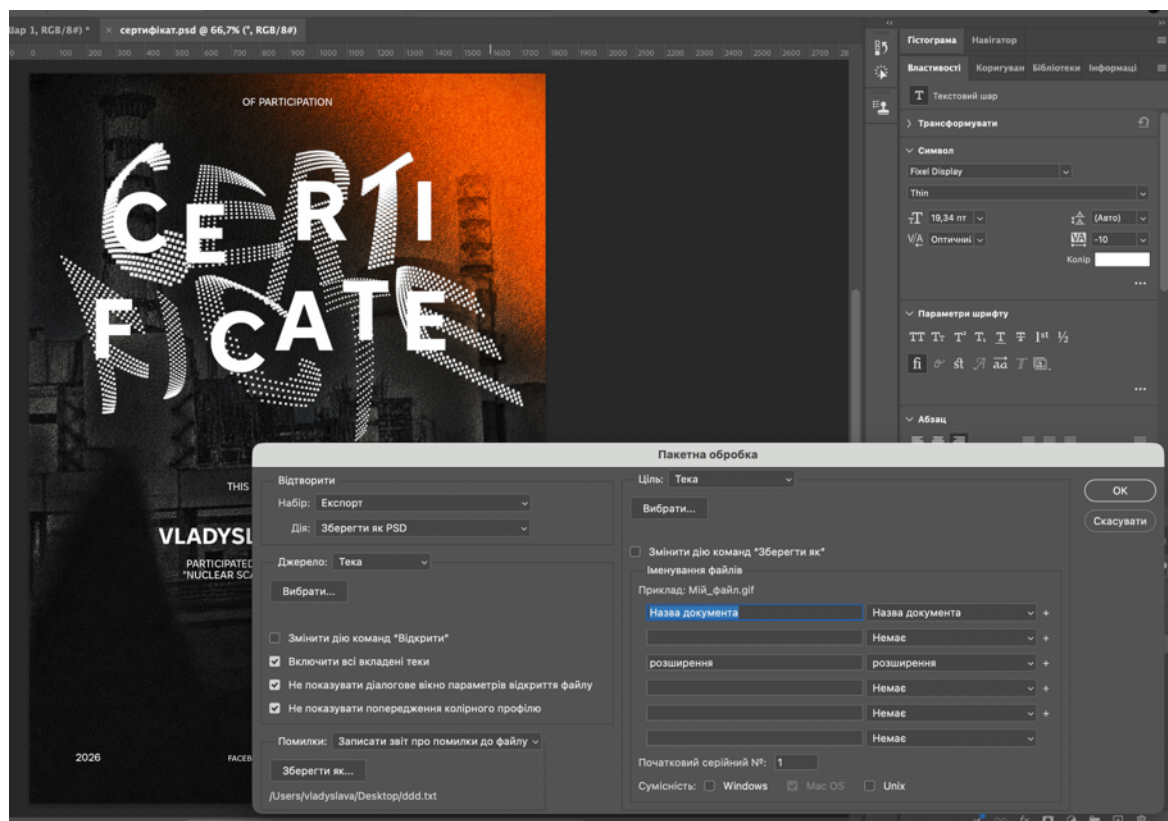


Рис. Г.15 – Пакетне формування +250 сертифікатів у Adobe Photoshop через Excel таблицю



Рис. Г.16 – Одне з використаних у проєкті фото з особистого архіву Олега Векленко



Рис. Г.17 – Групування плакатів за домінантними ознаками (на прикладі – за кольором)

Варіанти сертифікатів участі з використанням деформації типографіки та фото з особистого архіву Векленко Олега Анатолійовича



Рис. Г.18 – Пошуки макету сертифікату



Рис. Г.19 – Мокапи розворотів каталогу



Рис. Г.20 – Пошуки графічного рішення обкладинки

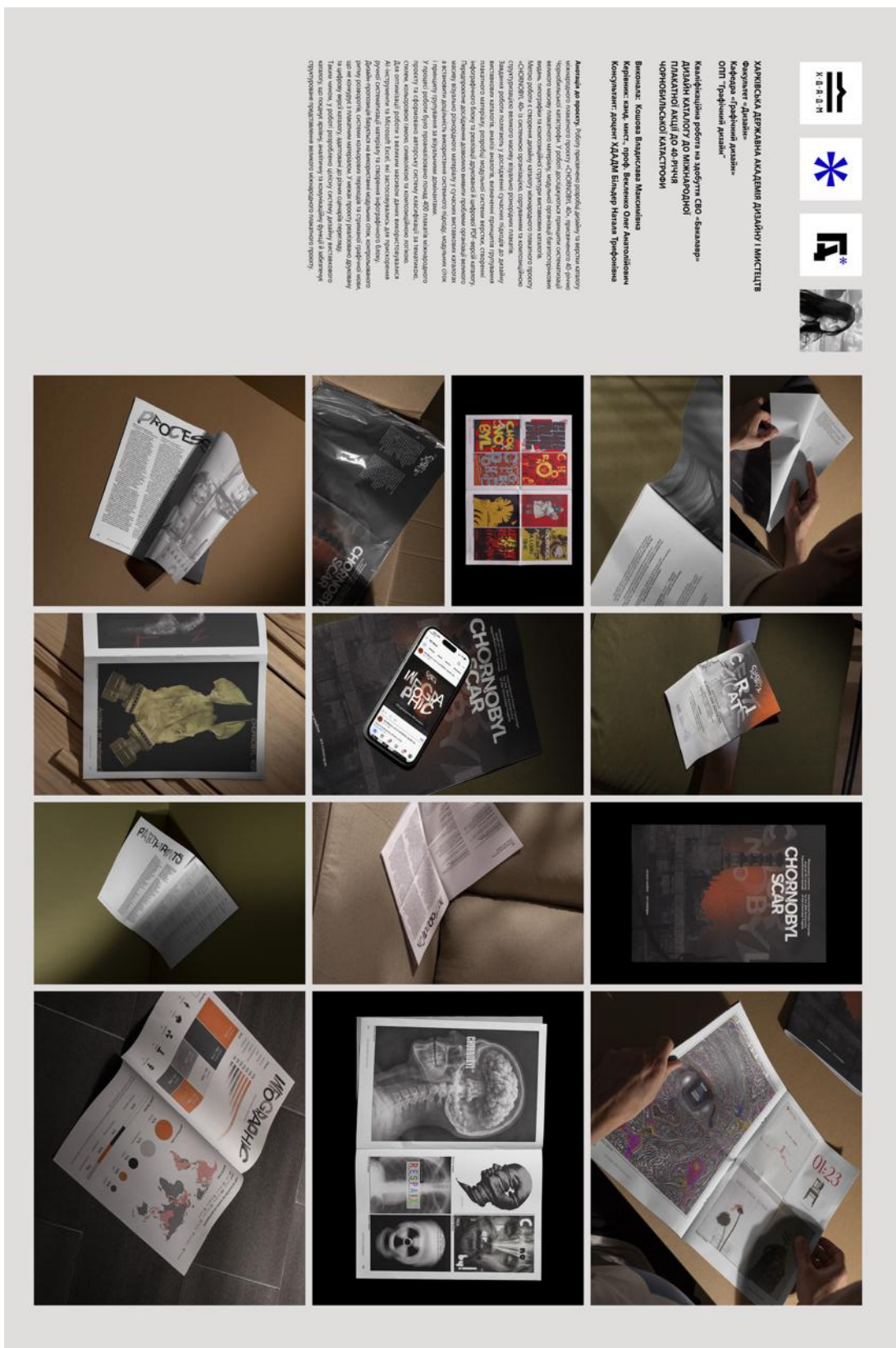


Рис. Д.1 – Експозиційний лист