

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

На здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

На тему «Візуальний супровід мистецького заходу »

Виконав: студент групи ЖР 22-2
спеціальності 061 «Журналістика»

Данілов І.В.

Керівник:

к.н. соц. ком., доцент Сенкевич Г. А.

Дніпро 2026

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Візуальний супровід мистецького заходу»

Виконавець: студент групи ЖР 22-2 Данілов І.В.

Керівник: к.н соц. Ком., доцент Сенкевич Г. А.

Кваліфікаційна робота:

Інформаційний продукт: цикл візуально-інформаційних матеріалів для мистецького заходу ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ».

Мета кваліфікаційної роботи: створення циклу візуально-інформаційних матеріалів для мистецького заходу з використанням сучасних цифрових технологій та засобів графічного оформлення.

Актуальність і новизна інформаційного продукту зумовлені активним розвитком цифрових комунікацій та зростанням ролі соціальних мереж у просуванні культурних подій. У сучасному інформаційному просторі графічне оформлення є важливим складником комунікаційної діяльності мистецьких організацій, оскільки саме дизайн інформаційних матеріалів формує перше враження про подію, привертає увагу аудиторії та забезпечує впізнаваність мистецького заходу. Новизна інформаційного продукту полягає у створенні єдиного стилю оформлення мистецького заходу з адаптацією матеріалів до соціальних мереж та цифрових платформ, а також у поєднанні сучасних підходів до графічного дизайну та цифрового оформлення контенту.

Зміст інформаційного продукту: цикл інформаційних матеріалів включає афіші, флаєри, stories, публікації для соціальних мереж, рекламні банери та інші елементи оформлення мистецького заходу.

Інформаційний продукт призначений для публікації у соціальних мережах ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ», зокрема в Instagram та Facebook.

Ключові слова: візуальна комунікація, мистецький захід, графічний дизайн, соціальні мережі, цифровий контент, візуальний супровід, айдентика.

SUMMARY

of the qualification work on the topic:

«Visual Support of an Artistic Event »

Author: student of group ZHR 22-2 Danilov I.V.

Supervisor: Candidate of Social Communications, Associate Professor Senkevych G.A.

Qualification work:

Information product: a series of visual and informational materials for an artistic event of the NGO “DNIPRO ART RESIDENCE”.

The purpose of the qualification work is to create a series of visual and informational materials for an artistic event using modern digital technologies and graphic design tools.

The relevance and novelty of the information product are determined by the active development of digital communications and the growing role of social media in promoting cultural events. In the modern information space, graphic design is an important component of the communication activities of artistic organizations, as the design of informational materials forms the first impression of an event, attracts audience attention, and ensures the recognition of an artistic event. The novelty of the information product lies in creating a unified visual style for an artistic event adapted to social media and digital platforms, as well as in combining modern approaches to graphic design and digital content creation.

Content of the information product: the series of informational materials includes posters, flyers, stories, social media publications, advertising banners, and other elements of artistic event design.

The information product is intended for publication on the social media pages of the NGO “DNIPRO ART RESIDENCE”, particularly on Instagram and Facebook.

Keywords: visual communication, artistic event, graphic design, social media, digital content, visual support, identity.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ ВІЗУАЛЬНОГО СУПРОВОДУ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ.....	8
1.1 Огляд наукових розробок за темою кваліфікаційної роботи.....	8
1.2 Особливості візуальної комунікації у сфері мистецтва.....	10
1.3 Соціальні мережі як інструмент просування мистецьких заходів.....	12
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ВІЗУАЛЬНОГО СУПРОВОДУ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ.....	15
2.1 Цільова аудиторія та особливості мистецького заходу.....	15
2.2 Комунікативні канали та ресурси для створення інформаційного продукту.....	17
2.3 Концепція та особливості створення візуального супроводу мистецького заходу.....	19
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ВІЗУАЛЬНОГО СУПРОВОДУ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ.....	22
3.1 Етапи створення інформаційного продукту.....	22
3.2 Поширення інформаційного продукту та комунікативний результат.....	24
3.3 Практичне значення та перспективи використання інформаційного продукту.....	25
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «КОМПЛЕКС ВІЗУАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ».....	27
ВИСНОВКИ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	44

ВСТУП

Сучасний інформаційний простір характеризується активним розвитком цифрових комунікацій, у межах яких візуальний контент став одним із найефективніших інструментів взаємодії з аудиторією. Особливого значення візуальна комунікація набуває у сфері культури та мистецтва, де саме візуальний супровід формує перше враження про подію, привертає увагу аудиторії та забезпечує впізнаваність мистецького заходу. У сучасних умовах соціальні мережі, цифрові платформи та онлайн-комунікація значною мірою впливають на популяризацію культурних подій, тому створення якісного візуального контенту є важливим складником комунікаційної діяльності мистецьких організацій.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена необхідністю ефективного візуального представлення мистецьких заходів у цифровому середовищі. Сьогодні культурні організації активно використовують соціальні мережі для комунікації з аудиторією, а візуальний стиль події став одним із ключових елементів її просування. Якісно створений візуальний контент дозволяє не лише інформувати аудиторію про захід, а й формувати емоційне сприйняття, підтримувати імідж організації та забезпечувати впізнаваність культурного проєкту.

Особливої актуальності ця тема набуває в діяльності громадських культурних організацій, які працюють над розвитком сучасного мистецтва та популяризацією культурних ініціатив. Однією з таких організацій є ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ», діяльність якої спрямована на підтримку мистецького середовища, організацію виставок, творчих подій та культурних проєктів. Організація активно використовує соціальні мережі для висвітлення власної діяльності та взаємодії з аудиторією, що робить питання створення ефективного візуального супроводу особливо важливим.

Метою кваліфікаційної роботи є створення циклу візуально-інформаційних матеріалів для мистецького заходу ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ».

Для досягнення поставленої мети **необхідно виконати такі завдання:**

1. Проаналізувати наукові та практичні підходи до візуальної комунікації у сфері культури та мистецтва.
2. Дослідити особливості візуального оформлення мистецьких заходів.
3. Визначити специфіку використання соціальних мереж для просування культурних подій.
4. Проаналізувати діяльність ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» та особливості її комунікаційної діяльності.
5. Розробити концепцію циклу візуально-інформаційних матеріалів для мистецького заходу.
6. Створити цикл візуально-інформаційних матеріалів для цифрового та друкованого поширення.
7. Оцінити практичне значення створеного інформаційного продукту.

Об'єктом дослідження є візуальна комунікація у сфері мистецьких заходів.

Предметом дослідження є особливості створення візуально-інформаційних матеріалів для просування мистецьких подій у соціальних мережах.

Методологічною основою дослідження стали загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема метод аналізу та синтезу, системний підхід, контент-аналіз, порівняльний метод, а також метод візуального аналізу. Їх використання дозволило дослідити особливості візуальної комунікації у сфері мистецтва та розробити інформаційний продукт відповідно до сучасних вимог цифрового середовища.

Інформаційний продукт — цикл візуально-інформаційних матеріалів для мистецького заходу ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ», що включає афіші, флаєри, stories, публікації для соціальних мереж та рекламні макети.

Новизна інформаційного продукту полягає у створенні цілісної системи візуального супроводу мистецького заходу з урахуванням сучасних тенденцій цифрової комунікації, адаптації контенту до різних платформ поширення та поєднання елементів сучасного графічного дизайну з тематикою культурного заходу.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання створених матеріалів у діяльності ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» для просування мистецьких заходів, ведення соціальних мереж та організації культурних подій. Розроблений цикл візуально-інформаційних матеріалів може бути використаний у соціальних мережах організації, зокрема в Instagram та Facebook, для популяризації сучасного мистецтва та залучення аудиторії до культурних заходів.

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів пояснювальної записки, інформаційного продукту, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ ВІЗУАЛЬНОГО СУПРОВОДУ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ

Огляд наукових розробок за темою кваліфікаційної роботи

Сучасний розвиток цифрових технологій та соціальних мереж суттєво вплинув на сферу культурної комунікації та способи просування мистецьких подій. У зв'язку з цим візуальна комунікація стала одним із ключових інструментів взаємодії між організаторами культурних заходів та аудиторією. Візуальний супровід сьогодні виконує не лише інформаційну, а й емоційну та іміджеву функції, формуючи сприйняття події та забезпечуючи її впізнаваність у цифровому просторі. «Візуальна комунікація, яка опосередкована соціальними медіа, набуває стратегічного значення і стає рушійною силою динамічного процесу трансформацій та інновацій» [14, с. 352].

Проблематика візуальної комунікації, цифрового дизайну та просування інформаційного продукту у соціальних мережах активно досліджується у сфері соціальних комунікацій, реклами та PR. У сучасному інформаційному середовищі графічне оформлення стало важливим складником комунікаційної діяльності культурних організацій та мистецьких проєктів. «Візуальна комунікація, опосередкована цифровим середовищем та технологіями, є не лише повноцінною складовою культурних практик, але й продуцентом сенсів, значень і цінностей» [6, с. 9].

Сучасна комунікація дедалі більше орієнтується на візуальне сприйняття інформації, оскільки аудиторія швидше реагує на графічні образи, ніж на текстові повідомлення. У зв'язку з цим ефективність інформаційного продукту значною мірою залежить не лише від змісту повідомлення, а й від форми його подачі, емоційного впливу та візуальної привабливості.

У сучасному медіапросторі візуальна складова є одним із головних засобів привернення уваги аудиторії та впливає на ефективність сприйняття інформації. Саме тому графічне оформлення активно використовується у рекламі, PR-комунікації, медіа та культурних проєктах.

Особливого значення візуальна комунікація набуває у соціальних мережах, які сьогодні стали основними платформами поширення інформації про мистецькі події. Instagram, Facebook та інші цифрові платформи дозволяють швидко взаємодіяти з аудиторією, поширювати інформаційні матеріали та формувати впізнаваність культурного проєкту.

Важливим аспектом сучасної візуальної комунікації є створення єдиного візуального стилю мистецького заходу. Цілісна айдентика забезпечує впізнаваність події та сприяє формуванню позитивного іміджу серед аудиторії. До основних елементів візуального стилю належать кольорова гама, типографіка, композиція, графічні елементи та оформлення інформаційних матеріалів.

Сучасне цифрове середовище вимагає адаптації інформаційного продукту до різних платформ поширення. Користувачі соціальних мереж швидко сприймають короткий та візуально насичений контент, тому особливої популярності набувають stories, цифрові афіші, рекламні банери та інтерактивні публікації. Це потребує використання сучасних підходів до графічного дизайну та врахування особливостей поведінки аудиторії у цифровому просторі.

Окремою проблемою сучасного інформаційного середовища є висока конкуренція за увагу аудиторії. Через значний обсяг інформації, який користувачі щоденно отримують у соціальних мережах, організаторам мистецьких заходів необхідно створювати не лише інформативний, а й візуально привабливий контент, здатний швидко зацікавити аудиторію та викликати емоційний відгук.

У сфері мистецьких заходів візуальна комунікація виконує не лише рекламну, а й культурно-комунікаційну функцію. За допомогою графічних елементів можна передавати атмосферу події, її тематику та емоційний характер. Це особливо важливо для культурних організацій, діяльність яких спрямована на підтримку сучасного мистецтва та взаємодію з творчою аудиторією.

Таким чином, аналіз сучасних наукових підходів свідчить про актуальність використання візуальної комунікації у сфері культурних та мистецьких подій. Поєднання графічного дизайну, цифрових платформ та сучасних комунікаційних технологій є важливим складником створення ефективного інформаційного продукту та забезпечення успішного просування мистецьких заходів.

Особливості візуальної комунікації у сфері мистецтва

У сучасному інформаційному просторі графічне оформлення є одним із найважливіших засобів передачі інформації та взаємодії з аудиторією. Особливого значення воно набуває у сфері культури та мистецтва, де оформлення інформаційних матеріалів не лише інформує про подію, а й формує її емоційне сприйняття, атмосферу та загальний імідж. Саме тому створення якісного візуального супроводу є важливим складником організації та просування мистецьких заходів.

Сучасні виставки, фестивалі, творчі зустрічі та арт-проекти активно використовують цифрові платформи для взаємодії з аудиторією. У таких умовах мистецький захід потребує не лише організаційної підготовки, а й створення якісних інформаційних матеріалів, здатних забезпечити впізнаваність події у медіапросторі. Саме візуальний стиль часто формує перше враження про захід та впливає на зацікавленість аудиторії.

До основних елементів графічного оформлення належать кольорова гама, типографіка, композиція, фотографія, ілюстрація та цифровий дизайн. Їх правильне поєднання дозволяє створити цілісний образ мистецького заходу та зробити його більш впізнаваним для аудиторії. Важливо, щоб усі елементи оформлення були виконані в єдиній стилістиці та відповідали тематиці події.

У сфері мистецтва візуальний супровід виконує декілька функцій. Насамперед він забезпечує інформаційну функцію, оскільки за допомогою афіш, флаєрів, банерів, stories та публікацій у соціальних мережах аудиторія отримує інформацію про дату, місце та формат проведення заходу. Водночас важливе значення має емоційна функція, адже дизайн інформаційних матеріалів

допомагає передати атмосферу події та створити емоційний зв'язок між організаторами та відвідувачами.

Важливою складовою оформлення мистецького заходу є створення єдиного стилю. Цілісна айдентика дозволяє зробити подію впізнаваною та забезпечує гармонійне поєднання всіх інформаційних матеріалів. До основних елементів айдентики належать логотип, кольорова палітра, шрифти, композиційні рішення та графічні елементи. Використання єдиного стилю дозволяє сформувати цілісний візуальний образ заходу та підвищити ефективність комунікації з аудиторією.

Особливу роль у створенні графічного оформлення відіграє кольорова гама. Колір має значний вплив на емоційне сприйняття людини та допомагає формувати настрій події. Наприклад, яскраві кольори привертають увагу та створюють відчуття динаміки, тоді як темні або пастельні відтінки можуть передавати атмосферу спокою, драматичності або творчої стриманості. Саме тому вибір кольорової гами є важливим етапом створення візуального супроводу мистецької події.

Не менш важливим елементом є типографіка. Шрифти впливають на читабельність інформації та загальне враження від оформлення. У сфері мистецтва часто використовуються нестандартні шрифтові рішення, які допомагають підкреслити характер події та створити оригінальний стиль.

Водночас надмірна кількість декоративних елементів може ускладнювати сприйняття інформації, тому під час створення інформаційних матеріалів важливо дотримуватися балансу між естетичністю та зручністю сприйняття.

У сучасному цифровому середовищі особливого значення набуває адаптація контенту до різних платформ поширення. Соціальні мережі мають власні технічні та стилістичні особливості, які потрібно враховувати під час створення інформаційних матеріалів. Наприклад, Instagram орієнтується переважно на візуальний контент, тому важливими є якість зображення, композиція та загальна стилістика публікацій. Stories, короткі відео та

інтерактивний контент дозволяють швидко взаємодіяти з аудиторією та підтримувати її зацікавленість у мистецькому заході.

Через велику кількість інформації у соціальних мережах організаторам культурних подій стає дедалі складніше утримувати увагу аудиторії. Саме тому важливого значення набуває створення оригінального та емоційно привабливого оформлення, здатного швидко зацікавити користувачів і виділити мистецький захід серед інших інформаційних повідомлень.

У сфері мистецтва графічне оформлення виконує не лише рекламну, а й культурно-комунікаційну функцію. За допомогою візуальних елементів можна передавати тематику події, її атмосферу та художню концепцію. Це особливо важливо для культурних організацій, діяльність яких спрямована на підтримку сучасного мистецтва та взаємодію з творчою аудиторією.

Таким чином, графічне оформлення є важливим складником організації та просування мистецьких заходів. Використання сучасних дизайнерських рішень, єдиного стилю та адаптація контенту до цифрового середовища дозволяють підвищити ефективність взаємодії з аудиторією та забезпечити успішне просування культурного проєкту.

Соціальні мережі як інструмент просування мистецьких заходів

У сучасному інформаційному середовищі соціальні мережі є одним із найефективніших засобів комунікації з аудиторією. Вони активно використовуються для поширення інформації, реклами подій, формування іміджу організацій та просування культурних проєктів. Для мистецьких заходів цифрові платформи стали важливим інструментом взаємодії з аудиторією, оскільки дозволяють швидко поширювати інформаційні матеріали та підтримувати зв'язок із користувачами.

Сучасні культурні організації, арт-простори та творчі об'єднання активно використовують Instagram, Facebook та інші платформи для популяризації культурних подій. За допомогою соціальних мереж організатори можуть інформувати аудиторію про майбутні заходи, публікувати фото- та

відеоматеріали, взаємодіяти з підписниками та формувати впізнаваність культурного проєкту.

Однією з головних переваг цифрових платформ є швидкість поширення інформації. На відміну від традиційних медіа, соціальні мережі дозволяють оперативно оновлювати контент та адаптувати його відповідно до потреб аудиторії. Це особливо важливо для мистецьких заходів, де необхідно постійно підтримувати зацікавленість користувачів та інформувати їх про нові події або зміни в програмі.

Важливу роль у просуванні культурних подій відіграє графічне оформлення. Саме афіші, stories, фотографії, відео та рекламні банери найчастіше привертають увагу користувачів у соціальних мережах. Якісний дизайн інформаційних матеріалів допомагає створити впізнаваний стиль мистецького заходу та сформувати позитивне враження про подію.

Особливого значення для просування мистецьких заходів набуває Instagram, оскільки ця платформа орієнтована переважно на візуальний формат подачі інформації. За допомогою публікацій та stories організатори можуть демонструвати атмосферу події, знайомити аудиторію з учасниками заходу та підтримувати активну взаємодію з підписниками. Крім того, платформа дозволяє використовувати інтерактивні елементи, зокрема опитування, коментарі та прямі ефіри.

Facebook також залишається важливою платформою для поширення інформації про культурні події. Соціальна мережа дозволяє створювати сторінки заходів, публікувати детальну інформацію та підтримувати комунікацію з відвідувачами. Для мистецьких організацій Facebook є ефективним засобом інформування аудиторії та формування онлайн-спільноти навколо культурного проєкту.

Для мистецьких заходів особливе значення має створення єдиного стилю оформлення сторінок та інформаційних матеріалів. Використання однакової

кольорової гами, типографіки та графічних елементів допомагає зробити захід більш впізнаваним і забезпечує цілісне сприйняття інформації аудиторією.

Водночас використання соціальних мереж має і певні труднощі. Через велику кількість інформації у цифровому просторі організаторам культурних подій необхідно створювати оригінальний та візуально привабливий контент, здатний утримувати увагу користувачів та виділяти мистецький захід серед інших інформаційних повідомлень.

Таким чином, соціальні мережі є важливим інструментом просування мистецьких заходів та взаємодії з аудиторією. Використання цифрових платформ, сучасного графічного оформлення та єдиного стилю дозволяє підвищити ефективність комунікації, забезпечити впізнаваність культурного проєкту та залучити ширшу аудиторію до мистецьких подій.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ВІЗУАЛЬНОГО СУПРОВОДУ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ

Цільова аудиторія та особливості мистецького заходу

Творчий проєкт було розроблено для ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» — громадської організації, діяльність якої спрямована на підтримку сучасного мистецтва, розвиток культурного середовища та реалізацію творчих ініціатив у місті Дніпро. Організація активно використовує соціальні мережі для популяризації культурних подій, створення медіаконтенту та взаємодії з аудиторією.

У межах кваліфікаційної роботи було створено цикл візуально-інформаційних матеріалів для заходу, присвяченого Міжнародному дню лялькаря. Основним завданням проєкту стала розробка графічного оформлення для публікації у соціальних мережах та використання у друкованому форматі.

Міжнародний день лялькаря є професійним святом працівників театру ляльок, режисерів, акторів та художників. Під час створення інформаційних матеріалів основний акцент було зроблено на передачі атмосфери театрального мистецтва, творчості та святковості. Графічне оформлення мало не лише інформувати аудиторію про подію, а й викликати емоційне зацікавлення та формувати позитивне враження про захід.

Цільова аудиторія мистецького заходу ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» охоплює декілька категорій відвідувачів, серед яких найбільш активною є молодь віком від 18 до 35 років, що активно користується соціальними мережами та цікавиться сучасним мистецтвом, культурними подіями й цифровим контентом. Для цієї аудиторії важливими є не лише зміст заходу, а й його візуальна презентація, атмосфера та емоційне сприйняття інформації. Саме тому під час створення концепції візуального супроводу було враховано сучасні тенденції цифрового дизайну, особливості сприйняття контенту в Instagram і Facebook, а також потребу у швидкому приверненні уваги користувачів.

Окрему частину аудиторії становлять представники творчого середовища: художники, дизайнери, фотографи, студенти мистецьких спеціальностей та учасники культурних проєктів. Для цієї категорії особливого значення набуває естетична складова оформлення, цілісність візуального стилю та відповідність сучасним мистецьким тенденціям. Це вплинуло на вибір кольорової гами, типографіки та композиційних рішень під час розробки інформаційних матеріалів.

Цільовою аудиторією творчого проєкту є молодь, студенти, представники творчих професій, працівники культурної сфери та користувачі соціальних мереж, які цікавляться сучасним мистецтвом і культурними подіями. Основна частина аудиторії активно використовує Instagram та Facebook для отримання інформації про культурні заходи, тому саме ці платформи були обрані основними каналами поширення інформаційного продукту.

Крім того, враховувалися особливості мобільного перегляду контенту. Оскільки більшість користувачів переглядає інформацію за допомогою смартфонів, макети адаптовувалися до вертикального формату та швидкого зчитування основної інформації. Під час створення публікацій використовувалися формати 1080×1080 px для стрічки Instagram та 1080×1920 px для stories. Такий підхід сприяв коректному відображенню контенту на мобільних пристроях і забезпечував зручність сприйняття інформації.

Під час створення візуального супроводу було враховано особливості сприйняття інформації у цифровому середовищі. Інформаційні матеріали повинні були бути лаконічними, візуально привабливими та адаптованими до різних форматів соціальних мереж. Для проєкту було створено квадратний флаєр для публікацій у Facebook та Instagram, вертикальний формат для stories, а також окремий макет для друку та розміщення у закладах культури.

Під час розробки дизайну було проаналізовано стиль сторінок ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» у соціальних мережах, кольорову гаму, типографіку та композиційні рішення. Основою візуальної концепції стали

яскраві кольори, театральна символіка, ілюстрації ляльок та декоративні елементи, які асоціюються з театром і сценічним мистецтвом.

Для створення інформаційних матеріалів використовувалися графічні редактори Canva та Adobe Photoshop. У процесі роботи було створено декілька варіантів макетів, які адаптовувалися під різні формати публікацій та особливості цифрових платформ.

Таким чином, під час створення творчого проєкту було враховано особливості цільової аудиторії, специфіку цифрових платформ та характер мистецького заходу. Використання сучасного графічного оформлення та адаптація контенту до соціальних мереж дозволили створити цілісний візуальний супровід для популяризації культурної події.

Комунікативні канали та ресурси для створення інформаційного продукту

Для просування мистецького заходу та поширення інформаційного продукту було обрано соціальні мережі Instagram та Facebook. Це пов'язано з високим рівнем популярності цих платформ серед цільової аудиторії та широкими можливостями для візуальної комунікації. «Якісний візуальний контент суттєво спрощує та пришвидшує сприймання складної інформації, яку зручно переглядати на будь-якому пристрої та за різних умов сприйняття» [, с. 73]. Публікація візуальних матеріалів у соціальних мережах дозволяє ефективно привертати увагу аудиторії та формувати впізнаваність мистецького заходу.

Instagram було обрано як основну платформу для поширення візуального контенту, оскільки соціальна мережа орієнтована переважно на графічний формат подачі інформації. Для публікації інформаційних матеріалів використовувалися квадратні флаєри для стрічки, вертикальні stories та окремі графічні елементи для взаємодії з аудиторією. Основною метою використання Instagram стало привернення уваги користувачів до мистецького заходу та формування впізнаваного стилю події.

Facebook використовувався для поширення детальнішої інформації про захід, а також для дублювання інформаційних матеріалів та взаємодії з аудиторією через коментарі й поширення публікацій. Використання декількох платформ дозволило охопити ширшу аудиторію та адаптувати контент до особливостей різних каналів комунікації. «Візуальна складова контенту формує зацікавлену та лояльну аудиторію» [25, с. 300].

Під час створення інформаційного продукту було враховано особливості цифрового середовища та сучасні тенденції оформлення контенту у соціальних мережах. Інформаційні матеріали повинні були бути лаконічними, візуально зрозумілими та адаптованими до швидкого сприйняття інформації користувачами. Саме тому основний акцент було зроблено на графічному оформленні, кольоровій гамі, типографіці та композиції.

Для створення візуально-інформаційних матеріалів використовувалися графічні редактори Canva та Adobe Photoshop. У Canva створювалася базова композиція макетів, підбиралася кольорова гама та оформлювалися текстові блоки. Adobe Photoshop використовувався для додаткової обробки зображень, корекції кольору та підготовки файлів до друку й цифрового використання.

Під час роботи над інформаційним продуктом використовувалися різні ресурси, зокрема графічні елементи, фотографії, шрифти та ілюстрації, які допомагали створити цілісний стиль оформлення мистецького заходу. Важливим етапом роботи стало також опрацювання референсів та аналіз сучасних прикладів оформлення культурних подій у соціальних мережах.

У процесі створення макетів враховувалися рекомендації представників ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» щодо поєднання кольорів, розміщення текстових блоків та використання театральної символіки. Після внесення правок було створено декілька завершених варіантів флаєрів, адаптованих до різних форматів поширення.

Окрему увагу було приділено адаптації інформаційних матеріалів до різних форматів публікацій. Для соціальних мереж використовувалися PNG-

файли, а для друкованої продукції — PDF-макети, підготовлені відповідно до технічних вимог друку.

Таким чином, під час створення інформаційного продукту було використано сучасні цифрові платформи, графічні редактори та ресурси, необхідні для розробки якісного візуального супроводу мистецького заходу. Використання Instagram та Facebook як основних каналів комунікації дозволило адаптувати контент до особливостей аудиторії та забезпечити ефективне поширення інформації про культурну подію.

Концепція та особливості створення візуального супроводу мистецького заходу

Під час створення інформаційного продукту основна увага була зосереджена на розробці цілісного візуального стилю мистецького заходу, присвяченого Міжнародному дню лялькаря. Головним завданням стало створення графічного оформлення, яке б відповідало тематиці події, привертало увагу аудиторії та забезпечувало впізнаваність заходу у соціальних мережах.

На початковому етапі роботи було проведено аналіз прикладів оформлення культурних подій у соціальних мережах, а також підібрано референси для створення майбутньої візуальної концепції. Під час аналізу особлива увага приділялася кольоровій гамі, типографіці, композиції та особливостям розміщення інформації у цифровому форматі.

Основою візуальної концепції стали елементи театральної стилістики, які асоціюються з мистецтвом лялькового театру. У дизайні використовувалися яскраві кольори, декоративні елементи, театральна символіка та ілюстрації ляльок. Такий підхід дозволив передати атмосферу творчості, святковості та сценічного мистецтва.

Важливу роль у створенні інформаційних матеріалів відіграв вибір кольорової гами. Для оформлення було використано поєднання контрастних кольорів, які допомагали привертати увагу аудиторії та виділяти основні

елементи композиції. Акцентні кольори використовувалися для виділення назви заходу, дати проведення та основної інформації.

Особливу увагу було приділено типографіці та композиції макетів. У центральній частині флаєрів розміщувалися назва події та дата проведення заходу, нижче — короткий опис, місце проведення та додаткова інформація. Для покращення читабельності використовувалися контрастні шрифти, різні розміри тексту та візуальна ієрархія елементів.

Під час роботи над інформаційним продуктом було створено декілька форматів візуальних матеріалів для різних каналів поширення. Для Instagram та Facebook були розроблені квадратні флаєри для стрічки, вертикальні stories та адаптовані зображення для цифрових публікацій. Окремо було створено макети для друкованої продукції, які використовувалися для розміщення у закладах культури та інформаційних просторах.

Для створення макетів використовувалися програми Canva та Adobe Photoshop. Canva застосовувалася для побудови композиції, оформлення текстових блоків та створення базового дизайну. Adobe Photoshop використовувався для додаткової обробки зображень, корекції кольору та підготовки файлів до друку та цифрового використання.

У процесі роботи над проєктом враховувалися рекомендації представників ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» щодо використання театральної символіки, поєднання кольорів та збереження єдиного стилю оформлення. Після внесення правок було створено декілька завершених варіантів інформаційних матеріалів, адаптованих до різних форматів поширення.

Сучасний мистецький захід потребує постійної комунікації з аудиторією як до початку події, так і після її проведення. Саме тому візуальний супровід розроблявся з урахуванням можливості багаторазового використання матеріалів на різних цифрових платформах. Єдиний стиль оформлення дозволяє

забезпечити впізнаваність заходу, підтримувати імідж організації та формувати цілісний візуальний образ культурного проєкту.

Врахування особливостей цільової аудиторії та специфіки мистецького середовища стало важливим етапом створення інформаційного продукту. Завдяки використанню сучасних графічних рішень, адаптації контенту до соціальних мереж та поєднанню естетичної й інформаційної складових вдалося створити візуальний супровід, який відповідає сучасним вимогам цифрової комунікації та сприяє ефективному просуванню мистецького заходу. «Ефективний контент базується на поєднанні естетики, автентичності та емоційного зв'язку з аудиторією» [22, с. 444].

Таким чином, під час створення візуального супроводу мистецького заходу було сформовано цілісну графічну концепцію, адаптовану до цифрового середовища та особливостей соціальних мереж. Використання сучасних дизайнерських рішень дозволило створити інформаційний продукт, спрямований на ефективне привернення уваги аудиторії та популяризацію культурної події.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ВІЗУАЛЬНОГО СУПРОВОДУ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ

Етапи створення інформаційного продукту

Створення візуального супроводу мистецького заходу здійснювалося поетапно та включало аналіз тематики події, розробку концепції, створення макетів, редагування матеріалів і підготовку контенту до публікації у соціальних мережах та друкованому форматі.

На першому етапі роботи було визначено основну концепцію інформаційного продукту та проаналізовано особливості заходу, присвяченого Міжнародному дню лялькаря. Під час підготовки було підібрано референси, проаналізовано приклади оформлення культурних подій у соціальних мережах та визначено загальний стиль майбутніх інформаційних матеріалів.

Другим етапом стала розробка візуальної концепції. Було визначено кольорову гаму, типографіку, композицію та графічні елементи, які використовувалися під час створення макетів. Основою стилістики стали театральна символіка, декоративні елементи та ілюстрації, пов'язані з мистецтвом лялькового театру.

У межах творчого проєкту було створено серію флаєрів для Instagram та Facebook, stories для вертикального формату, а також макети для друкованої продукції. Під час створення макетів особлива увага приділялася читабельності тексту, розміщенню основної інформації та візуальній ієрархії елементів.

Важливим завданням стало забезпечення візуальної цілісності всіх елементів оформлення. Незалежно від формату поширення контенту зберігалися єдині принципи композиції, кольорові акценти та типографічні рішення. Це сприяло формуванню впізнаваного стилю мистецького заходу.

Для створення дизайну використовувалися графічні редактори Canva та Adobe Photoshop. У Canva створювалися базові композиції, оформлювалися текстові блоки та підбиралися кольорові рішення. Adobe Photoshop

використовувався для обробки зображень, корекції кольору та підготовки макетів до друку й цифрового використання.

Використання сучасного програмного забезпечення дозволило оптимізувати процес створення контенту та забезпечити високу якість графічного оформлення. Крім того, цифрові інструменти надали можливість оперативно вносити зміни до макетів і швидко адаптовувати матеріали до різних форматів поширення.

Після створення початкових варіантів макетів було проведено їх редагування та доопрацювання. У процесі створення медіапродукту важливим етапом став аналіз попередніх публікацій ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» та особливостей оформлення сторінок організації у соціальних мережах. Це дозволило визначити основні принципи візуальної комунікації організації, особливості кольорової гами, типографіки та структури подачі інформації.

Додатково було проаналізовано приклади оформлення сучасних мистецьких заходів, культурних проєктів та digital-кампаній. Проведений аналіз сприяв формуванню власної концепції оформлення та визначенню найбільш ефективних дизайнерських рішень для створення інформаційних матеріалів. Після внесення правок було підготовлено декілька завершених варіантів інформаційних матеріалів для різних форматів поширення.

Завершальним етапом стала підготовка файлів до публікації та друку. Для цифрового поширення використовувалися формати PNG та JPG, оптимізовані для онлайн-платформ. Для друкованої продукції макети зберігалися у форматі PDF із високою роздільною здатністю, що забезпечувало якісне відтворення графічних елементів під час друку.

У процесі роботи було створено цілісний візуальний стиль мистецького заходу, адаптований до різних форматів соціальних мереж та друкованої продукції. Поетапна організація роботи дозволила створити інформаційний продукт, спрямований на ефективне поширення інформації про культурну подію та привернення уваги аудиторії.

Таким чином, створення візуально-інформаційних матеріалів включало аналіз тематики заходу, розробку концепції, створення та редагування макетів, а також підготовку матеріалів до поширення у цифровому та друкованому форматах.

Поширення інформаційного продукту та комунікативний результат

У межах творчого проєкту було підготовлено серію візуально-інформаційних матеріалів для Instagram та Facebook ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ». Для поширення інформації про мистецький захід були створені квадратні флаєри для стрічки соціальних мереж, вертикальні stories та окремі макети для друкованої продукції.

Основним каналом поширення інформаційного продукту став Instagram, де публікувалися інформаційні матеріали у форматі постів та stories. Facebook використовувався для дублювання публікацій та поширення детальнішої інформації про захід серед ширшої аудиторії.

Під час підготовки контенту особлива увага приділялася адаптації матеріалів до різних форматів соціальних мереж. Для цифрового поширення були створені PNG-файли, а для друкованої продукції — PDF-макети відповідно до технічних вимог друку.

Усі інформаційні матеріали були виконані у єдиній стилістиці з використанням спільної кольорової гами, типографіки та графічних елементів. Це дозволило сформувати цілісний візуальний стиль мистецького заходу та забезпечити впізнаваність інформаційного продукту у соціальних мережах.

У процесі реалізації творчого проєкту було вдосконалено навички роботи з графічними редакторами Canva та Adobe Photoshop, а також отримано практичний досвід створення та адаптації візуального контенту для цифрових платформ. Робота над проєктом дозволила покращити навички роботи з композицією, кольором, типографікою та візуальною ієрархією елементів.

Крім того, під час виконання роботи було отримано досвід взаємодії з представниками культурної організації та врахування рекомендацій щодо оформлення інформаційних матеріалів.

Створений інформаційний продукт сприяв популяризації мистецького заходу та формуванню єдиного стилю оформлення культурної події у цифровому середовищі.

Таким чином, поширення інформаційного продукту через соціальні мережі дозволило забезпечити інформування аудиторії про мистецький захід та отримати практичний досвід у сфері створення візуального контенту для культурних подій.

Практичне значення та перспективи використання інформаційного продукту

Створений інформаційний продукт має практичне значення для діяльності ГО «ДНПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ», оскільки може використовуватися для популяризації мистецьких заходів та організації комунікації з аудиторією у соціальних мережах. Розроблені візуально-інформаційні матеріали адаптовані до цифрових платформ та можуть застосовуватися для поширення інформації про культурні події у форматі постів, stories та друкованої продукції.

Практична цінність творчого проєкту полягає у створенні єдиного стилю оформлення мистецького заходу, що забезпечує впізнаваність інформаційних матеріалів та покращує сприйняття контенту аудиторією. Використання спільної кольорової гами, типографіки та графічних елементів дозволило сформувати цілісний візуальний образ культурної події.

Розроблені матеріали можуть бути використані не лише для Міжнародного дня лялькаря, а й для інших культурних подій, виставок, творчих зустрічей та мистецьких проєктів ГО «ДНПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ». Створена концепція оформлення може бути адаптована до різних тематик та форматів заходів.

У процесі роботи над творчим проєктом було отримано практичний досвід у сфері створення візуального контенту, роботи з графічними редакторами та

адаптації інформаційних матеріалів до соціальних мереж. Робота над проектом сприяла вдосконаленню навичок графічного дизайну, композиції, роботи з кольором та типографікою.

Крім того, виконання творчого проекту дозволило отримати досвід організації інформаційного супроводу культурних подій та взаємодії з представниками творчого середовища. Під час роботи враховувалися рекомендації представників організації щодо оформлення інформаційних матеріалів та особливостей комунікації з аудиторією.

Перспективи використання інформаційного продукту пов'язані з подальшим застосуванням створених дизайнерських рішень у діяльності культурних організацій та розвитку цифрової комунікації у сфері мистецтва. У майбутньому створений стиль оформлення може бути доповнений новими форматами контенту, зокрема відеоматеріалами, анімованими stories та інтерактивними елементами для соціальних мереж.

Таким чином, створений інформаційний продукт має практичне значення для популяризації мистецьких заходів у цифровому середовищі та може використовуватися для подальшого розвитку візуальної комунікації культурних організацій.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «КОМПЛЕКС ВІЗУАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ МИСТЕЦЬКОГО ЗАХОДУ»

У сучасному цифровому середовищі візуальний контент є одним із ключових засобів комунікації з аудиторією, особливо у сфері культури та мистецтва. Саме візуальне оформлення формує перше враження про подію, привертає увагу користувачів соціальних мереж та створює впізнаваність мистецького заходу. Ефективний інформаційний продукт має поєднувати естетичну привабливість, інформативність і відповідність сучасним тенденціям цифрового дизайну

У межах кваліфікаційної роботи було створено комплекс візуальних матеріалів для мистецького заходу ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ», присвяченого Всесвітньому дню лялькарства. Інформаційний продукт розроблено з урахуванням особливостей сприйняття контенту в соціальних мережах та необхідності адаптації матеріалів до різних форматів цифрового й друкованого поширення.

До складу інформаційного продукту увійшли афіші, stories для Instagram, рекламні банери, публікації для соціальних мереж та інші елементи візуального супроводу. Усі матеріали виконані в єдиному стилістичному рішенні із використанням яскравої кольорової гами, тематичних ілюстрацій та графічних елементів, що відповідають концепції мистецького заходу та сприяють емоційному залученню аудиторії.

Під час створення інформаційного продукту було враховано принципи сучасної візуальної комунікації, адаптивності контенту до різних платформ та особливості цифрового дизайну для соціальних мереж. Розроблений цикл візуальних матеріалів спрямований на підвищення впізнаваності заходу, привернення уваги цільової аудиторії та популяризацію культурної діяльності ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ»

Для просування мистецького заходу ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» у соціальній мережі Instagram було створено комплекс візуально-інформаційних матеріалів, адаптованих до особливостей цифрової комунікації та сучасних вимог оформлення соціальних мереж.

У межах реалізації інформаційного продукту розроблено серію публікацій для стрічки Instagram, stories та рекламних макетів для анонсування заходу. Основним завданням створеного контенту стало інформування аудиторії про проведення мистецького заходу, формування впізнаваного візуального стилю та привернення уваги користувачів соціальних мереж.

Для стрічки Instagram створено афіші у квадратному форматі, які містять основну інформацію про захід: назву події, дату проведення, місце, час та короткий опис активностей. У дизайні використано яскраву кольорову гаму, тематичні ілюстрації, декоративні елементи та графічні образи, пов'язані з тематикою лялькового мистецтва.

Окремо було розроблено stories для Instagram та Facebook у вертикальному форматі. Stories містять короткі інформаційні повідомлення, візуальні акценти та елементи фірмового стилю заходу. Під час створення stories враховано особливості мобільного перегляду контенту та принципи швидкого сприйняття інформації користувачами соціальних мереж.

(див рис 1.)



Рис 1. приклад instagram-stories та facebook

Також для Instagram та facebook було створено рекламні банери та візуальні макети для цифрового поширення інформації про захід. Усі матеріали виконано в єдиній стилістичній концепції із використанням спільної кольорової палітри, стилізованих шрифтів та графічних елементів, що забезпечує цілісність візуального оформлення. (Див рис 2.)



Рис 2. приклад рекламного банеру в instagram та facebook

Практичне значення створених матеріалів полягає у можливості їх використання для публікації та просування мистецького заходу в соціальній мережі Instagram, залучення аудиторії до культурної події та підтримки комунікаційної діяльності ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ».

Для друкованого інформаційного супроводу мистецького заходу було створено серію поліграфічних матеріалів, спрямованих на поширення інформації про подію у публічному просторі. До комплексу друкованої продукції увійшли афіші, плакати, рекламні банери, сітілайти та бігборди різного формату.

Під час розробки друкованих матеріалів основну увагу було приділено композиційному оформленню, читабельності тексту та візуальній виразності макетів. Для оформлення використано тематичні ілюстрації, декоративні

графічні елементи та кольорові акценти, що відповідають концепції мистецького заходу та створюють цілісний художній образ події.

Афіші розроблено для розміщення на інформаційних стендах, у культурних закладах та громадських просторах. У макетах структуровано подано основну інформацію про захід, що забезпечує швидке сприйняття змісту аудиторією. Плакати створено у вертикальному форматі з акцентом на центральному візуальному елементі та назві події, що дозволяє привертати увагу глядачів на відстані. (Див рис 3.)



Рис 3. приклад друкованої афіші

Окремо було створено широкоформатні рекламні банери для оформлення простору проведення заходу. Під час розробки банерів враховано особливості великоформатного друку, зокрема масштабування графічних елементів, контрастність кольорів та пропорційне розміщення текстових блоків.

(Див рис 4.)



Рис 4. приклад баннеру в холі

Для зовнішньої реклами також було розроблено макети сітілайтів та бігбордів. Сітілайти створено у вертикальному форматі для розміщення у громадських місцях та вздовж пішохідних зон. У дизайні сітілайтів використано мінімалістичне компонування інформації, великі шрифти та виразні візуальні елементи для швидкого сприйняття контенту аудиторією. (Див рис 5.)



Рис 5. приклад сітілайту

Бігборди розроблено з урахуванням особливостей зовнішньої реклами великого формату. Основний акцент у макетах зроблено на назві мистецького заходу, даті проведення та ключових візуальних елементах. Під час створення бігбордів використано контрастні кольори, великі текстові блоки та спрощену композицію, що забезпечує ефективне сприйняття інформації на великій відстані. (Див рис 6.)



Рис 6.

Усі друковані матеріали виконано в єдиній стилістичній концепції, що забезпечує цілісність візуального оформлення та сприяє формуванню впізнаваного образу мистецької події.

Для додаткового поширення інформації про мистецький захід було розроблено рекламні макети для розміщення на громадському транспорті. Під час створення макетів враховано особливості сприйняття зовнішньої реклами в русі: використано великі шрифти, контрастні кольори та мінімальну кількість тексту. Основний акцент зроблено на назві заходу, даті проведення та ключових візуальних елементах, що забезпечує швидке привернення уваги аудиторії. (Див рис 7.)



Рис 7. приклад реклами на транспорті

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було досліджено особливості створення візуального супроводу мистецького заходу в умовах сучасного інформаційного простору. Проведене дослідження дозволило встановити, що візуальна комунікація сьогодні є одним із найважливіших інструментів популяризації культурних подій, оскільки саме візуальне оформлення забезпечує формування першого враження про захід, підвищує рівень зацікавленості аудиторії та сприяє впізнаваності мистецької події.

У межах теоретичної частини роботи було проаналізовано наукові підходи до розуміння візуальної комунікації, графічного дизайну та інформаційного супроводу культурних заходів. Визначено, що сучасний візуальний контент виконує не лише інформаційну, а й емоційну, комунікаційну та іміджеву функції. Також було досліджено особливості використання друкованої та зовнішньої реклами у сфері культури та мистецтва, а також принципи створення візуально-інформаційних матеріалів для різних форматів поширення інформації.

У роботі проаналізовано діяльність ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ», основні напрями її комунікаційної діяльності та особливості організації мистецьких заходів. У результаті проведеного аналізу було визначено потребу у створенні комплексного візуального супроводу заходу, присвяченого Всесвітньому дню лялькарства. Це дозволило сформулювати концепцію майбутнього інформаційного продукту та визначити основні стилістичні особливості оформлення.

Практична частина кваліфікаційної роботи полягала у створенні комплексу візуально-інформаційних матеріалів для мистецького заходу. У межах інформаційного продукту було розроблено друковані афіші, плакати, рекламні банери, сітілайти, бігборди та макети для реклами на транспорті. Усі матеріали створено відповідно до єдиної стилістичної концепції із

використанням спільної кольорової гами, тематичних графічних елементів, декоративних ілюстрацій та стилізованих шрифтів.

Під час створення афіш та плакатів було враховано особливості композиційного оформлення друкованої продукції, принципи читабельності тексту та візуальної ієрархії елементів. Основна інформація про захід — назва події, дата, місце проведення та час — була структуровано розміщена у макетах для забезпечення швидкого сприйняття інформації аудиторією. Для посилення візуального сприйняття використано тематичні образи, пов'язані з ляльковим мистецтвом, а також декоративні елементи, що підкреслюють художню концепцію заходу.

Окрему увагу було приділено створенню зовнішньої реклами великого формату. Під час розробки сітілайтів та бігбордів враховано особливості сприйняття інформації у міському просторі та на великій відстані. У макетах використано великі контрастні шрифти, мінімальну кількість тексту та акцентування уваги на ключових візуальних елементах. Для реклами на транспорті було створено адаптовані макети з урахуванням специфіки зовнішньої реклами в русі та необхідності швидкого візуального контакту з аудиторією.

У процесі виконання роботи було застосовано сучасні принципи графічного дизайну та візуальної комунікації. Створені матеріали адаптовано до різних форматів друку та розміщення у громадському просторі. Використання єдиного стилістичного рішення дозволило забезпечити цілісність візуального супроводу мистецького заходу та сформувати впізнаваний образ культурної події.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у можливості використання створених візуально-інформаційних матеріалів у діяльності ГО «ДНІПРО АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ» для популяризації мистецьких заходів та організації культурних подій. Розроблений інформаційний продукт може бути

використаний для друкованого та зовнішнього рекламного супроводу заходів, а також для подальшого розвитку комунікаційної діяльності організації.

Таким чином, мету кваліфікаційної роботи — створення комплексу візуально-інформаційних матеріалів для мистецького заходу — було досягнуто, а поставлені завдання виконано у повному обсязі. Результати дослідження підтвердили важливість використання сучасних засобів візуальної комунікації для ефективного просування культурних подій та формування позитивного іміджу мистецьких організацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник культурної адаптації і соціалізації / О. П. Гаврилюк. Культурологічний альманах. 2023. Вип. 2. С. 225–231. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cultal_2023_2_33
2. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2023. № 3. С. 39–44. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5084/Visnyk_2023_3_n-39-44.pdf?sequence=1&isAllowed=y
3. Гайдамака О., Піщанська В. Роль медіа в поширенні мистецьких цінностей // [навчально-методичний матеріал]. С. 1-12 URL: https://lms.e-school.net.ua/meta_user/download/irex/Mystetstvo_9-klass/II_semestr/12/Prezentatsiia_do_vpravy_Rol_media_u_poshyrenni_mystetskykh_tsinnosti.pdf
4. Гончар К. Р. Соціальні мережі як інструмент сучасного мистецтва / К. Р. Гончар. Художня культура. Актуальні проблеми. 2019. Вип. 15(2). С. 13-16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/khud_kult_2019_15%282%29_4
5. Гордійчук, Я. Ю. (2024). СЕРВІСИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕРАКЦІЇ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ. Український мистецтвознавчий дискурс, (3), 34–42. URL: <https://doi.org/10.32782/uad.2024.3.5>
6. Денисюк Ж. З. Візуальна комунікація як феномен масової культури / Ж. З. Денисюк. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2022. № 2. С. 9-14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2022_2_4
7. Дерман Л. М., Кобилянська М. Ю. Театральне мистецтво як засіб соціокультурної комунікації в епоху цифрових технологій // [наукове видання]. 2022. Вип. 37. С. 33–37. URL:

<https://enpuirb.udu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/00450bd1-4f72-4954-bac1-af309e67e139/content>

8. Добровольська В. В., Пелешишин А. М., Вус В. А. Фактор соціальних мереж у завданнях захисту суспільного інформаційного образу закладів культури // Культурологія. С. 132–138. URL: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2018.153007>
9. Каретна О. О. Культура візуалізації в епоху цифрових технологій // [наукове видання]. С. 279–280. URL: <https://hdl.handle.net/11300/19196>
10. Колесник, Н. Є. (2026). ВІД ОРНАМЕНТУ ДО АЙДЕНТИКИ: ТРАНСФОРМАЦІЯ НАРОДНИХ МОТИВІВ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ДИЗАЙНІ. Український мистецтвознавчий дискурс, (1), 154–160. URL: <https://doi.org/10.32782/uad.2026.1.17>
11. Мацюра Є. К. Візуальні та аудіовізуальні комунікації в соціальній мережі «Інстаграм» як інструмент формування іміджу бренду» : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 "Журналістика" / наук. керівник Н. Д. Санакоєва. Запоріжжя : ЗНУ, 2025. 98 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/26335>
12. Найдьонова Л. М. Сприймання візуальної інформації в мережі Інтернет // [наукове видання]. С. 205–211. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/705486/1/2010_2.pdf
13. Наукові записки Інституту журналістики / за ред. В. В. Різуна. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2013. Т. 53. 382 с. URL: http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2022/06/NZ_80_22_web.pdf
14. Обласова, О., & Ривліна, В. (2025). Візуальна комунікація музейних закладів: виклики часу та сучасні технології. Синопис: текст, контекст, медіа, 31(4), 352–359. URL: <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2025.4.11>
15. Поплавський, М. (2020). Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс. Український інформаційний простір, (1(5), 12–27. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206043](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206043)

- 16.Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Ваклер, 2003. 656 с. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikacisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
- 17.Рудченко А. С. Візуалізація як тренд у сучасних конвергентних медіа // [наукове видання]. С. 68–71. URL: <https://jpvvs.donnu.edu.ua/article/view/3688>
- 18.Рижова І., Антипенко Є., Северін К., Пасічна Т., Бобровський І. Взаємодія графічного дизайну та реклами як засобу удосконалення масової комунікації: освітні виміри, підходи та перспективи // Humanities Studies. 2024. Вип. 18(95). С. 131–143. URL: <https://doi.org/10.32782/hst-2024-18-95-13>
- 19.Ситник О. Візуальна комунікація в системі композиційно-графічного моделювання інформаційних порталів // Серія «Педагогіка». С. 87–93. URL: https://pi.iod.gov.ua/images/pdf/2014_2/14.pdf
- 20.Сосницький, Ю. О. (2024). Принципи виразності в сучасних українських соціальних плакатах: візуальна мова часу змін. Вісник Харківської державної академії культури, (66), 42–58. URL: <https://doi.org/10.31516/2410-5333.066.04>
- 21.Тріщук Р. Л., Войтюк Т. О. Візуальний контент у соціальних мережах // Технологія і техніка друкарства. 2022. № 3(77). С. 73–81. DOI: 10.20535/2077-7264.3(77).2022.273829. URL https://www.researchgate.net/publication/369518103_Vizualnij_kontent_u_soc_ialnih_merezah
- 22.Хиневич Р. О.Формування візуального контенту в соціальних мережах: естетичні підходи та дизайнерські рішення / Теорія та практика дизайну. - 2025. - № 37 (3). - С. 444–450. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/31903/1/Khynevych%20R%20Ye_zhova%20a2%209f%2094_2025.pdf

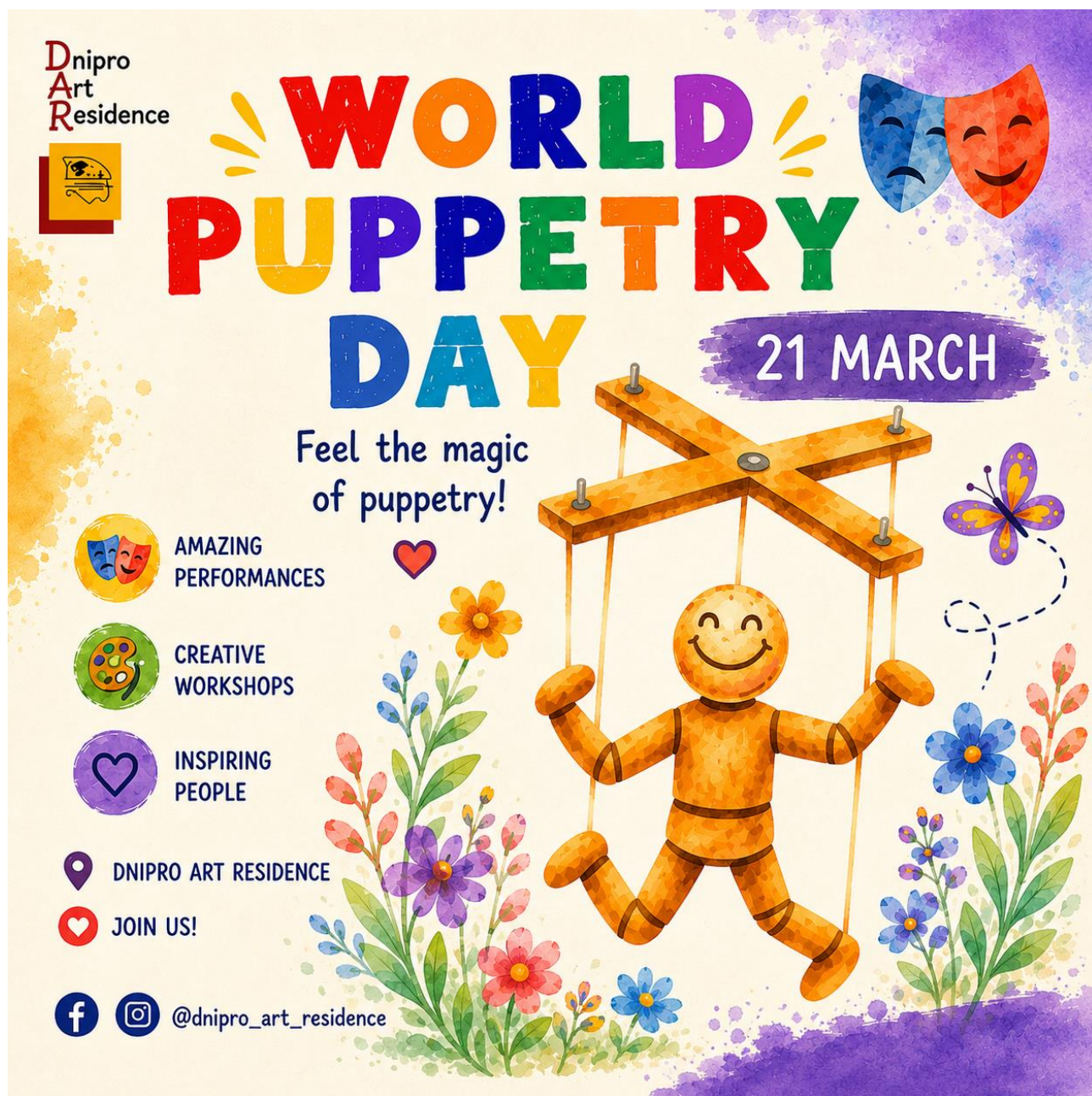
23. Череповська Н. І. Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення і творчого сприймання : методичні рекомендації до медіаосвітнього курсу «Медіакультура» для старшокласників . Київ, 2014. 114 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/706111/1/візуальна%20медіакультура%202014.pdf>
24. Череповська Н. І. Феномен візуального інформаційного простору: взаємодія людини і медіа // [наукове видання]. С. 58–86. URL: <http://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/феномен.-мпк.-віз.-медіасприймання.pdf>
25. Яворський О., Чернявський Т., Шинкарьов В., Акінчина А. Візуальна мова українських культурних та мистецьких просторів // Актуальні проблеми сучасного дизайну : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : КНУТД, 2022. С. 300–302. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/21031>

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток Б



Додаток В



Додаток Г



Додаток Г



Додаток Д



Додаток Е

