

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ

Навчально-науковий інститут деревообробних технологій і дизайну

Кафедра дизайну

**ЛИСЕЦЬКИЙ
БОГДАН МИХАЙЛОВИЧ**

УДК 7.012(084.5)

Кваліфікаційна робота магістерського рівня вищої освіти

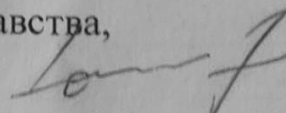
**Сучасний антивоєнний плакат:
проблематика, методика та практика
(з досвіду кафедри дизайну НЛТУ України)**

**Modern anti-war poster: problems, methodology and practice
(from the experience of the design department NLTU of Ukraine)**

спеціальність 022 «Дизайн»
галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Науковий керівник:

канд. мистецтвознавства,

доц. Ямаш Ю.В. 

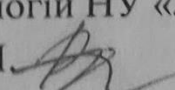
Рецензент:

канд. мистецтвознавства,

доцент кафедри графіки та мистецтва

книги Інституту поліграфії та

мультимедійних технологій НУ «Львівська

політехніка» Пелех М. І. 

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
Навчально-науковий інститут деревообробних технологій і дизайну

Кафедра _____ дизайну
Другий рівень вищої освіти _____ магістр
Спеціальність _____ 022 «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

д. пед. н., проф. Прусак В.Ф.

«22» 06 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

Лисеюкого Богдана Михайловича
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи Сучасний активістський плакат:
проблематика, методика та практика
() дослідж. кар'єри дизайну АПТУ України)

Науковий керівник роботи кауд. мет. доц. Яман Ю.В

Затверджені наказом університету № С-428 від 01 липня 2024 року.

2. Термін подання кваліфікаційної роботи до захисту 27 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані роботи Технічні параметри та
аналіз жанру виконання макету плакату,
принципи й методи зберігання друку,
класифікація жанру, особливості зберігання
техніки виконання, новітні методи

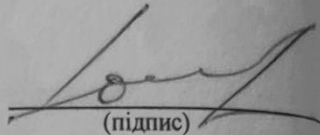
4. Зміст теоретичної частини (розділи, які потрібно розробити) 1. Вступ
обґрунтування актуальності, ситуаційне мети 2. Ву-
хажини та акції наук. доби російська 3. Приклади
і методи друку плакату 4. Духовні аспекти
активістського плакату і реакції власної концепції
Висновки, підсумок ілюстрації згідно Таратора.

5. Перелік практичної частини (графічний матеріал)

Практична частина має включати
роботу (графічні макети) плакатів.
Серія має складатися з 3-4 серій.

6. Дата видачі завдання 22 вересня 2024 р.

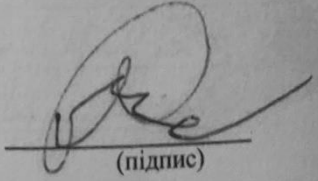
Науковий керівник роботи


(підпис)

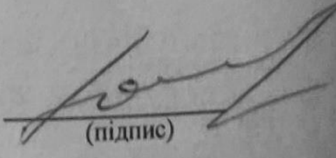
КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Інформаційний пошук.	вересень	вкл.
2	Формування зібраного матеріалу та визначення головних складових	вересень-жовтень	вкл.
3	Написання вступу.	жовтень	вкл.
4	Написання основної частини та перед проєктний пошук.	жовтень-листопад	вкл.
5	Написання висновків, оформлення списку використаних джерел та додатків.	листопад-грудень	вкл.
6	Оформлення рукопису кваліфікаційної роботи, перевірка на антиплагіат теоретичної частини. Виконання практичної частини.	грудень	вкл.
7	Рецензування, оформлення презентації та захист.	грудень	вкл.

Здобувач РВО «Магістр»


(підпис)

Науковий керівник роботи


(підпис)

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДЖЕРЕЛ ТА ОСНОВНІ ЧИННИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО АНТИВОЄННОГО ПЛАКАТУ.	14
1.1. Джерельна база дослідження антивоєнного плакату.....	14
1.2. Основні чинники впливу на формування сучасного антивоєнного плакату.....	15
Висновки по першому розділі.....	19
РОЗДІЛ 2. ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО АНТИВОЄННОГО ПЛАКАТУ	21
2.1. Принципи створення антивоєнного плакату.....	21
2.2. Методи проектування антивоєнного плакату.....	23
2.3. Практичні аспекти реалізації антивоєнних плакатів.....	25
Висновки до другого розділу.....	30
РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН СУЧАСНОГО АНТИВОЄННОГО ПЛАКАТУ: РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	33
3.1. Розробка концепції антивоєнного плакату.....	33
3.2. Візуальні та графічні засоби реалізації антивоєнного плакату.....	34
3.3. Реалізація антивоєнного плакату у соціокультурному просторі...	38
3.4 Авторські вироби.....	42
Висновки до третього розділу.....	50
ВИСНОВКИ	52

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	56

Актуальність теми і доцільність дослідження. Антивоєнний плакат – це не лише витвір мистецтва, а й інструмент, що має потужний вплив на суспільну свідомість. У контексті сучасної війни в Україні цей жанр набув особливого значення, адже слугує засобом протидії агресії, мобілізації суспільства та донесення правди про війну до світової спільноти. Антивоєнний плакат як засіб комунікації, зокрема, антивоєнний, що поєднує в собі простоту форми і глибину змісту. Його мета – миттєво привернути увагу і донести потужний меседж. В умовах війни в Україні плакат виконує одразу кілька функцій:

- **Інформаційну:** він розповідає про події війни, її жахи та наслідки, наприклад, через візуальні символи, що передають втрати цивільного населення .
- **Психологічну:** допомагає долати страх та підтримує дух нації, нагадуючи про спільну мету.
- **Протестну:** виражає гнів і незгоду з війною, викриває агресорів та апелює до суспільної справедливості.

Український антивоєнний плакат: унікальність у світовому контексті. З початком повномасштабної війни українські митці активно долучилися до створення антивоєнних плакатів. Їхні роботи отримали визнання не лише в Україні, але й за кордоном, оскільки вони звертаються до універсальних тем людяності, справедливості та миру.

Антивоєнний плакат звертається до світу. Антивоєнний плакат України став своєрідним "голосом народу". Завдяки соціальним мережам роботи українських дизайнерів, художників і фотографів поширюються по всьому світу, доносячи правду про війну до міжнародної аудиторії. Наприклад, плакат "Російський військовий корабель, йди..." став всесвітньо відомим символом українського спротиву.

Адаптація історичних традицій: Сучасні митці активно звертаються до естетики антивоєнних плакатів часів Першої та Другої світових воєн. Наприклад, у проєкті "Never Again Gallery" українські художники переосмислюють плакати 1940-х років, вплітаючи в них сучасну тематику, щоб нагадати світові про уроки історії.

Інноваційність: Сучасні антивоєнні плакати активно використовують нові технології, зокрема графічні редактори, цифрові платформи та інтерактивні елементи. Це дозволяє створювати роботи, які одночасно є мистецькими і доступними для широкої аудиторії. Емоційний і символічний вплив плакату Антивоєнний плакат має потужний емоційний заряд, що досягається завдяки використанню:

Символів війни: руїни, сліди бомбардувань, зображення знищених міст і сіл.

Образів жертв: жінок, дітей, літніх людей, які потерпають від війни.

Кольорів: чорний як символ трагедії, червоний – крові, жовто-блакитний – національного духу та надії.

Плакат виступає не лише як естетичний об'єкт, але й як спосіб вплинути на свідомість, викликати емпатію, протест або бажання діяти. Це особливо важливо в умовах інформаційної війни, коли емоційний вплив на аудиторію є ключовим.

Використання плакату в Україні

Антивоєнні плакати використовуються в Україні у різних контекстах:

- У соціальних мережах: для поширення інформації та мобілізації підтримки.
- На акціях протесту: як спосіб висловлення позиції проти війни та окупації. Наша кафедра також брала участь в аналогічних акціях протесту, як і університет так і коледж.
- У міжнародних ініціативах: плакати стають частиною виставок і кампаній, спрямованих на залучення уваги міжнародної спільноти.

Наприклад, плакати українських художників експонуються в європейських музеях, таких як Музей історії Берліна, і слугують нагадуванням про необхідність підтримки України. Актуальність у світовому масштабі

Антивоєнний плакат має значення не лише для України, але й для всього світу. У глобалізованому суспільстві війна в одній країні впливає на інші. Плакати, створені в Україні, звертаються до людяності кожного, незалежно від кордонів, і нагадують про цінність миру. Крім того, вони піднімають глобальні питання про етику війни, захист цивільного населення і відповідальність міжнародних організацій.

Зв'язок роботи з науковими програмами та темами кафедри дизайну НЛТУ України. На кафедрі дизайну були і є співпадіння з навчальним процесом, ми проходили теми і створювали власний антивоєнний плакат. Дослідження сучасного антивоєнного плакату тісно пов'язане з кількома актуальними напрямками наукових програм, що охоплюють питання мистецтва, дизайну, культури, соціології та психології. У сучасних умовах глобалізації, інформаційних воєн та конфліктів мистецькі форми, такі як антивоєнний плакат, набувають міждисциплінарного значення, слугуючи одночасно об'єктом дослідження і практичним інструментом впливу.

Дослідження антивоєнного плакату відповідає стратегічним завданням наукових програм України, пов'язаних із вивченням культури та мистецтва в умовах воєнного стану. Зокрема, ця робота має відношення до:

Програми розвитку національної ідентичності через мистецтво та культуру: Вивчення антивоєнного плакату сприяє розумінню ролі мистецтва у формуванні національного духу, збереженні культурної спадщини та підтримці стійкості суспільства; Дослідження креативних індустрій України в умовах кризових ситуацій. Плакат є складовою креативної індустрії, яка відіграє важливу роль у сучасній інформаційній війні та комунікації з міжнародною спільнотою.

Зв'язок із глобальними науковими темами. На міжнародному рівні робота відповідає тематиці досліджень про вплив мистецтва на соціальні процеси, а також про роль візуальної культури у формуванні суспільної думки.

3. Інтеграція з освітніми програмами

Робота знаходиться у прямому зв'язку з дисциплінами, що викладаються в освітніх програмах спеціальностей, пов'язаних із дизайном, мистецтвознавством, комунікаціями.

Практична спрямованість роботи

Робота також має прикладне значення, яке підтримується науковими темами, пов'язаними із розробкою практичних рекомендацій для дизайнерів та митців. Її результати можуть бути інтегровані в:

- Створення сучасних антивоєнних плакатів для соціальних і культурних проєктів.
- Освітні програми для навчання митців і дизайнерів.
- Міжнародні кампанії, спрямовані на підтримку миру та захист прав людини.

Метою роботи є дослідження та аналіз антивоєнного сучасного плакату

Для досягнення мети визначено такі **завдання**:

1. Проаналізувати літературу з тематики антивоєнного плакату, окреслити джерельну базу та методику дослідження;
2. Виявити основні принципи та методи створення сучасного антивоєнного плакату;
3. Проаналізувати вплив соціальних, психологічних та культурних аспектів на створення плакатів і їхню ефективність у комунікації;
4. Охарактеризувати та проаналізувати приклади реалізації антивоєнних плакатів у міжнародному та українському контексті;

5. Обґрунтувати естетичні та функціональні рішення в дизайні антивоєнних плакатів, враховуючи сучасні технології, символіку, кольорові та типографічні засоби;
6. Розробити авторську концепцію сучасного антивоєнного плакату, що базується на отриманих теоретичних і практичних результатах дослідження.

Об'єктом дослідження глобальні кризові ситуації пов'язані з війною та їх вплив на дизайнерські рішення антивоєнний плакат

Предметом дослідження є антивоєнний плакат як засіб візуальної комунікації, його естетичні, функціональні та соціокультурні аспекти, що впливають на сприйняття та ефективність впливу на аудиторію.

Методологічною основою роботи. Методологічною основою роботи є системний, історичний, культурологічний, семіотичний та соціологічний підходи, які дозволили всебічно дослідити антивоєнний плакат як соціокультурний феномен. !!! аналіз візуальних символів, знаків, кольору та типографіки, а також вивчення реакції аудиторії через фокус-групи та медіааналіз. Практична реалізація плакатів включала дизайнерський експеримент із використанням сучасних інструментів графічного дизайну. Ці підходи забезпечили комплексне дослідження плакату та розробку практичних рекомендацій.

Історичний метод. Проаналізовано розвиток антивоєнного плакату від його зародження у період Першої світової війни до сучасності. Історичний підхід допоміг виявити ключові етапи еволюції протестного мистецтва та його зв'язок із соціально-політичними подіями.

Семіотичний аналіз. Досліджено використання символів, кольорів, типографіки та інших графічних елементів у плакатах для передачі основних ідей і меседжів. Метод дозволив оцінити візуальну ефективність плакатів і зрозуміти їхній вплив на аудиторію.

Культурологічний метод. Проаналізовано взаємодію антивоєнного плакату з культурним і соціальним середовищем, його здатність інтегруватися в різні культурні контексти та працювати з глобальними аудиторіями.

Соціологічний метод.

Для оцінки сприйняття плакатів було проведено фокус-групи та анкетування, що дозволило визначити емоційний вплив візуальних матеріалів на представників різних соціальних груп.

Дизайнерський експеримент.

Розроблено та протестовано концепції антивоєнних плакатів із використанням сучасного програмного забезпечення (Adobe Photoshop, Illustrator). Це дозволило створити кілька варіантів плакатів і оцінити їхню ефективність у реальному та цифровому середовищах.

Аналіз цифрових платформ.

Досліджено роль соціальних мереж у поширенні антивоєнних плакатів. Проведено моніторинг реакцій на плакати у платформах Instagram, Twitter і Facebook, що дозволило визначити, які формати є найефективнішими у цифровому просторі.

Комбінація зазначених методів забезпечила глибокий аналіз антивоєнного плакату як соціокультурного явища, його впливу на громадську думку та можливостей інтеграції у сучасний медіапростір.

Експериментальна база дослідження

Експериментальна база дослідження включає аналіз історичних і сучасних антивоєнних плакатів, зібраних із різних джерел: друкованих видань, цифрових архівів, колекцій міжнародних організацій, таких як Amnesty International, Greenpeace та Poster House. Додатково досліджено плакати, створені незалежними митцями під час актуальних військових конфліктів, зокрема війни в Україні.

Для тестування ефективності розроблених концепцій плакатів використовувались фокус-групи, які включали представників різних соціальних та вікових категорій. Їхня реакція на запропоновані візуальні матеріали аналізувалася для вдосконалення концепцій та адаптації до потреб аудиторії.

Також як експериментальна база дослідження виступали виставкові платформи та соціальні мережі, де здійснювалося поширення плакатів для оцінки їхнього впливу на громадську думку. Аналіз цифрових платформ, таких як Instagram, Twitter та Facebook, дозволив визначити ключові тренди у створенні та поширенні антивоєнного мистецтва.

Дані, отримані в ході експериментів, сприяли формуванню рекомендацій щодо ефективного використання плакатів у громадських просторах, цифровому середовищі та соціокультурних ініціативах.

Практичне значення. Практичне значення дипломного проєкту полягає у можливості застосування його результатів для розробки ефективних візуальних комунікацій у контексті антивоєнної тематики. Основні результати дослідження можуть бути використані:

У створенні соціальних кампаній. Отримані рекомендації щодо проєктування антивоєнного плакату сприятимуть підвищенню ефективності соціальних ініціатив, спрямованих на боротьбу з насильством та пропаганду миру. Інструменти і методи, описані у роботі, допоможуть привернути увагу аудиторії та забезпечити розповсюдження ключових меседжів.

У візуалізації громадських протестів.

Результати дослідження можуть бути використані активістами та громадськими організаціями для створення візуальних матеріалів, які ефективно комунікуватимуть ідеї миру та привертатимуть увагу до важливих соціальних проблем.

У освітній сфері.

Робота може слугувати основою для створення навчальних матеріалів для студентів мистецьких та дизайнерських спеціальностей. Вона допоможе майбутнім фахівцям зрозуміти специфіку проектування протестного мистецтва та значення соціально спрямованого дизайну.

У професійній діяльності дизайнерів.

Отримані результати є корисними для дизайнерів, які працюють над проектами соціального спрямування. Робота пропонує інструменти для поєднання естетики, функціональності та комунікативної ефективності у створенні антивоєнних плакатів.

У просвітницьких та культурних ініціативах.

Рекомендації щодо реалізації антивоєнного плакату у соціокультурному просторі можуть бути використані для організації виставок, публічних заходів та акцій, спрямованих на підвищення обізнаності суспільства щодо наслідків війни та важливості миру.

Практичні аспекти роботи дозволяють інтегрувати протестне мистецтво у сучасний соціокультурний простір, роблячи його важливим інструментом соціальних змін, культурного впливу та громадського активізму.

Структура та обсяг роботи

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Вступ: обґрунтування актуальності, мета, завдання, методи дослідження.

Розділ 1: аналіз джерельної бази та чинників формування антивоєнного плакату.

Розділ 2: принципи, методи та інструменти створення антивоєнного плакату.

Розділ 3: розробка авторської концепції та практичне впровадження.

Висновки: підсумок досягнення мети та виконання завдань.

Додатки: ескізи, приклади плакатів, результати фокус-груп.

Обсяг роботи: 71 сторінок тексту, з яких основна частина займає 58 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ДЖЕРЕЛ ТА ОСНОВНІ ЧИННИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО АНТИВОЄННОГО ПЛАКАТУ

1.1. Джерельна база дослідження антивоєнного плакату

Антивоєнний плакат є унікальним мистецьким явищем, яке поєднує у собі візуальну естетику, політичну ідеологію та суспільні настрої. Джерельна база його дослідження має міждисциплінарний характер, оскільки охоплює історичні документи, теоретичні праці з мистецтва й графічного дизайну, а також сучасні візуальні матеріали, що відображають трансформацію протестної культури.

Першорядне значення у дослідженні мають історичні джерела. Плакати періоду Першої та Другої світових воєн стали одними з перших масових засобів протесту проти війни, часто використовуючи сатиричні або драматичні образи, що апелювали до людських емоцій. Зокрема, у працях дослідників зазначено, що антивоєнні плакати цього періоду не лише слугували способом протесту, а й виконували роль політичної агітації. Їхній вплив базувався на простоті подачі меседжу та його емоційній насиченості [15].

Наукові праці у сфері графічного дизайну, такі як дослідження Ріка Пойнора [14], розглядають антивоєнний плакат як важливу частину протестної культури ХХ століття. Плакати, створені під час війни у В'єтнамі, стали знаковими прикладами мистецтва, яке мінімалістичними, але глибоко емоційними образами, такими як силуети жертв війни чи знаки миру, викликало сильний резонанс серед населення.

Окрім друкованих джерел, сучасні дослідження спираються на цифрові архіви та онлайн-ресурси. Такі платформи, як International Poster Gallery [8] та Poster House [13], пропонують величезний обсяг як історичних, так і сучасних плакатів, які демонструють трансформацію візуальної культури

під впливом нових технологій. Вони дозволяють простежити, як митці адаптують традиційні візуальні методи до потреб цифрової епохи, створюючи плакати, що інтегруються в інтернет-простір.

Крім того, варто відзначити дослідження, які акцентують увагу на ролі антивоєнного плакату в соціальному контексті. Наприклад, у роботі Марії Левашової [1] висвітлюється роль художника як активного учасника громадського протесту, а також як посередника між суспільством та політичними структурами. Плакат розглядається як дзеркало суспільних настроїв і потужний інструмент критики соціальних проблем.

Таким чином, джерельна база дослідження антивоєнного плакату включає історичні зразки, теоретичні праці, сучасні цифрові архіви та соціокультурні аналізи. Ця багатогранна основа дозволяє комплексно вивчати феномен антивоєнного мистецтва, оцінюючи його естетичну та суспільну значущість.

1.2. Основні методи дослідження дизайну антивоєнного плакату
Формування сучасного антивоєнного плакату є результатом дії багатьох взаємопов'язаних факторів, які визначають його візуальний стиль, ідеологічний зміст та способи комунікації з аудиторією. З огляду на глобальні виклики XXI століття, плакат перетворився з локального інструменту протесту на важливий компонент міжнародного інформаційного поля.

Першим ключовим чинником є соціально-політичний контекст, у якому виникає антивоєнне мистецтво. Війни, конфлікти та гуманітарні кризи задають тематику більшості сучасних плакатів. Зокрема, війна в Україні стала джерелом для створення численних антивоєнних плакатів, які через символічні образи, такі як зруйновані міста чи зображення біженців, акцентують увагу на людських трагедіях і закликають до солідарності. Дослідники зазначають, що антивоєнний плакат цього періоду орієнтується

на глобальну аудиторію, використовуючи універсальні символи та просту, але потужну мову візуальних образів [15].

Другим важливим чинником є розвиток технологій. Завдяки цифровим інструментам, таким як Adobe Photoshop, Canva та інші графічні редактори, створення плакатів стало доступним для більшої кількості митців. Водночас соціальні мережі, зокрема Instagram і Facebook, дозволяють поширювати антивоєнні меседжі практично миттєво, охоплюючи мільйони людей. Сучасний плакат часто інтегрує мультимедійні елементи, такі як анімація чи інтерактивні компоненти, які роблять його більш помітним у цифровому просторі [10].

Третім фактором є економічна доступність створення та поширення антивоєнного мистецтва. Сучасні цифрові платформи знижують витрати на друк і розповсюдження, що дозволяє незалежним художникам впливати на суспільну думку без великих бюджетів. Більше того, міжнародні правозахисні організації, такі як Amnesty International, активно фінансують створення антивоєнної графіки, використовуючи її у своїх кампаніях проти збройних конфліктів [2].

Четвертий чинник стосується культурного контексту. Антивоєнний плакат завжди рефлексує над культурними реаліями свого часу, інтегруючи символіку, знайому аудиторії. Наприклад, традиційні символи миру, такі як голуб чи знак «пейс», адаптуються до нових умов, стаючи частиною сучасної візуальної культури. Мінімалістичний дизайн та яскраві кольори, які стали популярними в графічному дизайні XXI століття, використовуються для створення максимально виразних та запам'ятовуваних образів [14].

П'ятий фактор – це психологічний вплив антивоєнного мистецтва. Художники використовують емоційно насичені образи, що викликають співчуття та бажання діяти. Наприклад, зображення постраждалих дітей чи

руйнувань є потужними інструментами, що апелюють до гуманності глядача. Ця стратегія базується на дослідженнях у сфері візуальної комунікації, які підкреслюють важливість емоційної реакції для формування громадської думки [1].

Останній, але не менш важливий чинник – вплив міжнародних організацій та активістських рухів. Багато плакатів створюються в рамках кампаній правозахисних організацій, таких як Greenpeace або Human Rights Watch. Ці роботи мають чітко визначену мету: закликати до припинення війни, підтримувати гуманітарні ініціативи чи підвищувати обізнаність про наслідки конфліктів. Такий контекст додає плакатам якості соціального документа, що поєднує мистецьку цінність із функціональністю [2, 13].

Таким чином, формування сучасного антивоєнного плакату є багатограним процесом, у якому переплітаються технологічні можливості, культурні особливості, економічні реалії та соціально-політична дійсність. Кожен із цих чинників визначає специфіку цього жанру, зберігаючи його актуальність як інструмента впливу та комунікації.

Методологія досліджень тематики дизайн антивоєнного плакату

Аналіз антивоєнного плакату потребує міждисциплінарного підходу, який охоплює методи історичного, культурологічного, семіотичного та соціологічного аналізу. Кожен із цих методів дає змогу оцінити різні аспекти плакатного мистецтва, від його естетичних характеристик до впливу на суспільство.

Історичний підхід до аналізу антивоєнного плакату дозволяє простежити його розвиток у контексті різних епох. Вивчення плакатів у хронологічному порядку дає змогу зрозуміти, як змінювалися ідеї протесту та їх візуальна мова під впливом соціально-політичних умов. Наприклад, у праці Тейлора зазначено, що плакати Першої світової війни відображали більш прямолінійну форму протесту, у той час як роботи періоду В'єтнамської

війни демонстрували складнішу символіку і візуальні метафори [15]. Культурологічний підхід зосереджений на вивченні взаємодії антивоєнного плакату з культурними кодами та символами. Символіка миру, часто використовується в плакатах для комунікації універсальних меседжів. У дослідженні Філіпа Меггса підкреслюється, що використання культурно впізнаваних символів допомагає митцям донести меседж навіть до аудиторії з різними мовними чи культурними бар'єрами [12].

Семіотичний аналіз дозволяє дослідити, як плакати використовують знаки, символи й кольори для передачі сенсів. Наприклад, червоний колір часто асоціюється з насильством чи попередженням, тоді як зелений може символізувати мир чи надію. Роботи Барта [3] демонструють, як навіть прості графічні елементи можуть бути насичені глибоким символічним змістом. Семіотичний підхід є особливо важливим для аналізу сучасних плакатів, створених у цифрову епоху, коли символіка часто комбінується з мультимедійними елементами.

Соціологічний підхід фокусується на вивченні впливу антивоєнного плакату на аудиторію. Наприклад, плакати можуть бути спрямовані на різні соціальні групи — від політичних активістів до широкої громадськості. Дослідники, такі як Маннович, наголошують, що антивоєнний плакат є засобом не лише протесту, а й мобілізації суспільства до дій [10].

Мультидисциплінарний характер аналізу дозволяє об'єднати ці підходи, створюючи повну картину впливу антивоєнного плакату. Наприклад, історико-культурологічний аналіз може допомогти вивчити вплив політичної ситуації на вибір символів, тоді як семіотичний та соціологічний підходи фокусуються на тому, як ці символи сприймаються аудиторією. Таким чином, методологія аналізу антивоєнного плакату є комплексною та багатогранною, що дозволяє дослідити його як явище мистецтва, комунікації та соціального протесту.

Висновок до Розділу 1

У першому розділі роботи було розглянуто основні теоретичні аспекти, які формують фундамент для дослідження антивоєнного плакату як феномену мистецтва, комунікації та соціальної активності. Проведений аналіз джерельної бази показав, що антивоєнний плакат має глибокі історичні корені, розвивається під впливом соціально-політичних подій та відображає еволюцію протестного мистецтва у різні історичні епохи.

Джерельна база дослідження охоплює широкий спектр матеріалів: архівні документи, історичні плакати, наукові праці з теорії графічного дизайну, культурології та соціальної комунікації, а також сучасні цифрові ресурси. Аналіз таких джерел, як роботи Тейлора, Пойнора та Барта, дозволив виявити роль антивоєнного плакату як засобу візуальної агітації та соціальної критики. Важливим аспектом стало розуміння, як сучасні технології розширили межі поширення антивоєнних меседжів, інтегруючи їх у цифровий простір, що забезпечує миттєве охоплення глобальної аудиторії.

Дослідження основних чинників впливу на формування антивоєнного плакату виявило багатогранність цього явища. Соціально-політичний контекст, зокрема війни, гуманітарні кризи та громадські протести, виступає визначальним фактором у створенні плакатів. Технологічний прогрес сприяє появі нових засобів реалізації плакатів, таких як інтерактивні формати, цифрові зображення та адаптація для соціальних мереж. Економічна доступність технологій, зокрема використання програмного забезпечення для графічного дизайну, розширила коло митців, здатних створювати високоякісні антивоєнні плакати. Водночас культурні реалії, зокрема універсальні символи миру (голуб, оливкова гілка), забезпечують зрозумілість меседжу для аудиторій із різних країн.

Методологічні підходи до аналізу антивоєнного плакату включають історичний аналіз, який дозволяє простежити еволюцію протестного мистецтва у різні періоди; культурологічний підхід, що розкриває зв'язок плакату з суспільними цінностями та ідеологіями; семіотичний аналіз, що фокусується на символах і знаках, використаних у плакатах; а також соціологічний аналіз, який досліджує реакцію аудиторії на візуальні меседжі. Виявлено, що комплексне застосування цих методів забезпечує глибоке розуміння антивоєнного плакату як соціокультурного явища.

Таким чином, перший розділ виконує важливу функцію: він формує теоретичну основу для подальших розділів роботи, присвячених принципам і методам створення сучасного антивоєнного плакату, а також дослідженню його впровадження у соціокультурний простір. Отримані результати підтверджують, що антивоєнний плакат є універсальним інструментом комунікації, здатним впливати на суспільну свідомість, мобілізувати громадськість і сприяти утвердженню ідеалів.

РОЗДІЛ 2

ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО АНТИВОЄННОГО ПЛАКАТУ

2.1. Композиційні принципи створення антивоєнного плакату

Створення сучасного антивоєнного плакату базується на певних принципах, які забезпечують його ефективність як засобу візуальної комунікації та емоційного впливу. Ці принципи розроблені на основі естетичних, психологічних та соціальних факторів, які формують сприйняття плакату аудиторією.

Принцип емоційного впливу є одним із ключових у створенні антивоєнного плакату. Головна мета художника — викликати у глядача сильну емоційну реакцію, яка спонукає до осмислення проблеми війни та дії на підтримку миру. Використання драматичних образів, таких як зруйновані міста, страждання дітей чи символи, що асоціюються з війною, є ефективним способом досягнення цього ефекту [15]. Наприклад, у сучасних плакатах часто застосовуються мінімалістичні композиції, де один центральний образ, наприклад, голуб миру на фоні руїн, передає головний меседж.

Принцип простоти та ясності забезпечує швидке сприйняття інформації. Плакат як жанр вимагає максимальної лаконічності у візуальному та текстовому оформленні. Надмірне використання деталей або складні композиції можуть відволікати увагу від головної ідеї. Як зазначає Філіп Меггс, успішний плакат будується навколо однієї ключової ідеї, яка має бути зрозумілою навіть при швидкому перегляді [12].

Принцип універсальності символів спрямований на те, щоб плакат був зрозумілим для широкої аудиторії, незалежно від її культурного чи мовного середовища. Символіка миру, наприклад, голуб чи знак «пейс», має глибокий культурний сенс і впізнаваність у різних країнах. Також митці

інтегрують сучасні символи, які відображають актуальні події, такі як військові дрони або розбиті смартфони, що додають плакатам сучасного контексту [3].

Принцип інтерактивності та адаптивності є важливим для плакатів, створених у цифрову епоху. Завдяки соціальним мережам антивоєнні плакати можуть стати інтерактивними: користувачі можуть ділитися ними, додавати до них свої коментарі чи редагувати для персоналізації. Це дозволяє розширити вплив плакату та залучити нові аудиторії. Як зазначає Лев Маннович, цифрові платформи дають митцям унікальну можливість для миттєвої комунікації зі світом [10].

Принцип залучення аудиторії до соціальної дії визначає практичну мету плакату. Він не лише привертає увагу до проблеми, а й мотивує глядачів до активних дій: участі у мирних маршах, донатах на підтримку постраждалих чи поширення інформації. Плакати Amnesty International часто використовують цей принцип, додаючи QR-коди для переходу на сторінки з інформацією чи петиціями [2].

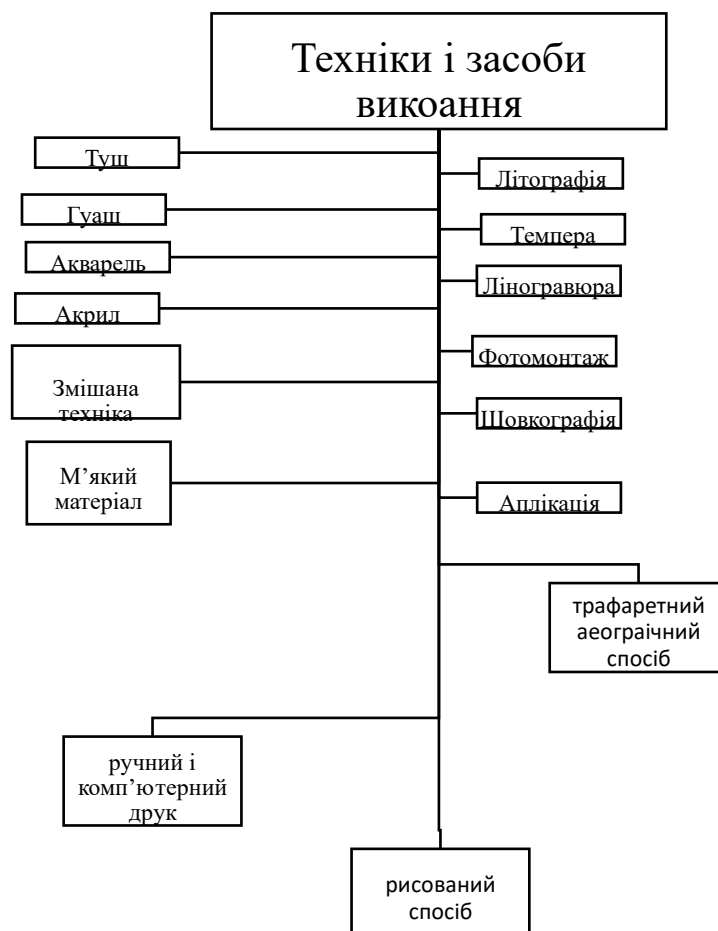
Принцип естетичної привабливості забезпечує візуальну привабливість плакату, що дозволяє йому виділятися серед інших візуальних матеріалів. Використання контрастних кольорів, сучасної типографіки та унікальних художніх стилів робить плакат цікавим для глядача і сприяє запам'ятовуванню меседжу. Як зазначає Пойнор, хороший плакат — це не лише інструмент протесту, а й твір мистецтва, який має цінність навіть поза його соціальною функцією [14].

Таким чином, принципи створення антивоєнного плакату формують його ідейну та естетичну основу, що забезпечує ефективність його впливу на аудиторію. Вони об'єднують емоційний вплив, універсальність меседжів, простоту форми та інтерактивність, що робить плакат потужним засобом соціальної комунікації.

2.2. Технічні методи створення антивоєнного плакату

Проектування антивоєнного плакату передбачає використання комплексу методів, які враховують естетичні, технологічні та соціальні особливості сучасного суспільства. Ці методи орієнтовані на створення потужного візуального продукту, який ефективно передає меседж миру та заклик до дії.

Метод концептуального дизайну формує ідейну основу плакату. На початковому етапі визначається основний меседж, який плакат має донести до аудиторії. Концептуальний підхід включає аналіз соціально-політичного контексту, актуальних проблем і потреб аудиторії. Наприклад, у роботах періоду війни у В'єтнамі концептуальні рішення базувалися на метафорах жертв війни, щоб викликати емоційний відгук [1, 2].



Метод візуальної метафори є одним із найбільш потужних способів передати складні ідеї через прості символи. Наприклад, зображення

тріснутого символу миру чи оливкової гілки може одночасно символізувати конфлікт і надію на його завершення. Дослідження візуальної семантики Барта показують, що символічні образи є універсальними для багатьох культур і легко інтерпретуються [3, 4].

Метод візуального акценту використовує текст як ключовий елемент плакату. Графічно виразний текст привертає увагу до головної ідеї, забезпечуючи швидке сприйняття меседжу. Типографіка часто комбінується з іншими візуальними елементами для створення сильного емоційного впливу. Наприклад, шрифти з нерівними краями символізують нестабільність або насильство [5, 6].

Метод психологічний враховує вплив кольорів на емоційний стан глядача. Червоний колір використовується для передачі небезпеки, насильства чи попередження, тоді як зелений асоціюється з миром і надією. Контрастні кольори допомагають створити візуальний акцент, що робить плакат помітним серед інших візуальних матеріалів [7, 8].

Метод документального зображення базується на використанні реальних фотографій, що підкреслюють автентичність і серйозність проблеми. Зображення біженців, руїн або страждань цивільних людей додають роботам глибокого емоційного ефекту. Amnesty International та Human Rights Watch активно застосовують цей метод у своїх кампаніях

Метод інтерактивного дизайну інтегрує елементи, які дозволяють аудиторії взаємодіяти з плакатом. Це можуть бути QR-коди, анімовані елементи чи інтерактивні посилання для поширення в соціальних мережах. Цей підхід допомагає збільшити охоплення та залученість аудиторії [11, 12].

Метод адаптації до цифрових платформ передбачає створення плакатів, які ефективно працюють у форматах соціальних мереж та

інших онлайн-ресурсів. Це включає оптимізацію зображень для різних екранів, використання коротких текстів і динамічних елементів [13, 14].

Метод колаборації включає залучення аудиторії до створення чи поширення плакатів. Наприклад, організація конкурсів на найкращий антивоєнний плакат сприяє активній участі громадськості в антивоєнних кампаніях. Це не лише підвищує інтерес до теми, а й забезпечує створення різноманітних варіантів меседжів [15, 16].

Таким чином, сучасні методи проектування антивоєнного плакату поєднують традиційні дизайнерські прийоми з інноваційними підходами, що дозволяє створювати ефективні засоби комунікації та соціального впливу.

2.3. Практичні аспекти реалізації антивоєнних плакатів

Реалізація антивоєнних плакатів передбачає вирішення низки практичних завдань, пов'язаних із технічними, художніми та організаційними аспектами. Ці завдання спрямовані на забезпечення ефективності комунікації, відповідності технічним стандартам та досягнення максимального впливу на цільову аудиторію.

1. Вибір технічних засобів та матеріалів.

На етапі реалізації плакатів вибір технічних засобів та матеріалів є вирішальним, оскільки він визначає якість виконання та ефективність сприйняття. Важливо враховувати середовище, в якому плакати будуть поширюватися: друковане чи цифрове.

Для друкованих плакатів основними аспектами є вибір високоякісного паперу, що забезпечує довговічність і стійкість до зовнішніх впливів. Важливу роль відіграє використання стійких фарб, які не втрачають яскравості під впливом сонячного світла або вологи. Розмір друкованих плакатів повинен бути оптимальним для конкретного середовища: формат А3 або А2 для внутрішніх приміщень, А1 чи більший для вуличної реклами.

Друк повинен виконуватися з високою роздільною здатністю (300 DPI), щоб деталі зображення та тексту були чіткими.

У цифровому середовищі створення плакатів передбачає адаптацію до різних форматів екранів. Наприклад, для соціальних мереж потрібні специфічні розміри зображень: квадратна орієнтація (1080x1080 пікселів) для Instagram, вертикальна (1080x1920 пікселів) для TikTok або Stories, горизонтальна (1200x675 пікселів) для Twitter. Також слід враховувати швидкість завантаження контенту, тому зображення зберігаються у форматах JPEG або PNG з оптимізацією для веб.

Крім того, у цифрових плакатах можливе використання анімаційних або інтерактивних елементів, таких як GIF чи відео, що дозволяють зробити контент динамічнішим і привабливішим для аудиторії. Важливим є забезпечення сумісності плакатів із різними пристроями, зокрема смартфонами, планшетами та комп'ютерами.

Таким чином, правильний вибір технічних засобів і матеріалів для друкованих та цифрових плакатів є ключовим фактором для досягнення ефективної комунікації та максимального впливу на аудиторію.

2. Використання сучасного програмного забезпечення.

Розробка плакатів у XXI столітті неможлива без застосування програмних продуктів, таких як Adobe Photoshop, CorelDRAW, Figma, Affinity Designer, Illustrator чи Canva. Ці інструменти дозволяють створювати як статичні зображення, так і анімаційні чи інтерактивні плакати, які стають дедалі популярнішими в цифровому середовищі [2].

Сучасне програмне забезпечення відкриває можливості для створення високоякісних візуальних матеріалів, які відповідають вимогам як друкованих, так і цифрових форматів. Наприклад, використання Photoshop дозволяє працювати з графікою на рівні пікселів, забезпечуючи деталізацію кожного елементу, тоді як Figma та Canva стали незамінними для командної

роботи завдяки функціям спільного редагування в реальному часі. Окрім того, програмне забезпечення, таке як After Effects або Blender, дозволяє інтегрувати у плакат елементи тривимірної графіки чи створювати захопливі анімації. Такі можливості значно розширюють межі стандартного розуміння плакату, роблячи його інтерактивним інструментом для привернення уваги аудиторії в умовах високої конкуренції інформаційного простору.

Важливим аспектом використання цих програм є їх інтеграція з хмарними сервісами, такими як Google Drive чи Adobe Creative Cloud, що дозволяє дизайнерам працювати над проєктами з будь-якої точки світу та швидко ділитися результатами з колегами чи замовниками. Таким чином, сучасне програмне забезпечення стало ключовим фактором ефективності та якості дизайну плакатів у XXI столітті.

3. Колір та композиція.

Реалізація плакату потребує ретельного підбору кольорової гами та продуманого розташування елементів, оскільки ці аспекти визначають перше враження глядача та сприйняття меседжу. Кольорова гама має великий вплив на емоційний стан і асоціації глядача. Наприклад, червоний і чорний кольори підсилюють драматизм і передають протест або небезпеку, тоді як пастельні тони, як-от блідо-рожевий чи світло-зелений, асоціюються з надією та миром. Контрастні комбінації, такі як жовтий із чорним, привертають увагу та підкреслюють терміновість повідомлення.

Композиція плакату забезпечує гармонійне розташування текстових і візуальних елементів, щоб привернути увагу й зробити основну ідею легко зрозумілою. Центральний фокус часто використовується для розміщення ключових елементів, таких як зображення чи текст, тоді як негативний простір допомагає уникнути візуального перевантаження, акцентуючи

увагу на головному. Важливим є баланс між різними частинами плакату, щоб створити динамічний і естетично привабливий вигляд.

Колір і композиція працюють разом для створення емоційного впливу, забезпечуючи швидке та ефективне сприйняття інформації глядачем. Гармонійне поєднання цих елементів робить плакат не лише привабливим, а й функціональним, сприяючи досягненню його основної мети – донесення ідеї та виклику емоційного відгуку.

4. Адаптація для різних платформ.

Сучасні антивоєнні плакати все частіше використовуються в цифровому середовищі, де кожна платформа має свої особливості й вимоги до формату контенту. Щоб забезпечити ефективність таких плакатів, необхідно враховувати технічні параметри та особливості аудиторії кожної платформи. Окремо варто зазначити адаптацію для друкованих платформ, якщо плакат розповсюджується як афіша, листівка або банер. Для цього важливо врахувати високу роздільну здатність (300 DPI), правильний вибір кольорової моделі (CMYK для друку) та відповідний розмір (наприклад, формат A3, A2 або A1 для афіш).

Таким чином, адаптація антивоєнних плакатів для різних платформ є важливим етапом, який забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією. Правильний формат, якість зображення, відповідність вимогам платформи та врахування особливостей користувачів кожної з них допомагають максимізувати вплив плакатів у цифровому та фізичному середовищах.

5. Взаємодія з аудиторією.

Практична реалізація плакатів включає важливий аспект – взаємодію з аудиторією. У сучасному світі, де увага людей часто розпорошується через інформаційний перевантаження, інтерактивні рішення стають потужним інструментом залучення глядачів до спільних дій і підвищення ефективності комунікації.

Одним із найпоширеніших інтерактивних елементів є QR-коди, які додаються до дизайну плакату. Ці коди можна легко відсканувати смартфоном, що дозволяє миттєво перенаправити аудиторію на петиції, благодійні сайти, інформаційні ресурси або навіть інтерактивні сторінки, які розширюють тему плакату. Наприклад, QR-код може вести на сторінку збору коштів для допомоги постраждалим від війни, петицію проти агресії чи інформаційний сайт із деталями про проблему, порушену в плакаті. Іншим важливим способом взаємодії є інтеграція посилань на соціальні мережі, де аудиторія може поширювати плакат, залишати коментарі або приєднуватися до дискусій. Це сприяє створенню спільноти однодумців і залученню нових людей до обговорення теми. Наприклад, антивоєнні плакати, які поширюються в соціальних мережах із відповідними хештегами (#StopTheWar, #PeaceNow), часто створюють ефект вірусного розповсюдження, охоплюючи дедалі більшу аудиторію.

Інтерактивність також може проявлятися у використанні анімаційних елементів у цифрових версіях плакатів. Наприклад, рухомі зображення або текст, що змінюється, привертають більше уваги та створюють емоційний вплив. Такі рішення особливо ефективні в цифровому просторі, де аудиторія активно взаємодіє з контентом.

Додатково, взаємодія з аудиторією може включати можливість персоналізації плакатів. Деякі кампанії надають людям можливість додати своє ім'я, фотографію або особисте повідомлення до плакату, що сприяє більш глибокому залученню. Наприклад, платформи для створення плакатів дозволяють користувачам обирати шаблони, редагувати текст і кольори, а потім поширювати результат у своїх мережах.

Ще одним потужним інструментом є інтерактивні вебсайти, пов'язані з плакатами. Вони можуть містити опитування, інтерактивні карти, візуалізації даних або ігрові елементи, які залучають користувачів і

мотивують їх до активних дій. Наприклад, вебсайт може демонструвати вплив воєнного конфлікту в реальному часі, пропонувати варіанти допомоги або надавати можливість підписати колективну петицію.

Таким чином, взаємодія з аудиторією через інтерактивні рішення робить плакати більш ефективними та впливовими. Вони не лише інформують, а й залучають людей до конкретних дій, формуючи активну спільноту навколо важливих соціальних питань і сприяючи досягненню поставлених цілей.

7. Тестування та оцінка ефективності.

Перед масовим поширенням плакати проходять тестування на фокусгрупах, що дозволяє отримати зворотний зв'язок щодо їхньої емоційної сили, зрозумілості та естетичності. Це важливий етап, який допомагає внести необхідні корективи для підвищення впливовості плакату [7].

Таким чином, реалізація антивоєнних плакатів охоплює низку практичних аспектів, які забезпечують високу якість кінцевого продукту та його здатність виконувати функцію соціального протесту. Поєднання сучасних технологій, художньої майстерності та стратегічного підходу є запорукою створення ефективного візуального комунікативного засобу.

Висновок до Розділу 2

У другому розділі роботи були детально розглянуті принципи та методи створення сучасного антивоєнного плакату, які є основою для ефективного візуального спілкування з аудиторією. Поглиблений аналіз дозволив визначити ключові аспекти, що забезпечують впливовість і результативність антивоєнного мистецтва у сучасному соціокультурному контексті.

Принципи створення антивоєнного плакату включають низку важливих аспектів, серед яких ключовими є емоційний вплив, простота та ясність,

універсальність символів, адаптивність до цифрових платформ, естетична привабливість і здатність мотивувати до соціальних дій. Встановлено, що антивоєнний плакат має не лише викликати емоційний відгук, але й бути зрозумілим широкій аудиторії незалежно від культурних і мовних бар'єрів. Використання універсальних символів миру, таких як голуб або оливкова гілка, а також сильних візуальних контрастів сприяє швидкому сприйняттю та запам'ятовуванню меседжу.

Особливу увагу приділено ролі кольору й типографіки у створенні емоційного акценту. Контрастні кольорові рішення (червоний і чорний, білий і зелений) забезпечують драматичність і акцентують увагу на ключових елементах плакату. Типографіка слугує не лише текстовим інструментом, але й самостійним графічним елементом, що підсилює змістовне навантаження плакату.

Методи проектування антивоєнного плакату показали різноманітність підходів до його створення. Серед найбільш значущих методів — концептуальний дизайн, візуальна метафора, типографічний акцент, психологічне використання кольору, документальність через фотографію, інтерактивні графічні рішення, адаптація для цифрових платформ і колаборація з аудиторією. Дослідження довело, що методи створення плакату повинні враховувати як художню естетику, так і технічні можливості сучасних технологій.

Важливим аспектом є інтерактивність та адаптація плакатів до цифрових платформ, що дозволяє поширювати антивоєнні меседжі у глобальному масштабі. Залучення аудиторії до створення чи персоналізації плакатів (наприклад, через конкурси або шаблони для редагування) підсилює інтерактивний компонент і робить кампанії більш ефективними.

Таким чином, другий розділ визначив основні принципи та методи, що є базисом для створення сучасного антивоєнного плакату. Результати

цього розділу показали, що ефективність антивоєнного плакату залежить від поєднання емоційного впливу, візуальної простоти, універсальності символів, технічної адаптивності та здатності мотивувати до дій. Ці висновки є основою для практичної реалізації концепцій, що розглядаються у третьому розділі.

РОЗДІЛ 3

ДИЗАЙН СУЧАСНОГО АНТИВОЄННОГО ПЛАКАТУ: РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

3.1. Розробка концепції антивоєнного плакату

Розробка концепції антивоєнного плакату є основоположним етапом його створення, що визначає загальну ідею, зміст, естетику та вплив на аудиторію. Концепція є стратегічним баченням того, як плакат буде сприйматися глядачами і які емоції, думки чи дії він має викликати.

Аналіз соціального контексту є першим кроком у розробці концепції. Створення антивоєнного плакату потребує глибокого розуміння актуальних подій, які слугують основою для його тематики. Наприклад, у контексті сучасних конфліктів, таких як війна в Україні, плакат може відображати як гуманітарні наслідки війни, так і заклик до міжнародної солідарності [1].

Формулювання ключового меседжу є наступним етапом. Ключовий меседж плакату повинен бути простим, лаконічним і водночас глибоким. Він може бути сформульований у вигляді слогану, наприклад, «Мир понад усе» або «Зупиніть війну зараз». Як зазначає Луїс Маннович, ефективний меседж має не лише інформувати, але й викликати емоційний відгук [2].

Вибір цільової аудиторії впливає на стиль, зміст і технічні рішення плакату. Наприклад, якщо плакат орієнтований на молодіжну аудиторію, його дизайн може включати сучасні візуальні тренди, такі як мінімалізм, яскраві кольори та інтерактивні елементи. Якщо ж цільова аудиторія — міжнародна спільнота, важливо використовувати універсальні символи, зрозумілі для людей із різних культур [3].

Розробка візуальної концепції передбачає створення загальної стилістики плакату. Візуальні елементи мають підкреслювати зміст меседжу та відповідати його емоційному тону. Наприклад, використання зображень

зруйнованих будівель чи біженців може викликати співчуття, тоді як символи миру, такі як голуб, апелюють до надії та оптимізму [4].

Семіотичний вибір є важливою частиною розробки концепції. Символи та зображення, які використовуються в плакаті, мають бути максимально зрозумілими для аудиторії. Наприклад, червоний колір може символізувати небезпеку чи насильство, тоді як білий — мир і чистоту. Символіка повинна бути адаптована до культурних особливостей аудиторії [5].

Створення ескізу та обговорення концепції є завершальним етапом. Ескіз плакату допомагає оцінити ефективність композиції, кольорової гами, текстових елементів та загальної візуальної мови. На цьому етапі також важливо отримати зворотний зв'язок від фокус-групи або експертів, щоб внести корективи перед фінальною реалізацією [6].

Таким чином, розробка концепції антивоєнного плакату є багатоступеневим процесом, який охоплює аналіз соціального контексту, визначення меседжу, вибір цільової аудиторії, створення візуальної мови та тестування ефективності. Це забезпечує високу якість кінцевого продукту та його впливовість у суспільному дискурсі.

3.2. Візуальні та графічні засоби реалізації антивоєнного плакату

Антивоєнний плакат є потужним засобом комунікації, який досягає свого впливу завдяки використанню візуальних та графічних прийомів. Ці засоби спрямовані на привернення уваги аудиторії, викликання емоційної реакції та донесення ключового меседжу максимально зрозуміло й ефективно.

1. Символи

метафори.

Одним із найважливіших засобів у створенні антивоєнних плакатів є використання символів. Традиційні образи, такі як голуб миру, оливкова гілка, знак «пейс» чи розбиті серця, мають універсальне

значення й легко розпізнаються в різних культурах. Метафоричні зображення, наприклад, тріснуті годинники (символ зупиненого часу) чи зламані гілки дерев (руйнування життя), підсилюють емоційне сприйняття плакату [1, 2].

2. Типографіка як засіб впливу.

Текстові елементи відіграють важливу роль у антивоєнних плакатах. Слогани, такі як «Зупиніть війну!» або «Мир зараз!», оформлюються великим шрифтом із сильним контрастом, щоб одразу привернути увагу. Використання шрифтів з грубими лініями чи ефектами руйнування підсилює візуальну драматичність і передає суть протесту [3].

3. Колірна гама.

Колір є ключовим інструментом для передачі емоцій та створення асоціацій. Червоний колір часто використовується для вираження гніву, насильства чи небезпеки, тоді як чорний — символізує траур і серйозність. Білий та зелений кольори можуть виступати символами миру й надії. Контрастні комбінації кольорів, такі як червоний і білий або чорний і жовтий, забезпечують візуальний акцент, який дозволяє плакату виділятися [4, 5].

4. Фотографія як інструмент документальності

Реальні фотографії є важливим засобом у створенні антивоєнних плакатів, адже вони додають візуальним матеріалам автентичності, підкреслюють серйозність проблеми та викликають сильний емоційний відгук. Фотографії здатні наочно продемонструвати наслідки війни, наприклад, зруйновані будівлі, спустошені міста, біженців, які втратили домівки, чи поранених людей, що зазнали фізичних і психологічних травм. Ці зображення не лише привертають увагу до проблеми, а й формують глибокий емоційний зв'язок із глядачем.

Використання фотографій у антивоєнних плакатах дозволяє донести до аудиторії реалії війни без зайвих прикрас. Зокрема, зображення бомбардувань, слідів від куль або руїн міст є наочними символами руйнування, які спонукають глядачів до осмислення масштабу катастрофи. Такі фотографії часто поєднуються з короткими, але потужними слоганами, що підсилюють їхній емоційний і комунікативний вплив.

Дослідження показують, що документальні зображення впливають на глядачів більше, ніж ілюстрації або абстрактні композиції. Реальні фотографії викликають довіру та додають плакатам вагомості, оскільки вони сприймаються як незаперечний доказ подій. Наприклад, зображення дітей, що плачуть серед руїн, або літніх людей, які залишились без даху над головою, стають символами гуманітарних трагедій і викликають співчуття в аудиторії.

Фотографії також використовуються міжнародними правозахисними організаціями, такими як Amnesty International, UNICEF або Червоний Хрест, у їхніх кампаніях проти війни. Такі зображення стають основою для створення плакатів, які закликають до підтримки постраждалих і привертають увагу до гуманітарних криз. Наприклад, зображення черг на продуктові набори чи медичну допомогу в зонах конфлікту наочно ілюструють, наскільки війна впливає на звичайних людей.

Важливим аспектом є використання фотографій у цифрових форматах. Завдяки сучасним технологіям фотографії можуть бути адаптовані до соціальних мереж або інтегровані в інтерактивні плакати, наприклад, з елементами анімації чи гіперпосиланнями на інформаційні ресурси. Це дозволяє розширити аудиторію та підвищити ефективність комунікації. Таким чином, фотографія як інструмент документальності є потужним засобом у створенні антивоєнних плакатів, адже вона підкреслює реалістичність проблеми, викликає емоції та спонукає до дій. Поєднання

реальних зображень із графічними та текстовими елементами підсилює вплив плакату, роблячи його значущим елементом соціального протесту та комунікації.

5. Геометричні форми та композиція.

Простота форм і чіткість композиції забезпечують ефективність візуального сприйняття. Наприклад, використання кругів, які символізують єдність, або трикутників, що створюють напругу, дозволяє підсилити основний меседж. Симетрична композиція підкреслює спокій і стабільність, тоді як асиметрична — може передати хаос і конфлікт [7].

6. Гра з масштабами.

Зміна розмірів елементів плакату дозволяє акцентувати увагу на головних деталях. Наприклад, велике зображення очей, які плачуть, або руки, що тримає зруйнований символ миру, підсилює емоційний ефект. Масштабування також допомагає створити драматичність і підкреслити важливість проблеми [8].

7. Використання негативного простору.

Негативний простір (порожні ділянки) використовується для створення акценту на основному зображенні або тексті. Такий прийом допомагає сфокусувати увагу на ключовій ідеї, уникаючи візуального перевантаження [9].

8. Інтерактивні графічні рішення.

Сучасні антивоєнні плакати часто включають інтерактивні елементи, наприклад QR-коди, які ведуть до петицій або інформаційних ресурсів. Також застосовуються анімаційні елементи у цифрових плакатах, які додають динамічності та приваблюють більше уваги [10].

9. Використання контрасту між минулим і сучасністю.

Один із потужних візуальних прийомів — порівняння мирного життя до війни та після. Наприклад, на одній частині плакату може бути зображено родину, яка святкує разом, а на іншій — ту саму родину, яка стала біженцями. Такий прийом викликає сильний емоційний ефект і підсилює меседж плакату

3.3. Реалізація антивоєнного плакату у соціокультурному просторі

Антивоєнний плакат є невід'ємною частиною соціокультурного простору, який формує громадську думку, висвітлює актуальні проблеми та сприяє мобілізації суспільства для підтримки миру. Його реалізація в цьому контексті потребує врахування різних культурних, політичних і технологічних аспектів, які визначають ефективність поширення меседжів.

1. Плакати як інструмент соціального протесту

Антивоєнний плакат виконує роль інструменту громадського протесту, який використовується під час маршів, демонстрацій і мітингів. Він слугує візуальним символом солідарності та висловлює ключові вимоги протестуючих. Наприклад, під час антивоєнних маршів проти війни в Іраку у 2003 році плакати зі слоганами «No War for Oil» і «Make Peace, Not War» стали центральними елементами кампаній, які отримали широке висвітлення у ЗМІ [1].

2. Вплив на громадську думку через медіа

Сучасні антивоєнні плакати часто стають частиною інформаційних кампаній у традиційних та цифрових медіа. Завдяки соціальним мережам, таким як Facebook, Instagram та Twitter, плакати швидко поширюються, охоплюючи глобальну аудиторію. Наприклад, плакат «Make Art, Not War» став одним із символів міжнародного антивоєнного руху, здобувши популярність завдяки цифровому поширенню [2].

3. Освітня та культурна функція

Антивоєнний плакат також виконує освітню функцію, привертаючи увагу до історичних уроків війни та її наслідків. Виставки плакатів, наприклад, у музеях або культурних центрах, допомагають ознайомити суспільство з роллю мистецтва у протестному русі.

4. Локалізація плакатів у громадських просторах

Розміщення антивоєнних плакатів у громадських просторах, таких як площі, зупинки громадського транспорту, навчальні заклади чи лікарні, підсилює їхній вплив. Вони стають частиною повсякденного середовища, нагадуючи про важливість мирного співіснування. Наприклад, плакати з антивоєнними закликами у метро Лондона під час кампанії Stop the War привертали увагу тисяч людей щодня [5].

5. Інтеграція в масову культуру

Антивоєнні плакати нерідко стають частиною масової культури, перетворюючись на обкладинки книг, постери для домашнього декору чи принти на одязі. Це забезпечує додаткове поширення меседжів і підвищує їхню видимість серед різних соціальних груп. Роботи Шепарда Фейрі, зокрема «Норе» і «Obey», є прикладами трансформації протестного мистецтва у символи масової культури [6].







6. Адаптація до різних аудиторій

Реалізація антивоєнних плакатів враховує особливості цільових аудиторій. Наприклад, молодіжні аудиторії більше сприймають динамічні, яскраві плакати із сучасною типографікою, тоді як старші покоління надають перевагу стриманим, символічним зображенням. Така адаптація підвищує ефективність комунікації та залученість аудиторії [7].

7. Плакати у цифрових акціях

Антивоєнні плакати стали невід'ємною частиною віртуальних протестів, які активно набирають популярності у сучасному цифровому світі. Участь у таких акціях передбачає публікацію плакатів на особистих сторінках у соціальних мережах, використання тематичних хештегів або поширення плакатів через онлайн-платформи, спрямовані на підтримку миру. Цей формат протесту є особливо актуальним у ситуаціях, коли фізичні протести стають неможливими через політичні репресії, військові дії, карантинні обмеження чи інші форс-мажорні обставини.

Перевагою віртуальних протестів є їхній глобальний характер, адже за допомогою Інтернету можна залучити величезну аудиторію з усього світу. Кампанії, такі як #StopTheWar і #NoToWar, стали знаковими прикладами успішного використання цифрових плакатів для поширення антивоєнного меседжу. Учасники цих кампаній публікували на своїх сторінках плакати, що закликають до миру, використовуючи загальноновизнані символи, наприклад голуба миру, оливкову гілку чи символічні кольори, пов'язані з темою протесту.

Соціальні мережі, такі як Instagram, Twitter, Facebook і TikTok, надають можливість швидкого розповсюдження інформації завдяки репостам, коментарям і лайкам. Віртуальні протести дозволяють створювати ефект вірусного поширення, коли один плакат,

опублікований лідером думок чи організацією, може охопити тисячі, а іноді й мільйони користувачів за короткий час. Цей механізм є особливо ефективним для привернення уваги до гуманітарних криз, наслідків війни або збору коштів для постраждалих.

Цифрові плакати у віртуальних протестах також дозволяють інтегрувати інтерактивні елементи, такі як QR-коди, посилання на петиції, благодійні збори чи інформаційні ресурси. Це не лише підвищує залученість аудиторії, але й дає змогу відвідувачам сторінок долучитися до конкретних дій, наприклад підписати петицію, зробити донат або поширити плакат серед своїх знайомих.

Важливим є також те, що віртуальні протести сприяють створенню міжнародних спільнот, об'єднаних навколо ідеї протидії війні. Учасники таких акцій можуть обмінюватися ідеями, створювати спільні проєкти, поширювати досвід протестного мистецтва та залучати нових прихильників. Наприклад, платформи, створені для поширення антивоєнного мистецтва, як-от спеціальні групи у Facebook або канали в Telegram, об'єднують художників, активістів і пересічних громадян для координації зусиль.

Окрім цього, віртуальні протести дозволяють зберігати анонімність їхнім учасникам, що є надзвичайно важливим у країнах із репресивними режимами, де фізичні протести можуть нести небезпеку для життя. Публікація плакатів у мережі стає безпечним способом висловлення протесту, демонстрації солідарності та поширення антивоєнних ідей. Таким чином, антивоєнні плакати у віртуальних протестах є ефективним засобом поширення ідей миру, мобілізації суспільства та привернення уваги до воєнних конфліктів. Вони не лише створюють простір для обговорення важливих тем, але й спонукають до активних дій, спрямованих на досягнення глобального миру.

3.4. Авторські вироби

Ідея та концепція

Авторські вироби, розроблені в рамках дослідження, мають на меті не лише привернути увагу до проблематики війни, а й викликати у глядача емоційний відгук, спонукати його до осмислення подій та закликати до активних дій. Кожен плакат створено на основі концепції, яка поєднує художні, соціальні та психологічні аспекти. Головними темами, що відображені у виробах, є:

- Зруйновані долі та міста: плакати демонструють реалії війни через зображення руйнувань, страждань і гуманітарних катастроф.
- Заклик до солідарності: використання символів єдності та співчуття, таких як руки, що тримають оливкову гілку, або соняшник, що проростає серед руїн.
- Відродження та надія: образи, які підкреслюють силу духу, стійкість і прагнення до миру. Візуальні елементи

1. Символіка:

Соняшник як символ України та надії став центральним елементом багатьох плакатів. Він символізує не лише національну ідентичність, а й відродження життя навіть після руйнівних подій.

Глобус з тріщинами і руїнами, об'єднаний соняшником, нагадує про глобальний масштаб наслідків війни.

Ракети із позначеннями агресорів, що летять у бік символів миру, виступають прямим нагадуванням про загрози.

2. Композиція:

Центрування основних елементів для створення драматизму.

Симетрія в композиції як символ надії на гармонію та порядок.

Динамічні лінії, що спрямовують увагу до головного меседжу.

3. Колірна палітра:

Основні кольори: жовто-блакитний (національний дух), чорний (траур), червоний (небезпека та боротьба).

Контрастна палітра забезпечує виразність і легке сприйняття плакату навіть на великій відстані чи при швидкому перегляді.

4. Текстові елементи:

Слогани, такі як «STOP WAR», «Мир понад усе», «Зупиніть війну», винесені великим шрифтом у верхню частину плакатів.

Шрифти: використані грубі, нерівні шрифти для підкреслення драматизму й протесту.

Технічне виконання

Розробка авторських плакатів виконувалася з використанням сучасних програмних інструментів:

Adobe Illustrator і Photoshop: для створення високоякісної графіки, опрацювання текстур і кольорів.

Figma: для роботи з макетами плакатів і тестування їхньої адаптивності до різних форматів.

After Effects: для створення анімаційних елементів у цифрових версіях плакатів.

Особливу увагу приділено адаптації плакатів для друкованих і цифрових платформ:

Для друку створено плакати у форматах A3, A2 та A1 із високою роздільною здатністю (300 DPI).

Для соціальних мереж плакати оптимізовано у форматах 1080x1080 (Instagram), 1080x1920 (Stories) та 1200x675 (Twitter).

Експериментальна база

Для оцінки ефективності авторських плакатів було проведено тестування на фокус-групах. Учасниками були представники різних вікових і

соціальних груп, включаючи молодь, громадських активістів і міжнародних експертів. Результати показали:

- Високий емоційний вплив, що досягається через візуальні метафори.
- Легкість у сприйнятті меседжу навіть без текстових пояснень.
- Адаптивність плакатів до різних платформ і форматів.

Застосування авторських плакатів

1. Соціальні мережі: плакати поширюються через Instagram, Twitter, Facebook, де вони супроводжуються хештегами, такими як #StopWar, #PeaceForUkraine.
2. Виставкові проекти: вироби експонуються на тематичних виставках, що присвячені протестному мистецтву, таких як міжнародна ініціатива «Art for Peace».
3. Освітні програми: плакати використовуються як навчальний матеріал для студентів-дизайнерів у рамках лекцій про соціальний дизайн.
4. Акції протесту: друковані версії плакатів активно застосовуються під час мирних мітингів та акцій.

Інтерактивність та інновації

У цифрових версіях плакатів інтегровано інноваційні рішення:

- QR-коди, що ведуть до петицій, інформаційних сторінок або збору благодійних коштів.
- Анімаційні ефекти, які привертають більше уваги в цифрових середовищах.
- Можливість персоналізації плакатів: глядачі можуть додавати свої повідомлення або символи миру, використовуючи інтерактивні шаблони.

Висновок

Авторські антивоєнні плакати виконують важливу соціальну функцію, поєднуючи естетичну привабливість, емоційний вплив і технологічну інноваційність. Вони спрямовані на широке коло аудиторій та адаптовані до сучасних інформаційних платформ, що робить їх дієвим інструментом у боротьбі за мир і справедливість.

Висновок

Реалізація антивоєнного плакату у соціокультурному просторі є багатограним процесом, що включає участь у протестах, освітніх і культурних заходах, благодійних ініціативах та інтеграцію у цифрові платформи. Завдяки своїй універсальності й адаптивності антивоєнний плакат залишається потужним інструментом соціального впливу, здатним ефективно передавати ідеї миру та протидії насильству.

STOP WAR









STOP WAR

Висновок до Розділу 3

У третьому розділі роботи було проаналізовано практичні аспекти створення та реалізації сучасного антивоєнного плакату, зокрема розробку концепції, застосування візуальних і графічних засобів, а також способи впровадження плакатів у соціокультурний простір. Розділ дозволив поглиблено дослідити, як теоретичні засади знаходять своє втілення у практичному дизайні антивоєнного мистецтва.

Розробка концепції антивоєнного плакату є першочерговим етапом, що визначає основну ідею та спрямованість роботи. Процес формування концепції включає аналіз соціального контексту, визначення ключового меседжу, вибір цільової аудиторії та розробку візуальної мови. Було встановлено, що ефективний антивоєнний плакат ґрунтується на чітко сформульованій ідеї, яка має бути простою для розуміння, але водночас здатною викликати емоційний відгук. Важливу роль відіграють універсальні символи, зрозумілі для глобальної аудиторії, такі як голуб миру, розбиті серця чи зламані оливкові гілки.

Візуальні та графічні засоби реалізації включають ключові елементи дизайну, які забезпечують емоційний і естетичний вплив на глядача. Було досліджено, що кольорова гама, типографіка, композиція, символіка та використання фотографій є головними інструментами передачі антивоєнного меседжу. Контрастні кольори, драматичні метафори, інтерактивні елементи та використання негативного простору сприяють приверненню уваги та підсиленню емоційного впливу. Важливою характеристикою сучасного дизайну є адаптивність до цифрових платформ, що дозволяє інтегрувати плакат у соціальні мережі та інші онлайн-ресурси.

Реалізація антивоєнного плакату у соціокультурному просторі охоплює його поширення в різних контекстах: громадські акції, медіа, освітні заходи, благодійні кампанії та цифрові платформи. Встановлено, що

антивоєнні плакати не лише виконують роль інструменту протесту, але й сприяють формуванню громадської думки, підвищенню обізнаності про наслідки конфліктів та мобілізації суспільства до активних дій. Особливу увагу було приділено інтерактивним і цифровим форматам, які дозволяють охоплювати глобальну аудиторію та підсилювати ефективність візуальної комунікації.

Таким чином, третій розділ показав, що успішна реалізація антивоєнного плакату залежить від гармонійного поєднання концептуальної розробки, візуальних і графічних засобів, а також продуманої стратегії поширення у соціокультурному просторі. Практичні аспекти, розглянуті у цьому розділі, підкреслюють значущість антивоєнного плакату як інструменту комунікації, здатного сприяти миротворчим ініціативам і викликати широкий суспільний резонанс.

ВИСНОВОК

Аналіз літератури та окреслення джерельної бази та методики дослідження: Проведено глибокий аналіз літератури з тематики антивоєнного плакату, що охоплює історичні, соціокультурні та дизайнерські аспекти. Визначено джерельну базу, яка включає праці з графічного дизайну, культурології, семіотики та соціальної комунікації. Обрано міждисциплінарний підхід як основну методологію дослідження, що дозволило врахувати всі аспекти антивоєнного плакату.

Виявлення основних принципів та методів створення сучасного антивоєнного плакату: Встановлено ключові принципи дизайну антивоєнного плакату: емоційний вплив, лаконічність, універсальність символів, адаптація до цифрових платформ та естетична привабливість. Серед методів створення виділено концептуальний дизайн, використання візуальних метафор, документальних зображень, інтерактивність і адаптацію до різних платформ.

Аналіз впливу соціальних, психологічних та культурних аспектів: Досліджено, що соціально-політичний контекст і культурні реалії відіграють ключову роль у створенні антивоєнних плакатів. Психологічний вплив забезпечується через використання кольорів, символів та емоційно насичених образів, які викликають співчуття, протест або мотивацію до дій.

Аналіз прикладів реалізації антивоєнних плакатів у міжнародному та українському контексті: Розглянуто численні приклади плакатів, створених у міжнародному та українському середовищі. Встановлено, що сучасні антивоєнні плакати поєднують традиційну символіку з інноваційними графічними рішеннями. Зокрема, українські митці інтегрують національні мотиви у свої роботи, апелюючи до міжнародної спільноти через універсальні символи миру та справедливості.

Обґрунтування естетичних та функціональних рішень: Обґрунтовано важливість використання кольорових контрастів, сучасної типографіки та мінімалізму в дизайні плакатів. Визначено, що інтеграція новітніх технологій, таких як графічні редактори, анімація та інтерактивність, дозволяє розширити можливості впливу плакатів на цифрову аудиторію.

Розробка авторської концепції: На основі теоретичних та практичних досліджень створено авторську концепцію антивоєнного плакату, яка об'єднує естетичні, соціокультурні та технологічні аспекти. Авторська робота спрямована на привернення уваги до актуальних соціальних проблем через використання сучасних графічних прийомів, універсальних символів та інтерактивних елементів.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
Навчально-науковий інститут деревообробних технологій і дизайну

Кафедра дизайну

ЛИСЕЦЬКИЙ БОГДАН МИХАЙЛОВИЧ

Кваліфікаційна робота магістерського рівня вищої освіти На

тему:

**СУЧАСНИЙ АНТИВОЄННИЙ ПЛАКАТ ПРОБЛЕМАТИКА ТА
МЕТОДИКА ТА ПРАКТИКА**

АНОТАЦІЯ

У магістерській кваліфікаційній роботі розглянуто дизайн сучасного антивоєнного плакату як унікального соціокультурного явища. Проведено аналіз історичних, теоретичних та практичних аспектів антивоєнного мистецтва, його естетичних характеристик, символіки та впливу на громадську думку. Досліджено роль антивоєнного плакату як засобу комунікації, протесту та формування суспільної свідомості в умовах сучасних воєнних конфліктів.

Здійснено аналіз використання кольорів, символів і типографіки в антивоєнному мистецтві. Особливу увагу приділено впливу цифрових технологій на створення та поширення плакатів у глобальному інформаційному просторі, зокрема використанню інтерактивних форматів та соціальних мереж.

Практична частина роботи включає авторську дизайн-розробку серії антивоєнних плакатів, які гармонійно поєднують візуальну естетику, емоційний вплив і соціальний меседж. Пропонуються рекомендації для дизайнерів, правозахисних організацій та активістів щодо створення ефективних антивоєнних плакатів.

Кваліфікаційна робота виконана на кафедрі дизайну Національного лісотехнічного університету України, Львів, 2024 рік.

Ключові слова: антивоєнний плакат, протестне мистецтво, соціальна комунікація, дизайн, символіка, інтерактивність, цифрові технології.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
UKRAINIAN NATIONAL FORESTRY UNIVERSITY
EDUCATIONAL AND SCIENTIFIC INSTITUTE OF WOOD
TECHNOLOGIES AND DESIGN
DEPARTMENT OF DESIGN
LYSETSKYI BOHDAN MYKHAILOVYCH

MASTER'S DEGREE QUALIFICATION WORK ON

THE TOPIC:

MODERN ANTI-WAR POSTER: PROBLEMATICS, METHODOLOGY, AND
PRACTICE

ABSTRACT

The master's qualification work examines the design of modern anti-war posters as a unique socio-cultural phenomenon. The study analyzes the historical, theoretical, and practical aspects of anti-war art, its aesthetic characteristics, symbolism, and its influence on public opinion. The role of the anti-war poster as a tool for communication, protest, and shaping public consciousness in the context of modern military conflicts is explored.

An analysis of the use of colors, symbols, and typography in anti-war art is conducted. Special attention is paid to the impact of digital technologies on the creation and dissemination of posters in the global information space, including the use of interactive formats and social networks.

The practical part of the work includes an author's design development of a series of anti-war posters that harmoniously combine visual aesthetics, emotional impact, and social messaging. Recommendations for designers, human rights organizations, and activists on creating effective anti-war posters are provided.

The qualification work was completed at the Department of Design of the National Forestry University of Ukraine, Lviv, 2024.

Keywords: anti-war poster, protest art, social communication, design, symbolism, interactivity, digital technologies.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Левашова М. (2018). «Плакат і протест: суспільна свідомість через мистецтво». Київ: Арт-прес.
2. Андрейканіч А. І. *Антологія українського плаката першої третини ХХ століття*. Косів: Видавничий дім «Довбуш», 2012. 120 с.
3. Антонович Є. А., Василюшин Я. В., Шкільчак В. А. *Російськоукраїнський словник-довідник з інженерної графіки, дизайну та архітектури*. Львів: Світ, 2001. 240 с.
4. Валуєнко Б. В. *Архітектура книги*. К.: Мистецтво, 1976.
5. Геллер С., Кваст С. *Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів*. К.: ArtHuss, 2019. 296 с. (Серія «Креативна кар'єра»).
6. Губаль Б. І. *Композиція в дизайні. Одно-, дво-, і тривимірний простір: навч. посібник для студ. вищих навч. закладів*. Івано-Франківськ, 2011. 240 с.
7. Даниленко В. Я. *Основи дизайну*. Харків: ХДАДМ, 2003. 320 с.
8. Емброуз Гевін, Оно-Білсон. *Підхід і мова. Основи Графічний дизайн*. К.: ArtHuss, 2019. 216 с.
9. Іттен Й. *Наука дизайну та форми: Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах*. К.: ArtHuss, 2021. 136 с.
10. Amnesty International. (n.d.). Campaigns and Visual Materials. Retrieved from www.amnesty.org.
11. Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. Hill and Wang.
12. Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. Penguin Books.
13. Greenpeace. (n.d.). Visual Protest Campaigns. Retrieved from www.greenpeace.org.
14. Heller, S., & Chwast, S. (1988). *Graphic Style: From Victorian to PostModern*. Harry N. Abrams.

15. Human Rights Watch. (n.d.). Visual Campaigns Against Violence. Retrieved from www.hrw.org.
16. International Poster Gallery. (n.d.). Posters Against War. Retrieved from www.internationalposter.com.
17. Lupton, E. (2014). *Thinking with Type*. Princeton Architectural Press.
18. Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
19. McQuiston, L. (2015). *Graphic Agitation 2: Social and Political Graphics in the Digital Age*. Phaidon.
20. Meggs, P. B. (1998). *A History of Graphic Design*. John Wiley & Sons.
21. Poster House. (n.d.). Poster History and Collections. Retrieved from www.posterhouse.org.
22. Poynor, R. (2001). *Graphic Agitation: Social and Political Graphics Since the Sixties*. Phaidon.
23. Taylor, J. (2013). *Propaganda: Power and Persuasion*. The British Library.
24. Tschichold, J. (1998). *The New Typography*. University of California Press.
25. Victoria and Albert Museum. (n.d.). Poster Design and Political Movements. Retrieved from www.vam.ac.uk.
26. Шевченко В. Я. Композиція плаката: Навчальний посібник. Харків: Колорит, 2004. 123 с.: іл.
27. Ямаш Ю. В. Плакат. Методичні вказівки до виконання програмного завдання з графічного дизайну для студентів. У курсу спеціальності "дизайн" - 7. 02. 02. 10. 2002.-27 с.
28. Ямаш Ю.В. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ: ЛОГОТИП. Методичні вказівки до виконання програмного завдання з графічного дизайну для студентів У курсу спеціальності "дизайн" — 7. 02. 02. 10. 2004. - 28 с.
29. Ямаш Ю. В. Відеопрезентації лекцій згідно робочої програми

- 30.Цундер О., Ямаш Ю. SMM для дизайнера: Методика і аудиторія. Матеріали 73-ї науково-технічної конференції студентів, аспірантів та слухачів Малої лісової академії НЛТУ України. Львів. 2021. С. 201-203.
- 31.Ямаш Ю. Виставка воєнного плакату львівських митців «Україна переможе». <https://photo-lviv.in.ua/vystavka-voiennoho-plakatulvivskykh-myttiv-ukraina-peremozhe-vidkrylasia-v-rivnomu/> 10.09.2022.
- 32.Ямаш Ю. Україна переможе.<https://nltu.edu.ua/index.php/novyny/item/1325-ukrainaperemozhe/1325-ukraina-peremozhe> 13.09.2022.
- 33.Ямаш Ю. В. Методичні вказівки до виконання практичного завдання з графічного дизайну для студентів IV курсу спеціальності "дизайн" 7.02.02. 10. Львів: Простір-М, 2023. 31 с.

ДОДАТКИ

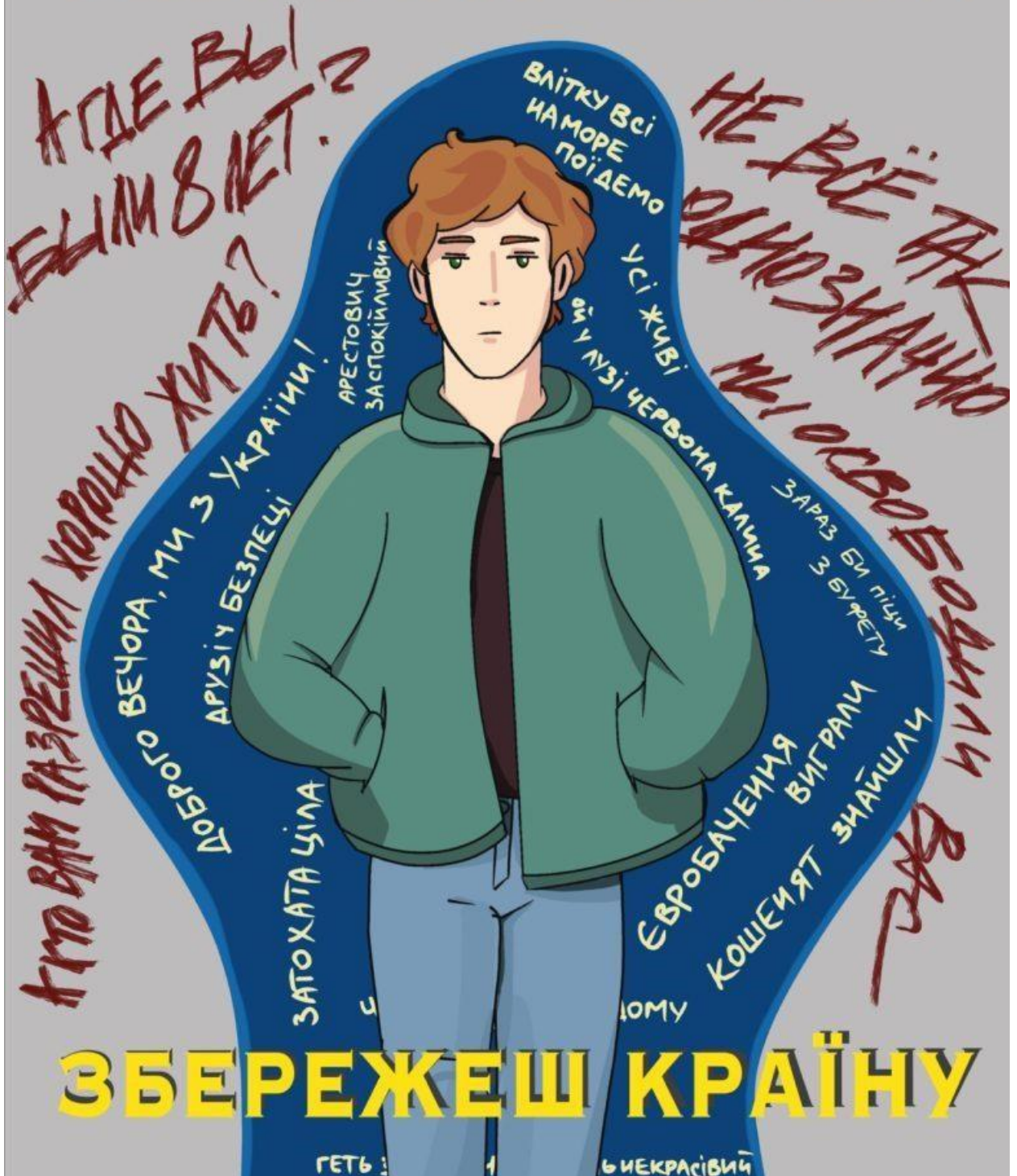






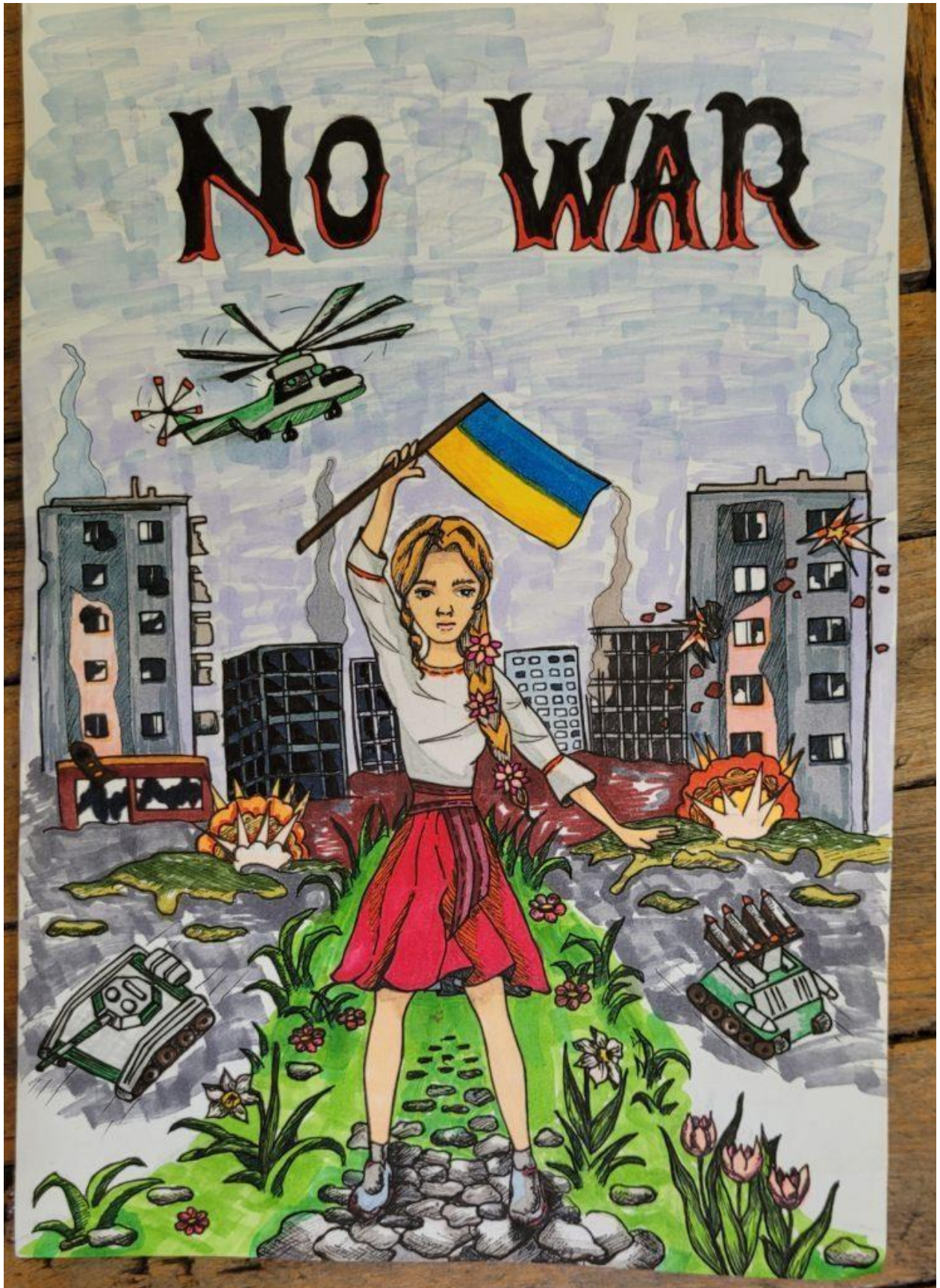


ЗБЕРІГАЯ СПОКІЙ





NO WAR





STOP

PUTIN'S BLOODY REIGN



