

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

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи
ДИЗАЙН ПОСТЕРІВ НА ТЕМУ: «ДІТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ»

Студентки 4 курсу групи ДИЗ-41
спеціальності 022 «Дизайн»
спеціалізації «Графічний дизайн»

Панило Анастасії Андріївни

Керівник: _____

(вчені ступінь і звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Рецензент: _____

(вчені ступінь і звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Національна шкала _____

Тернопіль – ЗУНУ

2025

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена створенню серії авторських постерів на тему «Діти під час війни».

Мета дослідження – виявити особливості графічного висловлювання на тему війни та дитинства, розробити візуальну концепцію та створити п'ять соціальних постерів, кожний з яких буде висвітлювати окремий аспект проблеми, які здатні викликати емпатію, формувати громадську думку та закликати до дій через візуальне повідомлення.

Об'єктом проектування є серія з п'яти постерів, що розкривають п'ять ключових аспектів дитячого досвіду під час війни: руйнування сімейних зв'язків, втрата безпечного простору, життя в укритті, зупинене дитинство, життя без вибору.

У першому розділі розкрито історію та функцію соціального плакату, його роль у культурному просторі та в умовах війни. Другому розділі розглянуто процес формування образів, аналіз аналогів, розробку композиції та образної структури. Третьому розділі опис готової роботи, а саме стильові, композиційні, технічні характеристики та технологія виготовлення.

Кваліфікаційна робота несе глибокий соціальний зміст, має естетичну цілісність та може бути використана у виставкових чи інформаційних просторах як інструмент візуальної комунікації та громадського впливу.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	Помилка! Закладку не визначено.
РОЗДІЛ 1. ПЛАКАТ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	Помилка! Закладку не визначено.
1.1. Історія виникнення та розвиток плакату: функція, завдання, вплив	Помилка! Закладку не визначено.
1.2. Соціальний плакат у контексті проблем війни та захисту дітей.....	Помилка! Закладку не визначено.
РОЗДІЛ 2. ПОШУК ТА ФОРМОУТВОРЕННЯ СЕРІЇ ПОСТЕРІВ НА ТЕМУ «ДІТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ».....	Помилка! Закладку не визначено.
2.1. Пошук та обґрунтування змісту образу .	Помилка! Закладку не визначено.
2.2. Аналіз візуальних аналогів соціальних проблем у контексті дітей під час війни.....	Помилка! Закладку не визначено.
2.3. Художня-графічна пропозиція.....	Помилка! Закладку не визначено.
РОЗДІЛ 3. ОПИС ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ СЕРІЇ ПОСТЕРІВ НА ТЕМУ «ДІТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ».....	Помилка! Закладку не визначено.
3.1. Складові частини об'єкта проєктування	Помилка! Закладку не визначено.
3.2. Способи втілення концепції формотворення	Помилка! Закладку не визначено.
3.2.1. Художньо-графічні особливості.....	Помилка! Закладку не визначено.
3.2.2. Композиційна побудова.....	Помилка! Закладку не визначено.
3.2.3. Образно-стилістичні ознаки.....	Помилка! Закладку не визначено.
3.2.4. Споживчі якості.....	Помилка! Закладку не визначено.
3.3. Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення	Помилка! Закладку не визначено.
ВИСНОВКИ	Помилка! Закладку не визначено.
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ..	Помилка! Закладку не визначено.

ВСТУП

У сучасному світі візуальна комунікація стала не лише засобом передачі інформації, а й потужним інструментом впливу на громадську свідомість. Особливої уваги вона набуває у період криз, воєнних дій та соціальних потреб. Саме тоді соціальний плакат стає тим інструментом, який не лише фіксує подію, а й викликає емоційну реакцію, провокує до дій, солідарності чи співчуття. В умовах повномасштабної війни в Україні, яка триває з 2022 року, соціальний плакат став невід’ємною частиною візуального фронту, засобом опору, морального тиску й гуманітарних свідчень. В особливий спосіб заговоривши мовою образів про найвразливіших – дітей.

Актуальність теми полягає в тому, що саме через візуальні символи можна швидко донести важливі гуманітарні меседжі до широкої аудиторії, зокрема в умовах інформаційної війни. Образ дитини як візуальний код невинності, втраченого дитинства, емоційної травми та незахищеності є надзвичайно сильним у сприйнятті. Серія соціальних постерів присвячені темі дітей під час війни, фіксують трагедію сьогодення, викликають емпатію та формують громадську думку не лише в середині країни, а й за її межами.

Об’єкт дослідження соціальна реклама, тенденції розвитку суспільства.

Предмет дослідження, візуалізація теми: «Діти під час війни».

Мета кваліфікаційної роботи полягає в створенні авторської серії соціальних постерів на тему «Діти під час війни», яка розкриває п’ять ключових аспектів дитячої вразливості: зупинене дитинство, відсутність безпечного простору, руйнування сімейних зв’язків, життя в укритті, життя без вибору.

Основні завдання, котрі поставлені в межах дослідження:

- проаналізувати історію та функцію соціального плакату як візуального засобу впливу;

- дослідити візуальні аналоги по темі війна та діти;

- сформуванати візуальну концепцію серії робіт;

- реалізувати графічну пропозицію відповідно до заданої тематики;

- обґрунтувати вибір символіки, стилістики та композиційних рішень.

Новизна розробки полягає у синтезі художнього символізму та документальної правди. Постери не просто відображають факти війни – вони перетворюють трагічний досвід на візуальний меседж, що має універсальний характер. Через використання флет-дизайн, типографіки, обмеженої кольорової гами роботи досягається максимального емоційного ефекту при мінімальних візуальних засобах.

Практичне втілення полягає у створенні серії з п'яти плакатів, які придатні до друку, можуть розміщуватись у виставкових просторах, а також для публікації в цифрових медіа. Завдяки цьому роботи можуть слугувати частиною візуальної комунікації під час виставкових заходів, донесення інформації чи гуманітарних ініціатив. Вони мають потенціал не лише як мистецький об'єкт, а як засіб формування критичного мислення, підтримки постраждалих та фіксації культурної пам'яті війни.

Уся серія виконує функцію соціального документу, емоційного висловлювання та візуального свідчення. Ця кваліфікаційна робота – спроба говорити мовою графіки про трагедію, яку не можна замовчувати і водночас про надію, яку не можна втратити

РОЗДІЛ 1

ПЛАКАТ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Історія виникнення та розвиток плакату: функція, завдання, вплив

Одним із найстаріших видів реклами в світі є плакати. Вони були та досі рахуються як особливою формою тиражної поліграфічної продукції, яка має цілу історію та сильну здатність впливати на свідомість суспільства.

Якщо загально говорити про плакат, то це графічне зображення, яке створене для того, щоб привернути увагу споживача до певної теми чи повідомлення. Плакати можна помітити на різних поверхнях – стіни, стовпи, паркани. Також часто вони виконуються не лише на папері, а й на картоні, тканині чи інших матеріалах. Такий вид поліграфії використовують для рекламних товарів, подій, навчальних проєктів, політичних чи соціальних тем, тощо. Залежно від мети, вони можуть містити зображення, текст, графічні елементи – усе це допомагає передати думку через візуальну мову [22].

Зазвичай розрізняють декілька основних видів плакатів. А саме рекламні, сатиричні, спортивні, театральні, політичні та соціальні.

Варто звернути трішки уваги саме на історію виникнення плакатів. Так як свій початок вони беруть ще з давнини. А саме дата офіційних перших «сучасних» на той момент плакатами можна вважати 1482 рік. Саме в тому році Батдольд, який був торговцем книг, використав в якості реклами нового видання, плакат. Зазвичай на той період це було виготовлення плакатів лише в одному екземплярі, так як це було дорого і не всі могли дозволити собі [17].

Дальше розвиток плакатів став можливий завдяки технічним досягненням у сфері друку, саме у 1796 році розробили літографію – друк з плоскої поверхні. На той період німець Алоїс Зенефельдер став засновником нового виду друку, який став незамінний в сфері поліграфічних послуг. Саме літографія дала можливість виготовляти зображення швидше, дешевше та вже в більших тиражах, що зробило поштовх в розвитку масового візуального мистецтва, зокрема плакату [18].

Особливого значення плакат набув у XIX-XX століттях, він став частиною рекламних, політичних та соціальних тем. Саме у Франції плакат набрав більшої популярності завдяки Жюль Шере. Саме він вивів їх на новий рівень. Художник не лише рекламував концерти, театри, а й поєднував елементи декоративного мистецтва та типографії. Через, що вулиці Парижа почали перетворюватись на відкриті галереї з яскравими, візуально насиченими афішами [13].

У XX столітті плакат став потужним засобом пропаганди, а також платформою для мистецького самовираження. Особливо активно розвивалось у період воєн, соціальних зрушень та культурних революцій, що став інструментом боротьби, піднесення соціальних проблем, формування громадської думки та мобілізації населення. Згодом так і сформувався окремий напрямок – соціальний плакат. Мета якого – це привернення уваги до важливих суспільних проблем, таких як війна, насильство, дискримінація, психічне здоров'я, екологія, корупція та пропаганда.

Під час Першої світової війни плакат активно використовувався саме для мобілізації населення, підняття патріотичного духу та формував образ ворога. Прикладом може слугувати відомий британський плакат, де було зображено лорда Кітченера та надпис «You Country Needs You». Лорд який був тодішнім міністром Великої Британії зображений по центру, дивлячись прямо на глядача та показував пальцем, закликав таким чином приєднатись до армії. Цей його образ став одним із найвідоміших символів британської пропаганди від час війни у 1914 році. Але водночас він надихнув на створення подібних схожих плакатів інших країн [9].

Так як 1917 році у США американських художник Джеймсом Монтгомері Флаггом зробив подібний плакат, але із дядьком Семом «I Want You for U.A.Army», там також по центру зображено Сема, який аналогічно дивиться прямо та вказує пальцем, таким чином закликаючи приєднатись до армії. Образ Сема став одним з популярних символів американської пропаганди та патріотизму.

Час від часу виникали нові стилі, які поєднували в собі також геометричні формами яскраві кольори саме для передачі ідеологічних меседжів. Прикладом є відомий плакат Еля Лисицького «Клином червоним бий білих», який став символом пропаганди у Радянському Союзі. Цей плакат був створений в 1919 році під час Громадянської війни. На ньому зображено червоний клин, що пронизує біле коло. Ця робота стала знаковою для конструктивістського руху, який прагнув поєднати мистецтво із політичною агітацією та індустріальним дизайном. Він демонструє, як художник того часу використовував абстрактні форми для передачі форми для передачі політичних ідей суспільству.

Під час Другої світової війни плакати знову почали використовувати та стали важливим засобом комунікації. США появився образ «Клепальниці Роуз», даний образ уособлював мільйонних жінок, яких мобілізували та які замінили чоловіків на виробництві військових заводів під час війни, через їхню мобілізацію. Зображували жінку в робочому комбінезоні з хусткою, зав'язаною на голові. Плакат із словами «We Can Do It!» створений художником Дж. Говардом Міллером у 1943 році. Для компанії Westinghouse Electric, який був одною з частин внутрішньої мотивації компанії.

Образ «Клепальниці Роуз» став не просто мотивацією, а цілим уособленням сили, патріотизму та рівності жінок в тяжкий воєнний час, але через деякий час і набув феміністичним символом у культурі США[6].

У Радянському союзі плакати виконував функцію заклику до боротьби з противником та підтримки Батьківщини. Усі плакати під час Другої світової війни, художники створювали у великих кількостях та випускали великими тиражами. Основні меседжі, які зазвичай часто використовували були такі як

«боротьба до перемоги», «захист Батьківщини», «підтримка армії». Крім того зображали солдатів, матерів, дітей, партизанів. Один із відомих прикладів 1941 року є плакат «Батьківщина-мати кличе!», там було зображено жінку з піднятою рукою та гаслом який закликав ставати народ в ряди армії. Плакат став умовним символом мобілізації радянського народу[11].

Так висновку можна зрозуміти, що у міжвоєнний період плакат став платформою для експериментів у мистецтві та інструментом, яким зручно доносити інформацію до народу.

Після завершення бойових дій, плакати продовжували активно розвиватись та інтегрувалися до нових соціальних, культурних та політичних умов. Після декількох років вони втрачають пропагандистку функцію, а набуває новим інструментом у розвитку культурної комунікації. В пріоритеті стають символізм, естетика.

Одним із такого стала «Польська школа плакату», яка сформувалася в 1950-60х роках. Вони поєднали графічний дизайн та мистецтво в одне ціле та створювали унікальні та впливові мистецькі витвори, що частково виходили за межі інформативної функції.

Особливістю школи був індивідуальний стиль, де кожний автор своєї роботи мав унікальну манеру, що дозволяло виходити плакатам на новий рівень. Замість прямого зображення теми часто використовували метафоричність - символи, візуальні алюзії, тощо. Також використовували часто глибокі кольори, фактурні мазки, певні образи, тощо.

Батьком школи можна сказати був Генрик Томашевський. Його роботи мали завжди глибокий зміст та поєднували в собі елегантність та мінімалізм.

Ян Леница, Юзеф Мрожек та інші художники сюрреалізму та експериментального плакату, внесли частинку в розвиток плакатів та сформували унікальне обличчя польського графічного мистецтва. Вони створювали плакати, котрі були приставлені в таких країнах як Японія, США, Франція, де справили великий вплив на західноєвропейський дизайн 60-80х роках [21].

Загалом, плакат у XX столітті пройшов великий шлях від рекламного до сильного впливового соціального інструменту комунікацій, який міг змінювати настрої і свідомість людей. Так як завдяки плакатам можна було швидко та ефективно доносити певну інформацію, що зробило його невід'ємним у різних сферах життя.

На даний момент у XXI столітті плакати активно використовуються як засіб реклами, пропаганди та піднесення важливих / надважливих соціальних тем. Плакат можна побачити як на вулиці, приміщенні, тощо. Але з умовами цифровізації плакати часто тепер розміщуються в онлайн – середовищах. Це можуть бути соціальні мережі, інформаційні компанії, тощо.

Особливої актуальності цей вид графічного дизайну набув в контексті війни в Україні. Де візуальні меседжі стали сильною формою опору, солідарності, об'єднання та що не менш важливо документування реальності.

Через такий спосіб візуальної комунікації суспільство може не лише більше бачити чи дізнаватись реальні проблеми, а й долучитись до них наприклад поширити аби більше аудиторії дізналось про ситуацію.

На даний момент соціальний плакат відіграє дуже велику роль в житті людей так як він став не лише жанром в графічному дизайні, а цілим культурним кодом нашої епохи. Завдяки ним суспільство швидко реагує на події, формує їхню позицію, громадську думку, люди переосмислюють цінності. В цифровий час фактично ніхто не залишається поза увагою. Так як соціальні проблеми об'єднують суспільство. Соціальний плакат – є візуальним маніфестом в наш тяжкий час. Нині, коли інформація сприймається миттєво, саме плакат стає інструментом який може донести думку до світу за кілька секунд.

Візуальне мистецтво та потужний інструмент, яке поєднує в собі емоційне звернення та раціональне повідомлення, мистецтво та публіцистику – це все є соціальним плакатом. Важливу роль грає мета, яка не просто інформує, а впливає на свідомість та поведінку аудиторії.

Функція – інформувати, спонукати до дій або рефлексії. Через стислість форм та влучного візуального повідомлення плакат має можливість швидко

донести ідею, сформуванати громадську думку, піднімати серйозні теми, про які важливо говорити.

Основні функції соціального плакату включають декілька важливих функцій, які в кінцевому результаті забезпечать ефективність. Перш за все плакат несе інформаційну функцію, так як саме ним доносять до суспільства важливу інформацію, щодо суспільно важливих тем: екології, прав людини, здоров'я, дискримінації, війни. Завдяки точності передачі візуальної виразності можна швидко передати зміст навіть без тексту чи необізнаному глядачу. Соціальний плакат у кризових ситуаціях часто стає першим джерелом який спроможний охопити масову аудиторію.

Наступне це є агітаційна функція соціального плаката, так як він є однією з ключових рис які спонукають до певних дій. Це може бути зміна поведінки, підтримати умовно спільноту чи ідею, долучитись до ініціативи. Плакат завжди впливає на поведінку через емоційні заклики. Типовими прикладами такої функції можуть слугувати плакати «Не мовчи!», «Допоможи ЗСУ».

Соціальні плакати можуть формувати моральні орієнтири, соціальні норми, етичне ставлення до світу. О. Іващенко зазначає «що соціальний плакат спроможний виховувати критичне мислення і формувати світогляд глядача». Так як через плакат суспільство передає модель поведінки, важливість солідарності, поваги.

Ну і в кризових періодах таких як війна, пандемія, різні катастрофи плакат гуртує суспільство, що стає мобілізаційною функцією. Перетворюючи візуальний символ на символ супротиву, об'єднання, національної єдності. Якщо взяти до уваги нинішній час, а саме 2022-2025 роки, то соціальні плакати в Україні стали способом інформаційного фронту та культурного супротиву окупації.

Заключна функція є комунікативна. Це своєрідний міс між суспільством і проблемою. Плакат ініціює діалог, піднімає часто замовчувані теми та провокує до роздумів. Графічна мова дозволяє таким чином спілкуватися без слів, що робить його універсальним засобом впливу на свідомість людей.

Таким чином в графічному дизайні плакат став не просто видом мистецтва, а цілим інструментом, який вийшов за межі цього мистецтва. Функціональність соціального плакату має велике значення в сучасному інформаційному просторі, так як це вплив, освіта та зміни котрі відбуваються в кожного.

Крім функцій плакат виконує низьку важливих завдань, котрі спрямовані на формування громадської думки, емоційної зворотної реакції та соціальній дії. Плакат швидко та влучно акцентує на тих темах, які потребують суспільної уваги, виступає ефективним комунікативним засобом в урбаністичному просторі, особливо в умовах війни в Україні.

Формування громадської думки та соціальних цінностей, норм та колективної свідомості. В аналітичному огляді на платформі Київського національного університету технологій та дизайну можна взяти до уваги, що плакат має можливість «формувати моральні цінності та активізувати етичне мислення».

Плакат це має функцію мобілізаційну та заклику до дій. Це завдання особливо активізувалось під час повномасштабної війни в Україні. Візуальна культура стала невід'ємною частиною супротиву.

Плакат також має завдання збереження національної культурної ідентичності та духу. Через постійне використання таких елементів як українські орнаменти, кольори – формується образ культури. У дипломному дослідженні КНУТД говориться наступне: «Плакат може бути інструментом репрезентації ідентичності, що ґрунтується на символіці, мові та візуальним традиціям»[12].

Не один раз зазначалось вище, що плакат має сильний вплив на свідомість суспільства, формує громадську думку, викликаючи емоції які подальшому спонукають до дій. На даний час це потужний інструмент який відображає суспільні цінності в умовах соціальних та політичних викликів. Що змінюються в різних історичні періоди, формуючи художній образ, який сприяє до соціального впливу та підтримки національної ідентичності.

Соціальний плакат активно впливає на емоційний та психологічний стан людини. Використання кольору, форм та композиції в плакаті допомагає

створювати сильний та потужний ефект на свідомість та спонукати до дій. Наприклад до таких дій як мобілізація населення, під час військових подій в Україні часто користуються таким видом заклику. Адже плакат має візуальний контакт з глядачем, активуючи мислення та спонукаючи до рефлексій.

Ще це чудовий інструмент яким можна користуватись аби зберегти та популяризувати національну культуру, традиції та символізм.

Загально ці всі аспекти підкреслюють важливість соціального плакату як засіб комунікації в суспільстві. Він формує громадську думку, не залишає осторонь важливі теми та формує національну ідентичність. Завдяки поєднанню образу й змісту, плакат може швидко міняти настрої в суспільстві і надихати на зміни.

1.2. Соціальний плакат у контексті проблем війни та захисту дітей

В умовах війни соціальний плакат стає не просто одним із засобів комунікації народу, а цілим інструментом психологічної, інформативної та гуманітарної підтримки. Особливо коли це стосується невинних дітей, які є найуразливішою категорією під час збройних конфліктів. Візуальна мова плакату здатна звернути увагу на трагедію дитинства в умовах війни, викликати емпатію.

Крім того плакати працювали через страх та почуття відповідальності, крім такого це інструмент морального тиску на суспільство. Образ дитини – це однозначно візуальний код невинності, який використовували, як під час Першої та Другої світової війни для виправдання воєнних дій або для просування мирних чи гуманітарних ініціатив.

Соціальні плакати на тему війни в Україні також часто мають візуальний код дитячої тематики. Це може об'єднати у вигляді іграшок, дитячих силуетів, руйнувань навчальних будівель, тощо. Через ці символи автори підкреслюють важливість теми, та формують емоційне повідомлення яким просять не мовчати, адже діти це втрати, які неможливо виправдати.

Окрему роль відіграють плакати які спрямовані на інформування про воєнні злочини, гвалтування, викрадення чи примусова депортація українських дітей. Такі роботи документують злочин та виконують функцію візуального доказу, що може використовуватись в міжнародному інформаційному полі.

Плакат не лише інструмент який фіксує та розголошує світові про жахливі злочини, а також служить своєрідним інструментом підтримки дітей та їхніх батьків. Часто а укриттях можна замітити прості фрази по типу «Ти не сам!», «Ми поруч», «Діти повинні жити, а не ховатись». Такі фрази на плакатах часто виконують терапевтичну функцію та сприяють відчуття захищеності.

Згідно з аналітичним звітом Міністерства культури та стратегічних комунікацій України, плакат – стає одним із найдієвіших методів для донесення важливих меседжів до міжнародної спільноти. В Україні є декілька інформаційних компаній, такі як «Save Ukraine» та «Children of War», активно користуються плакатами як частину візуального супроводу.

Універсальність цього напрямку дозволяє охопити зразу кілька цільових аудиторій, від дітей до батьків, від волонтерів до журналістів, від місцевих громад до міжнародної спільнот. Плакат можна сказати став невід’ємною частиною візуального фронту.

Кожний сучасний український плакат не лише соціальне висловлення, а й своєрідна форма візуального брендингу України у світі. Під час російсько-української війни, яка набула повномасштабного характеру 24 лютого 2022 року. Українські художники та ілюстратори активно використовували соціальні плакати як засіб комунікації та звернення до світового суспільства. Вони через образи, кольори, гасла говорили про сьогоденню проблему до країн, які поділяють демократичні цінності, із закликом підтримати Україну у боротьбі з ворогом за свободу.

Микита Титав автор робіт, котрі стали символом часу. Його лаконічні та емоційні плакати з’являлись на біл-бордах містах по всій країні. На них зазвичай був заклик різними мовами, що підкреслювалось відкритість України. Образи

незламної нації, яка бориться за своє право на життя, транслуючи світу через простоту та глибокий сенс.

У такий спосіб соціальні плакати стають не просто засобом інформування, а візуальним маркером української ідентичності та частиною комунікаційної стратегії держави. Вони формують образ України як держави вільної, сильної та здатної до опору – перед своїми громадянами так і перед світом.

Війна – це тяжке випробування для кожної людини, та найбільш вразливими в цій ситуації залишаються діти. Вони не завжди розуміють, що відбувається, але дуже гостро відчують страх, тривогу, втрату близьких та невпевненість у майбутньому.

Через те, що емоційний стан дітей під час війни значно погіршується, вони переживають сильний стрес, який проявляється у різних формах:

- Розлади сну: нічні кошмари, безсоння;
- Порушення апетиту: від повної втрати до переїдання;
- Неконтрольовані напади плачу, агресії;
- Підвищена тривожність, страх від гучних звуків або замкнутих просторів.

Деякі діти стають замкнутими, уникають спілкування навіть із найближчими людьми. Інші навпаки, можуть проявляти агресію або провокують конфлікти. Усе це є наслідками глибокого стресу, постійного відчуття небезпеки та втрати життєвої стабільності.

Крім психологічних наслідків, війна комплексно впливає на розвиток дитини. Зруйновані школи, часті переїзди, перерваний навчальний процес – усе це позначається на якості освіти, засвоєння знань та формування навичок. Постійна напруга заважає концентрації, погіршується пам'ять та здатність логічно мислити. У багатьох дітей може спостерігатися затримка емоційного й соціального розвитку.

За даними Міністерства освіти і науки України, з початку повномасштабного вторгнення пошкоджено понад 2600 шкіл, з яких понад 400 зруйновано повністю [10].

Соціальний розвиток також порушується. Через вимушене переселення в інші громади вони стикаються з труднощами інтеграції: втрата друзів, нове середовище, мовний або культурний бар'єр – усе це викликає відчуття ізоляції. Для багатьох дітей життя поділилось на «до» та «після», і вертатись до звичного ритму буває надзвичайно важко [14].

Найгостріше діти переживають втрату – батьків, домівки, звичайного способу життя. Ці психологічні травми часто залишають глибокий слід на все життя, спричиняючи ризики розвитку посттравматичного стресового розладу (ПТСР), депресії, тривожних станів [1].

Згідно з дослідженням «Індекс майбутнього», оприлюднений у лютому 2024 року, понад 44% українських дітей мають ознаки потенційного ПТСР. Цікаво, що діти з прифронтових регіонів (Схід і Південь) не демонструють вищих показників ПТСР у порівнянні з іншими регіонами України – тобто вплив війни охоплює всю країну [14].

Станом на 22 листопада, з початку повномасштабної війни загинуло понад 12 тисяч цивільних, з них 673 – дітини. Поранено 1 706 дітей, середньостатистично, що тижня 16 дітей поранено. Зниклими безвісті вважаються 1 936, а депортовано або примусово переміщено понад 19 546 осіб. За даними з відкритих джерел, озвучених російською стороною, 744 тисячі дітей було вивезено з України. Також повідомляється про 388 поранених дітей та 16 випадків сексуального насильства.

Остаточну кількість постраждалих встановити неможливо через бойові дії та тимчасову окупацію частини території України [16].

Війна руйнує дитинство, перетворюючи звичайний і безпечний світ дитини на простір хаосу та невизначеності. Серед основних проблем, із якими стикаються діти під час збройного конфлікту – відсутність безпечного простору, загроза фізичному здоров'ю та руйнування родинних зв'язків.

Втрата безпечного середовища в якому діти могли б почуватись захищено у період війни є однією із найгостріших гуманітарних проблем. Це безпосередньо впливає як на фізичний стан, так і на психоемоційне благополуччя дитини.

У звичайних умовах такими просторами є школи, лікарні, садки, майданчики – місця, які забезпечують стабільність і розвиток. Але під час війни ці об'єкти часто стають мішенями для обстрілів або змушені припинити свою роботу заради безпеки людей. Діти втрачають не лише навчання, а й звичний спосіб життя, що викликає додаткову тривогу.

Ігрові зони стають потенційно небезпечними через близькість до зон бойових дій, ризик замінування або наявність нерозірваних снарядів. Нemoжливiсть перебувати на свіжому повітрі позбавляє дітей фізичної активності, що негативно впливає на їхній розвиток.

Часто навіть наявні укриття не пристосовані для тривалого перебування дітей – відсутність мінімальних зручностей, як-от тепло, освітлення, вентиляція чи місця для гри [10].

Притулки для внутрішніх переміщених осіб, у яких опиняються багато дітей, переважно переповнені. У таких умовах складно забезпечити елементарні потреби: повноцінне харчування, повноцінний відпочинок від стресу, можливість навчання або емоційного відновлення. Діти в таких просторах часто відчують себе самотніми, вразливими та беззахисними. Відсутність зручного середовища для гри й спілкування посилює їхню емоційну нестабільність та почуття тривоги.

Блище до активних бойових дій діти постійно перебувають під загрозою фізичної шкоди. Вибухи, артилерійські обстріли, мінування території створюють смертельну небезпеку для життя й здоров'я. Часто трапляються випадки, коли діти гинуть або зазнають важких поранень навіть у місцях, які раніше вважались безпечними – власних будинках на вулицях чи навіть у тимчасових укриттях.

Ось наприклад історії трьох дітей, яких вбили з вогнепальної зброї в притул:

Ростислав, 13 років – загинув у селі Бузова на Київщині після прямого влучання снаряду. Його родина намагалась врятуватись, переїхавши з міста до села Бучанського району, сподіваючись на більшу безпеку. Проте саме там вони опинились під окупацією. На очах у близьких російські солдати випустили в хлопця снаряд довжиною 16 сантиметрів, не залишивши йому жодного шансу на

порятунку. Ростислав був надзвичайно життєрадісним і любив життя, яке в нього безжалісно забрали російські солдати [15].

Ще більш шокуючою стала історія Софії, 6 років, та її маленького брата Івана, 1,5 року. Разом із усією родиною вони намагалися виїхати з Нової Каховки, що на Херсонщині, коли і їхнє місто вторглися війська РФ. На виїзді родину розстріляли з автоматів. Загинули Софія, її мати, бабуся, дідусь, а півторамісячного Івана, який почав плакати, вбили пострілом, щоб той замовк.

Цю подію описав рідний дядько дітей, Денис: «О 17:13 я зателефонував мамі й почув, як їх вбивають, - згадує він. – Я почув постріл в Софійку. Моя мама закричала: «Це ж дитина, що ви робите!». Потім лунали автоматні черги – вбивали батьків, дружину мого брата. Маленький Іван плакав, а потім почув ще один постріл, після якого він замовк. Я все чув, але нічого не міг вдіяти» [15].

Крім того прямих втрати, війна залишає й інші фізичні рани. Однією з найжахливіших форм насильства є сексуальні злочини проти дітей. Від них страждають навіть наймолодші. Це злочин, що завдають глибокий, іноді незворотніх пошкоджень не лише фізичному тілу, а й психіці дитини. Після таких переживань багато дітей роками або й упродовж життя мають тривалі психоемоційні розлади, які складно вилікувати.

Також дуже болюча темою є руйнування сімейних зв'язків. Війна нерідко позбавляє дітей найважливішого – рідної сім'ї. Втрата одного або обох батьків стає надзвичайно глибокою травмою, що залишає незворотній слід у житті дитини. Навіть у випадках, коли батьки залишаються живими, сімейні зв'язки часто перериваються внаслідок евакуації, мобілізації або через неможливість піклування про дітей у складних умовах війни.

На сьогодні в Україні налічується близько 70 тисяч дітей, які мають статус сиріт або позбавлені батьківського піклування. Зокрема, понад 13 тисяч дітей втратили батьківське піклування безпосередньо внаслідок воєнних дій, а 1756 дітей стали повними сиротами. Проте ці цифри можуть бути не точними. Як зазначає правозахисниця Дар'я, значна частина територій країни перебуває досі в тимчасовій окупації, що унеможливорює збір достовірної інформації: «Ми не

знаємо точно, що з тими дітьми, які залишилися на окупованих територіях. Чи вони живі, де перебувають – порахувати їх на даний момент не можливо» [8].

Втрата родини порушує емоційний баланс дитини. Саме батьківська любов, підтримка та присутність формують у дітей відчуття стабільності, довіри та впевненості а майбутньому. Коли ця опора зникає, діти залишаються емоційно вразливими. Багато з них потрапляють до дитячих будинків, прийомних родин або під тимчасову опіку. Але навіть у найкращих умовах це не завжди можливо замінити тепло своєї рідної сім'ї. У результаті діти можуть почуватися покинутими, втратити довіру до дорослих, замикатися в собі або, навпаки, виявляти агресію. Вони часто уникають емоційного контакту та не готові формувати глибокі стосунки з новою родиною. На цьому акцентувала увагу виконавча директорка ЮНІСЕФ Кетрін Рассел, заявивши: «Діти в Україні пережили рік жаху. Вони були вбиті й поранені, багато з них втратили батьків, братів, сестер, домівки, школи й улюблені ігрові майданчики. Жодна дитина не повинна проходити через таке!» [2].

Таким чином, війна синить руйнівний вплив на всі аспекти життя дитини – фізичний, емоційний та соціальний. Вона позбавляє дітей безпечного середовища, можливості здобувати освіту, стабільність й підтримки, які є необхідними для гармонійного розвитку. Усе це провокує страх, тривожність, втрату життєвих орієнтирів, що виливається у психоемоційні проблеми – розлади сну, харчування, спалах агресії або соціальну ізоляцію. З часом це може призводити до глибоких психологічних порушень, зокрема до посттравматичного стресового розладу (ПТСР) або депресії.

Фізична загроза нажаль також присутня – діти гинуть внаслідок обстрілів, потрапляють під мінометний вогонь, зазнають поранень, стають жертвами сексуального насильства. Ці переживання залишають глибокі шрами на все життя. Розірвані сімейні зв'язки лише посилюють травми, позбавляючи дітей найбільшої цінності – любові та турботи рідних.

Крім того, руйнування шкільної інфраструктури, вимушений переїзд й відсутність доступу до освіти ускладнюють соціалізацію й розвиток дитини, впливають на формування її особистості й майбутнього.

Підсумку, війна створює покоління дітей, які зростають у середовищі болю, втрат і страху. Для пом'якшення наслідків необхідна системна допомога, така як психологічна реабілітація, створення безпечних умов життя, повноцінна освітня підтримка та реалізація державних програм захисту дитинства.

В межах серії з п'яти плакатів на тему «Діти під час війни», винено п'ять основних аспектів, з якими стикаються діти в умовах воєнного стану:

- 1) відсутність безпечного простору
- 2) руйнування сімейних зв'язків
- 3) зупинене дитинство
- 4) життя без вибору
- 5) життя в укритті

Всі вище зазначені аспекти – формують глибоко травматичний досвід українських дітей під час війни.

У такій складній гуманітарній реальності соціальний плакат стає не просто інструментом візуальної комунікації, а формою опору, підтримки та свідчення. Саме через плакат можна привернути увагу до травматичного досвіду дітей, викликати емпатію, закликати до дій, розголосу та допомоги. У цій роботі я досліджую, як візуальні образи, кольори та меседжі які трансюють біль, потреби та надії дітей, які пережили війну – і водночас зберігати їхнє право на голос у суспільстві, яке має їх захистити.

РОЗДІЛ 2

ПОШУК ТА ФОРМОУТВОРЕННЯ СЕРІЇ ПОСТЕРІВ НА ТЕМУ «ДІТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ»

2.1. Пошук та обґрунтування змісту образу

В процесі створення серії соціальних плакатів на тему «Діти під час війни» важливим етапом є глибокий змістовний аналіз образів, які виступають ключовим елементом візуального меседжу. Пошук образів передбачає не лише формальне вирішення композиції, а й вивчення реальних подій, емоційного фону, символів, які в кінцевому результаті будуть викликати співпереживання й формують соціальний вплив.

Образ дитини в умовах війни є багатошаровий та водночас надзвичайно вразливим. Він втілює зруйноване дитинство, втрату безпечних місць, розірванні сімейні зв'язки, психологічні травми, ізоляцію та стан постійної тривоги навіть, якщо дитина перебуває вже в безпечному для її життя місці.

Основна мета створити візуальний ряд, який максимально точно та лаконічно передають ці стани дітей за допомогою символів, кольору та композиційних рішень.

При формованні концепції серії робіт звертала увагу на реальні події, котрі зафіксовані в новинах, звітах міжнародних організацій та свідчення очевидців. Серія плакатів передає окремий аспект дитячого досвіду під час війни – від життя в укритті до втрати батьків. Кожний образ не випадковий, а обґрунтований актуальними соціальними проблемами гуманітарної ситуації в Україні та психологічного стану дітей, які стали заручниками війни.

На основі першого розділу, межах серії з п'яти плакатів на тему «Діти під час війни», винесено п'ять основних аспектів, з якими стикаються діти:

- 1) відсутність безпечного простору
- 2) руйнування сімейних зв'язків
- 3) зупинене дитинство
- 4) життя без вибору

5) життя в укритті

Війна в Україні поставила перед суспільством нову реальність у якій опинилися діти. Крім ключових аспектів, потрібно створити візуальний образ у соціальних плакатів, який не лише буде фіксувати факт, а й передавати метафору чи емоційну сцену.

Перший аспект «Зупинене дитинство» – символізує відібраний у дітей момент/час радості, гри, безтурботності. Візуальне рішення це образ дитини, яка пише слово «Діти», це слово писали як на стінах будинку, вікнах машин коли виїжали з окупованих територій, Маріуполі перед Драматичним театром, цивільні надіялись, що таким чином їх не будуть торкатись. Але як знаєм військові РФ не звертали уваги на це слово і все одно робили злочини які не вкладаються в голову. Крім того хочеться створити в роботі сильний контраст між безтурботним дитинством та воєнною реальністю.

«Відсутність безпечного простору» цей плакат про те, що загроза є там, де мала би бути безпека. Перше що прийшло в голову це залізничний вокзал, який потерпів від ракетної атаки 8 квітня 2022 року. Російські війська запустили ракету з надписом «За дітей». При тому там були декілька тисяч людей в том числі і діти, які чекали разом з дорослими потяг або поїхати в більш безпечне місце. Цей злочин завдав поранення 23 дітям та ще 9 дітей загинуло. Ще буквально недавно 4 квітня 2025 року, країна агресор завдала ракетний удар по Кривому Розі. Де загинуло також 9 дітей, котрі перебували в той момент на вулиці біля дитячого майданчика. Тому, візуальний образ хочу передати через гойдалку та ракету з цинічним надписом.

«Руйнування сімейних зв'язків», це дуже важка тема, адже розлука з рідними через війну дуже впливає на психо-емоційний стан дитини. Ця розлука може бути як через мобілізацію, вимушений переїзд, депортацію та смерті рідних. В роботі хочеться зобразити фігуру дитини котра сама, та передати візуальну метафору, яка показує порожнечу втрати чи розлуки найдорожчого – сім'ї.

«Жертва без вибору» в умовах нинішньої війни дитина це умовна мішень без жодного захисту. У війні діти не є учасниками, але в реальності ми маємо докази, що для військових РФ це не проблема, а інструмент яким вони користуються або залякати суспільство. Вони свідомо стріляли впритул, вирізали символи на тілах дітей, гвалтували та інші страшні речі. Цей плакат хочу присвятити тим дітям, які стали жертвами воєнних злочинів. Оголити крайню форму насильства, де дитина не просто страждає від наслідками, а стає мішенню. Акцентувати увагу на злочинності війни як такої та порушення фундаментального права на життя.

Останній заключний плакат на тему «Життя в укритті». На даний момент повітряна тривога це буденність нашого життя. Під час тривоги зриваються шкільні процеси, впливає на емоційний стан дітей через те, що потрібно переходити в укриття. Такий досвід став частиною повсякдення, але йому не місце в дитячому просторі.

Пошук візуального образу для серії соціальних плакатів на тему «Діти під час війни» є не лише художнім завданням, а й моральною відповідальністю, так як тема дуже важлива. Про ці злочини повинні говорити та доносити до світу, що такі дії є не припустимими і за ці дії повинні нести відповідальність ті хто прикривається дітьми. Водночас дуже це болюча та морально тяжка тема для українського суспільства.

Образи в роботі мають говорити емоцій, передати глибину травматичного досвіду, але водночас зберегти чіткість, лаконічність і силу через графічне повідомлення. Винесли п'ять ключових та важливих аспектів які дозволяють розкрити тему з різних сторін: від фізичної загрози до втрати дитинства та сімейних зв'язків. Всі образи ґрунтуються на реальних подіях, символах та метафорах, що формують основу візуальної серії плакатів. Даною серією хочеться не лише проінформувати, а й закликати до співпереживання, осмислення та основне це дії. Основна функція соціального плакати – стати голосом тих, хто не може висловитись.

2.2. Аналіз візуальних аналогів соціальних проблем у контексті дітей під час війни

Перед тим як приступити до розробки серії соціальних плакатів, важливо проаналізувати візуальні аналоги, художні прототипи які вже існують на подібну тематику. На початку роботи вже з'ясували, що соціальний плакат – це не лише засіб візуальної комунікації, а й глибокий візуальний емоційний інструмент, якого основна мета викликати емоцію у споживача, наприклад співпереживання, обурення чи заклик до дій. Тому кожне графічне рішення повинне бути виправданим, кожний образ – переконливим, а емоційний посил в роботі – чітким.

Складним в цьому завданні є знайти мову, через яку можна говорити із аудиторією про дітей саме в контексті війни. Хочеться акуратно зачепити глядача, не травмуючи, але водночас не замовчувати весь трагізм який відбувається, адже про це потрібно говорити і доносити іншим людям за межі Українського кордону. В даній серії хочеться зробити через поєднання символічного, асоціативного та метафоричного мислення з дитячими елементами та візуальною простотою. Для цього потрібно було знайти художні рішення в інших митців, де тема вони передали тему війни не через прямолінійність чи шоковий ефект, а через тонкі нративи, глибину та водночас простоту образів.

Велику роль в цьому основному процесі відіграє саме аналіз не лише історичних прикладів, а й сучасних робіт особливо в українському контексті, це можуть бути книги, ілюстрації, графіка. Це все допоможе глянути на тему з іншої сторони, акцентуючи увагу не на політичних лозунгах, а на дитячому світі, на їхніх страхах, мріях, надіях котрі зруйновано та деформовано війною.

Не менш важливим в пошуку візуальної мови було поспостерігати, як сучасні ілюстратори, графічні дизайнери та художники працюють з такою темою. Їхні роботи стали не просто референсам, а джерелом натхнення, приклад, як можна знайти баланс та естетикою, при тому виразити весь трагізм, зафіксувати військовий злочин та важливість не замовчувати це. Своїми

роботами митці показують, що навіть в простому зображенні – через колір, деталь можна передати складну емоцію та цілий спектр переживань.

Було розглянуто декілька ключових авторів, яких роботи найбільше зачепили мене та подальшому вплинули на художню концепцію моєї серії робіт. Зокрема це були книжки, авторські ілюстрації та візуальні проєкти сучасних митців.

Спочатку було проаналізовано низьку візуальних та літературних творів, які осмислюють дитячий досвід війни через символи, метафори та емоційну графіку. Перший література котра мене зачепила це книжка під назвою «Війна, що змінила Рондо» - авторів Романа Романишина та Андрія Лесів. Ця книга є символом українського книжкового дизайну, вона отримала міжнародне визнання, а зокрема відзнаку Bologna Ragazzi Award. В цьому виданні саме метафоричність та делікатна візуальна мова стала важливим орієнтиром у розробці плакатів. Ілюстрації поєднують в собі геометричні форми, пастельні та акцентні кольори передають атмосферу втрати, надії та спільного спротиву. Якщо звернути також увагу на зміст можна зрозуміти, що головні герої – маленькі тендітні істоти, які символізують єдність та силу добра яке перемагає зло. Загально весь цей підхід до візуального наративу надихнув на використання світлих акцентів в моїй роботі, який буде символом надії та відновлення. Крім того в тексті звернули увагу на такі слова « Данко подумав, що потрібно для перемоги, влучити в серце Війни, але війна не мала серця.». Ці слово хочеться також використати в роботі, адже ця метафора передає біль та страх дітей [23].

Видання «Жовтий метелик» - автор Олександр Шатохін. Ця книга без слів, але через ілюстрації вона розповідає історію про дівчинку, яка тікає від війни через символіку таких як: колючий дріт, павуків, метеликів. Жовтий метелик виступає символом свободи та надії на краще. Ілюстрації досить мінімалістичні, але водночас емоційно насиченні. Візуальний стиль виконаний в чорно-білій гамі, стиль нагадують дитячі малюнки, що підсвідомо посилюють емоційний вплив. Цей стиль вплинув на моє рішення використовувати прості, але виразні

образи в плакатах, щоб в кінцевому результаті передати складні емоції без зайвих деталей [26].

Третя книжка під назвою «Абетка війни» - автори Соломія та Євген Степаненки. Сама книга побудована на листуванні батька та доньки. Кожна літера це окремий аспект війни. Ілюстрації там цікаві, яскраві та кольорові, виконані в стилі, що нагадує дитячі малюнки. Цей підхід надихнув використати в роботі шрифтові елементи, які б імітували дитячий почерк, додаючи емоційної глибини роботі [25].

Останній літературний приклад «Залізниця додому» - Мар'яна Савка та ілюстрації Марти Кошулінської. Ця книга розповідає про дівчинку Єву, яка повертається разом з мамою додому після евакуації. Ілюстрації побудовані через поєднання м'якої стилізації з акцентом на порожнечу, тіні, очікування та сліди через вимушену евакуацію. Це все також вплинуло на створення плакатів, а особливо на плакат під назвою «розірвані сімейні зв'язки» та «втрата безпечного простору» [24].

Цих чотири книжки стали джерелом візуального натхнення. Але також допомогли більш глибоко осмислити емоційний стан дітей чад час війни. Там продемонстровано, як через прості образи та символи легко можна передати складні почуття та переживання, що стало основою для створення моїх соціальних плакатів. Адже, основна візуальна мова буде базуватися не лише на документальному відтворенні певних моментів, а й через символіку, тишу, простір та кольорові акценти.

Серед візуальних аналогів особливу увагу привертала також роботи сучасних ілюстраторів, які через символічну мову висвітлюють трагедію війни, в тому числі в контексті дитинства. Спочатку помітила ілюстрації на просторах Instagram, Анни Сарвіри. А саме білий голуб на чорному фоні над стилізованим вогнем. Робота відрізняється мінімалістичністю та глибоким символізмом. Голуб білого кольору, що підіймається над полум'ям виступає своєрідною метафорою загиблої душі чи надії. Контрастна кольорова гама: чорний, яскраві синьо-жовто-червоні акценти та білий, посилює емоційний вплив. У власній

роботі я запозичила підхід до форм, які створюють універсальні візуальні знаки, здатні передавати емоцію без прямого зображення подій [7].



Рис. 2.1. Анна Сарвіра, автор ілюстрації «Голуб миру»

Ще одна ілюстрація яка зачепила, присвячена трагедії Маріупольського драмтеатру. Будівля в диму, надпис «ДІТИ» перед виходом демонструє образ цинічної жорстокості, який водночас зберігає візуальну стриманість на зображенні. В своїй серії я запозичила ідею візуального маркування простору як спосіб привернути увагу суспільства до вразливості дітей, що перебувають в зоні бойових дій і не тільки [19].

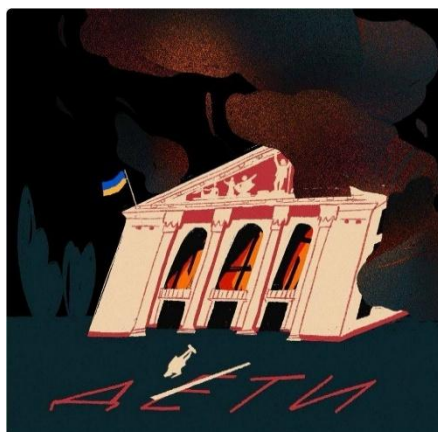


Рис 2.2. Маріуполь драмтеатр Діти

Ще один потужний приклад це ілюстрація обстрілу вокзалу в Краматорську, Курутової Тетяни – яка є українською художницею. На роботі зображено сім'я котра очікує потяг, над якою летить ракета з надписом «За дітей». Дитяча

стилізація з м'якою кольоровою палітрою дає контраст із жахливою реальністю, створюючи дисонанс. Такий її підхід я рішила адаптувати у своїй роботі, використовуючи стилізацію під дитячі малюнки як художній прийом, щоб зробити контраст в роботі між наївністю і жорстокістю навколо дітей [4].



Рис 2.3. Курутова Тетяна, автор ілюстрації «Краматорський вокзал»

Ці роботи допомогли мені зрозуміти, що символізм та стриманість в стилізації під дитячу мову є ключовим інструментом в створенні серії плакатів. Всі принципи які взяті за основу при розробці особистої роботи, домінує метафоричне значення, а саме бачення дитячого досвіду війни.

Аналіз візуальних аналогів – як книжкових так і плакатних дозволив глибше осмислити візуальні значення. Ілюстровані видання, такі як «Війна змінила Рондо», «Жовтий метелик», «Абетка війни» та «Залізницею додому», показали, що метафора, стилізація під дитячий малюнок, стримана кольорова гама та візуальна простота здатна викликати сильні емоції.

Плакатні роботи сучасних українських ілюстраторів також стали орієнтиром в створенні свого. Вразило як поєднали образну мову і з сильним підтекстом – як зображення трагедії в Маріуполі, обстрілу Краматорська та символізм голуба над полум'ям. Ці роботи досить того що надихнули на ідеї, ще емоційно зачепили, через що були обрані для детального аналізу.

Попри це все, у процесі дослідження також ознайомилась з десятками інших візуальних робіт цих авторів що згадувались та інших – постери, ілюстрації, фотосерії, які також дали ідею та візуальне бачення майбутньої роботи. Даними аналогами можна ознайомитись в додатку. Але саме ці згадані роботи найблищі до моєї концепції та найбільше вплинули на формування моєї художньої мови.

2.3. Художня-графічна пропозиція

На основі попереднього аналізу теми, візуальних аналізи та художніх образів, було сформовано серію плакатів, що висвітлюють проблему впливу війни на дітей в Україні. Кожна робота несе узагальнений, але й емоційно наповнений візуальний образ, що допомагає донести важливість цієї теми до глядача через простоту форм, символізм, кольорову гаму та композиційні акценти.

Формування семіотичного поля стало одним із ключових моментів у розробці серії плакатів на тему «Діти під час війни». Семіотичне поле – це система візуальних символів, асоціацій та знаків, які в подальшому закладають певний смисловий каркас в роботі. Воно допомагає структурувати ідеї, виявити прихований сенс та створити візуальний образ, який здатний емоційно вплинути на аудиторію на підсвідомому рівні.

Саме у контексті теми семіотичне поле формувалось навколо свідомо підібраних образів. На першій роботі «Зупинене дитинство», центральним елементом є дитина, яка крейдою малює слово «ДІТИ». Фігура дитини зображена в простій формі, а надпис виконаний в червоному кольорі на чорному фоні. Цей образ є метафорою перерваного безтурботного життя. Хочеться передати саме контраст між дитячими малюнками та похмурым тлом який повинен викликати сильну емоцію.

Далі «Відсутність безпечного простору», на плакаті захотіла зобразити саме гойдалку, що зависла над безодньою. Порожнеча та символ гойдалки стає як недостатнього простору для гри. Стилїстика навмисно спрощена аби передати відчуття нестабільності.

«Руйнування сімейних зв'язків», хочеться передати образ втрати та відчуження внаслідок мобілізації, евакуації, загибелі рідних. Простір побудований таким чином щоб передати саме емоцію самотності та тривожності дитини.

«Жертва без вибору», плакат повинен символізувати небезпеку на яку дитина не має вплив. Приціл спрямований на дитину викликає напругу та контраст через те що дитина слугує об'єктом, цілю чи мішенню.

Останній плакат «Життя в укритті», асоціації з довгою тривогою та психологічним тиском, темний простір не є місце для дітей.

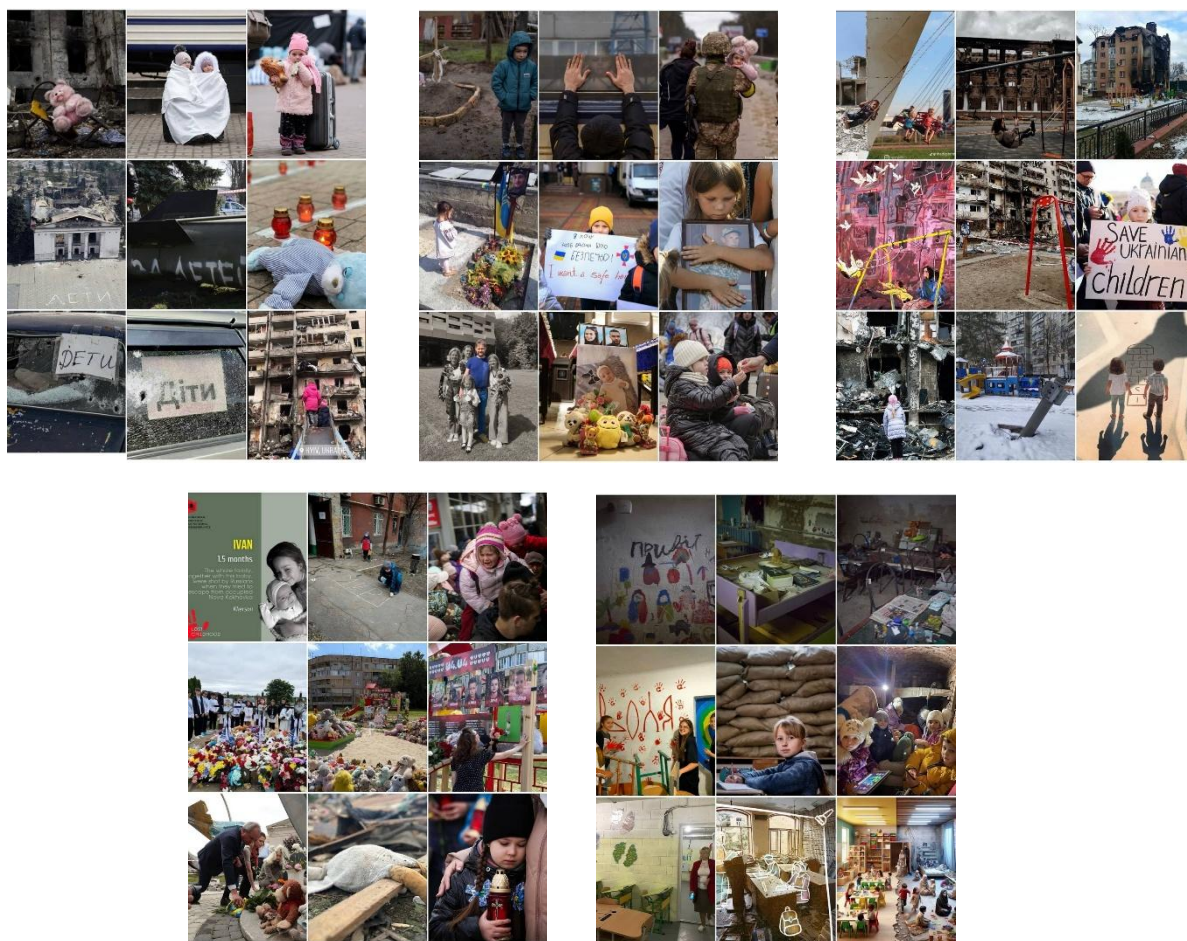


Рис. 2.4 Семіотичне поле

Таким чином семіотичне поле стало фундаментом в художньо-графічному формоутворенні. Це допомогло не лише зробити якусь структуру візуальних ідей, але й забезпечити глибину сприйняття, підкріплену асоціативним та критичним мисленням.

Після формування семіотичних полів наступний етап було пошукове ескізування. Цей процес мав на меті візуалізувати відібрані символи й асоціації. Пошукове ескізування передбачало створення декілька варіантів окремих елементів які в подальшому допоможуть при розробці. Це була гойдалка, ракета, надпис так як хотілось щоб він був від руки, автомат, дітей і тд.

Крім того виконувалось трішки в кольорі, щоб при розробці в редакторі вже знати яку кольорову гаму використовувати.



Рис. 2.5 Пошукове ескізування

Після повноцінного аналітичного та ескізного етапу приступили безпосередньо до розробки фінального графічного рішення. На цьому етапі відбулося перетворення попередніх аналізів в готову роботу, виконані в єдиному візуальному стилі.

Уся серія дотримана в єдиній стилістиці, що базувався на флет-дизайні, мінімалізмі та символічній мові. Візуальна стриманість дала змогу акцентувати увагу на головних образах, не перевантажуючи композицію зайвими деталями. Основні візуальні акценти будуються через контраст простору, співвідношення кольорів й пустоти, а також роботу з типографікою, так як в деяких моментах елемент імітується дитячим малюнком, що повинно підсилювати емоційний вплив.

Всі плакати працюють як самостійні висловлювання, але при цьому разом утворюють послідовну, цілісну серію, що розкриває різні аспекти дитячої вразливості у воєнний час.

Таким чином, було реалізовано повноцінний цикл – від концептуального осмислення теми до створення завершальних візуальних рішень. Завдяки такому послідовному застосуванню семіотичного поля, пошукового ескізування, формування візуального ряду вдалось створити серію плакатів, які в результаті поєднують художню виразність, глибокий зміст та соціальну чутливість.

П'ять плакатів висвітлюють ключові аспекти дитячого досвіду під час війни: жертва без вибору, відсутність безпечного простору, руйнування сімейних зв'язків, зупинене дитинство та життя в укритті.

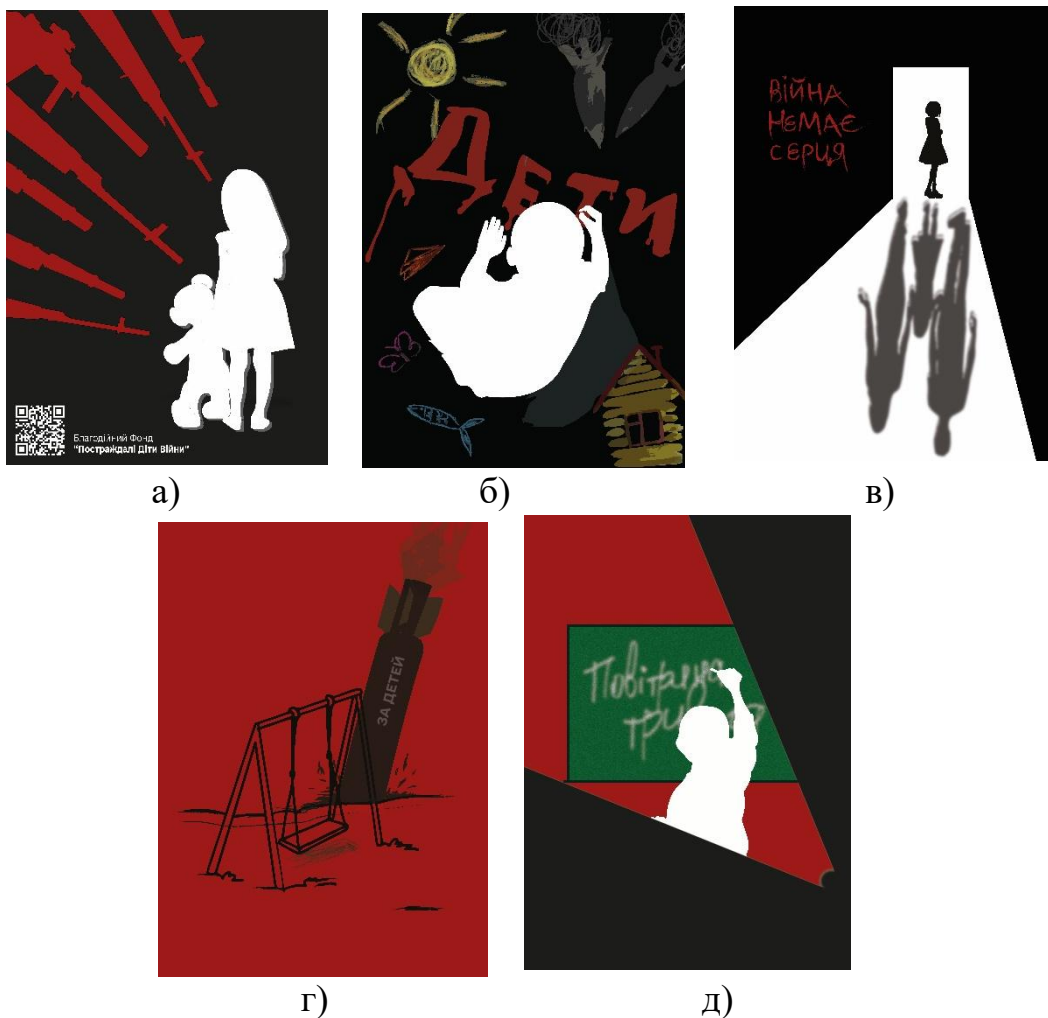


Рис 2.6. (а-д) Фінальні постери на тему «Діти під час війни»

Фінальна робота виконана в єдиному стилі з дотриманням мінімалізму, що допомагає сконцентрувати увагу на основному меседжі теми. Таким чином, серія робіт виконує не лише художню функцію, а й виступає як інструмент візуального висловлювання, який доносить важливу соціальну проблему, формує емоційний відгук і стимулює критичне мислення в аудиторії.

3 РОЗДІЛ

ОПИС ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ СЕРІЇ ПОСТЕРІВ НА ТЕМУ «ДІТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ»

3.1 Складові частини об'єкта проєктування

Об'єктом проєктування є серія авторських соціальних плакатів, створені метою візуального осмислення теми дитинства в умовах війни. Ці плакати несуть соціальне повідомлення глядачам, формують співпереживання, піднімають важливі гуманітарні питання та візуально показує всю дитячу незахищеність.

Кожна робота – це окрема візуальна композиція, що поєднує графічні, смислові та комунікативні компоненти. Серія з п'яти плакатів об'єднана спільною темою, стилістикою та функціональним призначенням, проте кожний має власний сюжет та акцент на окремий аспект.

До складових частин об'єкта проєктування належить:

- Графічна основа – це є база, яка складається з цифрової ілюстрації у флет-стилі, з опорою на семіотичні символи.

- Змістовне навантаження – кожний плакат передає конкретну соціальну проблему з яким стикаються діти в нинішній час, це втрату батьків, ізоляція, загроза життю, психологічну травму, тощо.

- Композиційна структура – побудова візуальних елементів так, щоб була домінантний елемент, другорядний та текстове повідомлення

- Кольорова гама – обмежена палітра, що передає всю трагічність та важливість не мовчати про це: в основі це чорний, червоний та білі кольори.

- Формат та носій – формат A2, придатний до друку, експонування у виставковому просторі.

Кожний плакат функціонує як візуальне повідомлення, що базується на символах, метафорах та композиційних прийомах, спрямований на глибокий емоційний відгук. Завдяки єдиному стилю та концепту всі роботи утворюють цілісну серію з потужним соціальним меседжем.

3.2. Способи втілення концепції формоутворення

Формоутворення для серії плакатів на тему «Діти під час війни» здійснювалась через послідовне втілення візуальної концепції, що базується на сильному символізмі, емоційній виразності та візуальній лаконічності. Кожна робота є завершеним грациним об'єктом, якому форма безпосередньо підпорядковується змістом.

Основне завдання стало створити візуально прості, але водночас емоційно насичені образи, котрі здатні миттєво привернути увагу на викликати внутрішній відгук. В цьому контексті формоутворення через такі рішення:

- Образ дитини – узагальнений силует, який глядач повинен сприймати як символ будь-якої дитина, чистоти, невинності.

- Простір – фон виконаний в мінімалістичній манері, що підкреслює емоційну порожнечу.

- Контраст кольорів – темний фон і світлі акценти, умовно посилюють тривогу.

- Типографіка – у деяких елементах виконана з імітацією дитячого малюнку, що додає глибини.

Формоутворення в цьому проєкті розглядається не лише з естетичної сторони, а як комунікативна. Спрямована на те, що це все в купі створило інструмент за допомогою якого можна донести суспільно важливий меседж. Образна мова, візуальні метафори, стилістична стриманість стали інструментом для емоційного та естетичної взаємодії з глядачем.

3.2.1. Художньо-образні особливості

Художнє-графічне вирішення серії соціальних плакатів «Діти під час війни» базується на принципах мінімалізму, та плоскості зображення, що характерно саме флет-дизайну та використання візуального символізму. Графічна мова сама по собі проста та стримана, проте влучна, адже має чіткий емоційний акцент в кожній роботі.

«Зупинене дитинство» зображено образ дитини, котрі сидить і пише слово «ДІТИ» червоним кольором, який символізує про допомогу. Рукописне слово імітує дитячий малюнок, посилюючи емоційність. Силует дитини виконаний в білому кольорі, що несе щирість та невинність. А контрастний колір чорний фон підсилює цей акцент на чистоті дитини.

«Відсутність безпечного простору», основа це гойдалка та ракета з надписом «за дітей», акцентується увага на те що місця призначені для дитячих ігор та веселощів є також місцем жорстоких злочинів. Кольорова гама в чорно-червоних кольорах, що стають символом боротьби та болю. Адже велика кількість дітей загинула саме на дитячих майданчиках, тому фон був обраний червоний, а деталі чорним.

«Руйнування сімейних зв'язків» художнє рішення базувалось на тині як метафора про втрату. Дівчина зображена в отворі дверей сама, лише видно тінь її з батьками. Графіка стримана та обмежена в деталях. Кольорова гама – також обмежена, лише чорний, білий та акцент червоний в надписі.

«Жертва без вибору» - ця робота також максимальна лаконічна та проста, але із посилом. Дитина зображена з іграшкою, яка є умовно мішенню. Відсутність додаткових деталей на дитині підсилює узагальнений образ і дозволяє глядачу самостійно домислити контекст. Художньо-графічний ефект досягається через геометрію та кольорову гаму, адже червоно-чорні тони використовуються для того щоб передати саме негативний простір.

«Життя в укритті», остання композиція побудована навколо фігури дитини, що знаходиться в темному замкнутому просторі. Обмежена кольорова палітра єднає композицію та створює атмосферу відчуження. Єдине джерело це промінь світла як графічний акцент.

Якщо узагальнити, то саме стиль роботи флет-дизайн, дозволяє позбутися зайвих деталей та сконцентрувати увагу на ключові смислові елементи. Головними виразними засобами виступає спрощені силуети та кольорова гама, що створює напругу і підсилює емоційне занурення в тему. Таке стримане кольорове рішення, підкреслює трагічність теми, а білий акцент виділяє надію.

3.2.2. Композиційна побудова

Композиційна побудова відіграє дуже важливу роль, адже через це залежить сприйняття та передача закладеного змісту в серії робіт. Основна мета – привернути увагу до ключового образу, а саме дитини, та зробити максимально зрозумілим для глядача. Саме тому вся серія побудована за принципом візуальної простоти та виразності елементів.

У більшості робіт застосовано центральне розміщення, що дозволяє акцентувати увагу на головному – фігура дитина чи символі. Навколишнє середовище зображене умовно спрощено, щоб не перевантажити візуальне поле і не відволікати від головної ідеї. Важливу роль відіграє негативний простір, порожні зони, які роблять ефект самотності, тривоги, тиску та втрати.

У в роботі «Життя в укритті» базується на перспективі через чорне тло та кольоровий елемент який зображений ніби світло від ліхтаря, а інших на плоскому фоні, що робить сцену статичною та напруженою ніби зупинений момент. Світловий акцент використовується як частина композиційного рішення.

У серії присутній візуальний баланс та трішки хаусу. Кожний елемент має своє місце та зміст. Така побудова допомагає глядачеві миттєво зчитувати основне повідомлення, яке хочеться донести і водночас залишає простір для осмислення.

Тому, композиційна побудова в цій серії плакатів є простою, але завдяки чітким акцентам, великого негативного простору та зрозумілій структурі легко сприймаються і водночас викликає сильну емоцію. Такий підхід допоміг ефективно передати складну соціальну тему без перенавантаження.

3.2.3. Образно-стилістичні ознаки

Образно-стилістичне рішення серії плакатів базується на поєднанні узагальнених візуальних форм, метафоричного мислення та стриманої графічної мови. Основна ідея – це говорити не буквально, а через символ, асоціацію, емоцію та візуальну форму.

Усі зображення дітей подані лише у вигляді силуету, без деталей, без персоніфікації. Це зроблено для того, щоб глядач не асоціював з конкретною особою, а з будь-якою дитиною, незалежно від віку. Такий підхід допоміг узагальнити проблему й зробити її ближчою до кожного.

Символи, які використовуються в серії (гойдалка, зброя, надписи), мають емоційне та смислове навантаження. Вони працюють як візуальні метафори, крім того легко зчитуються, навіть без тексту. Що робить плакати універсальними в сприйнятті.

Стилістика всіх робіт виконана в стилі флет-дизайн, тобто плоске зображення без об'єму та моделювання. Така графіка дозволяє зосередити увагу на сенсі і не перенавантажувати візуальне поле. Образи всі чіткі, цілісні, впізнавані. Крім того використовується імітація дитинячого почерку та малюнків, що є додатковим емоційним акцентом.

Кольорова гама максимально стримана (чорний, червоний та білий). Кольори не просто так підібрані вони несуть певний символізм. Чорний символізує смерть, трагічність, небезпеку, самотність, страх. Саме чорний підкреслює самотність дитини. Червоний є символом крові, агресії, небезпеки. В проєкті це водночас також візуальний крик, який не можна пропустити. Білий символ чистоти, наївності, надії. Цей контрастний колір не просто так зображає саме дітей, адже він несе в собі символ незахищеності також.

Ці кольори працюють разом і створюють ефект страху та небезпеки, а білий додає контраст між надією та темрявою та підсилює емоційний крик незахищеності. Умовно створюють візуальний трикутник: білий – жертва, червоний- агресія, а чорний – трагічність.

Отже, образно-стилістичні ознаки цієї серії ґрунтуються на простоті, символізмі та глибокому змісті. Що дозволяє візуального говорити про складні речі – не прямо, а через образ. Стримана стилістика допомагає донести головне без зайвого.

3.2.4. Споживчі якості

Серія соціальних плакатів створена на тему «Діти під час війни», має високі споживчі якості як у функціональному, так і комунікативному аспекті. Вони легко можуть адаптуватися для використання у різних форматах – від надрукованого до електронних носіїв.

Графічна мова в цій серії робіт універсальна, зрозуміла незалежно від мови. Візуальні образи які використовуються працюють на емоційному рівні без необхідності перекладу, що дозволяє використовувати ці роботи і за межами України, у міжнародному просторі. Вони можуть доносити світовій спільноті реалії українського дитинства під час війни.

Візуальна мова в умовах війни є досить стриманою та співпереживальною. Вона дозволяє людям усвідомити, що проблема існує не десь далеко, а поруч з кожним та стосується кожного. Серія має глобальну комунікативну функцію. Вона не лише фіксує факт тероризму, а й закликає до дій, привертає увагу до гуманітарних потреб. Плакати не лише повідомляють про факт, а й стимулюють до дій, підтримують та не залишають байдужих до цієї теми.

Це не просто графічне зображення. Це візуальний голос українських дітей, це документування реальних фактів тероризму, це звернення до суспільства. Завдяки простій формі, можна передати глибокий зміст та емоційний посил. Адже такі роботи здатні змінювати ставлення та спонукати до дій як в середині країни, так і за межами.

3.3. Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення

Якість виготовлення соціального плакату має важливе значення, тому що від чого залежить сприйняття візуального повідомлення. Для реалізації серії було обрано матеріали, які відповідають вимогам до сучасної поліграфічної продукції, зокрема і до соціального плакату, що має виставкове, інформативне та громадське призначення.

Для друку використовується папір Citylight Premium щільністю 150 г/м – це спеціалізований матеріал, розроблений для виготовлення плакатів, постерів та

рекламних зображень. Основна перевага є його одностороннє крейдування, яке забезпечує ідеальну гладку поверхню та якісне зчеплення з чорнилом. Висока просвітна білизна не менше 97% гарантує чіткість ліній, чистоту кольору й правильне відображення контрасту між кольорами. Папір стійкий до вологості та не вицвітає під впливом зовнішніх чинників протягом часу, що робить його придатним до розміщення в закритих виставкових залах так і в публічному просторі [3].

Друк здійснюється на широкоформатному принтері Epson GS6000, який підтримує 8-колірну систему для розширеного колірного охоплення. Цей принтер дозволяє точно передати тональність, дрібні деталі, що є важливим для плакатів. Завдяки високій роздільній здатності, графічні елементи зберігають чіткість навіть при збільшенні [20].

Крім того будуть використовувати екосольфатні фарби Agfa Arigi. Вони мають високу ступінь стійкості до вицвітання, вологи та механічного стирання, що в результаті забезпечить довготривалий термін плакатів. Чорнила сертифіковані як безпечні для середовища та не містять токсичних речовин, що важливо [5]. Роботи виготовлені завдяки чим матеріалам не лише мають естетично привабливий вигляд, але й відповідає професійним стандартам поліграфічного виробництва.

Отже, в межах третього розділу було зроблено комплексний опис об'єкта проєктування – серії плакатів присвячених темі «Діти під час війни». Проєкт об'єднує п'ять авторських робіт, кожна з яких має окреме тематичний смисл та емоційне навантаження, але разом створює цілісне візуальний меседж. Розглянули складові частини об'єкта, визначено художньо-графічні особливості, принципи композиційної побудови, стилістичні прийоми та символіку. Плакати базуються на поєднанні мінімалізму та флет-дизайні. Візуальна мова проста для зчитування, але багатшарова за змістом. Окрему увагу приділено матеріалам та технологічного забезпечення виготовлення. Обрано професійні носії, екологічні чорнила та високоякісне обладнання які забезпечать високу якість, довговічність та візуальну точність.

ВИСНОВКИ

В межах кваліфікаційної роботи було розглянуто та проаналізовано тему соціального плакату, як засіб візуальної комунікації, який може впливати на суспільну свідомість та формувати емпатію. Особливу увагу зосереджено на проблематиці дитинства в умовах війни. Тема є особливою актуальною на даний момент в Україні.

У першому розділі було досліджено історичні та теоретичні аспекти соціального плакату, його функції, роль, особливості у соціальній комунікації. Проаналізовано, як плакат у різні історичні періоди відображав суспільні процеси та реакцію на різні події. Акцент був більше у сучасному контексті, а саме повномасштабної війни в Україні та її вплив на дітей.

У другому розділі описаний процес аналізу прототипів та референсів, формування концепції та художнього образу. Розглянуто семіотичну основу кожного плакату, обґрунтовано вибір візуальних символів, кольорових рішень та графічних підходів.

Третій розділ заключний, він присвячений опису об'єкта проєктування. А саме визначено складові частини, художньо-графічні, композиційні, стилістичні та споживчі особливості. Окремо розглянуто матеріали та технологію друку яке буде використовуватись. Плакати виконані в єдиній стилістиці, адаптовані до публічного простору і мають потенціал впливати на аудиторію.

Можна зробити висновок, що соціальний плакат залишається актуальним засобом художнього висловлювання та комунікації в кризові час. Створена серія не лише відображає гостру реальність та факт злочину. А виконує функцію між емоцією та свідомістю суспільства. Це є прикладом як графічний дизайн може формувати культурну пам'яті. Серія плакатів актуальна та несе важливу проблему, звертається до глядача через емпатію та візуальну емоцію. Працює як інструмент впливу не тільки в межах кордонів України, а й за межами. Проєкт демонструє, як графічний дизайн може стати формою діалогу із суспільством, способом висловлювати біль і заклик до дій мовою візуального мистецтва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «На вибухи не реагують, думають про суїцид»: українські діти після російської депортації та окупації. Radiosvoboda. 24.04.2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-dity-pislya-rosiyskoyi-deportatsiyi-ta-okupatsiyi/32927200.html> (дата звернення: 11.11.2024).
2. 365 днів війни для дітей в Україні. Unicef. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/365-days-of-war> (дата звернення: 11.11.2024).
3. City Light Premium 150 г/м² – односторонній крейдований папір. PromDesign. URL: <https://promdesign.ua/bumaga-skylight-city-light-150g-33> (дата звернення: 29.05.2025).
4. Kopytova Tetiana Horse Art. Instagram. URL: https://www.instagram.com/kopytova_tetiana_horse_art/# (дата звернення: 15.05.2025).
5. UV чорнила Limei для широкоформатного друку. Limei. URL: <https://limei.ua/inc/5-uv-chernila-limei> (дата звернення: 29.05.2025).
6. We Can Do It. Wikipedia. URL: https://uk.m.wikipedia.org/wiki/We_Can_Do_It (дата звернення: 12.03.2025).
7. Анна Карвіра. Wikipedia. URL: https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%BD%D0%B0_%D0%A1%D0%B0%D1%80%D0%B2%D1%96%D1%80%D0%B0 (дата звернення: 15.05.2025).
8. Без батьків під час війни: яка ситуація із сиротами в Україні. Голоси дітей. URL: https://voices.org.ua/news/bez-batkiv-pid-chas-viyny-iaka-sytuatsiia-iz-syrotamy-v-ukraini?gad_source=1&gad_campaignid=22646697080&gbraid=0AAAAABnDBmJDjYIow37aeYV9Ut-uHHjWI&gclid=CjwKCAjwr5_CBhBlEiwAzfwYuLtGVwb5ckfgvZHrpwR1

- m-inK9AWTG92XYKvnugiPDtF7N3wDeGDWxoCReAQAvD_BwE (дата звернення: 11.11.2024).
9. Герберт Китченер. Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%B1%D0%B5%D1%80%D1%82_%D0%9A%D1%96%D1%82%D1%87%D0%B5%D0%B%D0%B5%D1%80 (дата звернення: 03.03.2025).
 10. Дитинство під час війни. Unicef. 07.07.2023. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/stories/childhood-in-the-war> (дата звернення: 17.11.2024).
 11. Лисицький Ель «навчить державотворенню» в Ірландії. ART UKRAINE. 31.07.2015. URL: <https://artukraine.com.ua/n/el-lisickiy-navchit-derzhavotvorenniyu-v-irlandii> (дата звернення: 12.03.2025).
 12. Єжова, О. В. Бадовська, Валерія Олегівна. Плакат як засіб соціальної реклами. Електронний архів КНУТД. 09.06.2021. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18035> (дата звернення: 12.02.2025).
 13. Жуль Шере. Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D1%83%D0%BB%D1%8C_%D0%A8%D0%B5%D1%80%D0%B5.
 14. Ірина Куницька, Леся Журавська. Українські діти відрізняються від дітей мирних країн. Суспільне. 23.11.2023. URL: <https://suspilne.media/kropyvnytskiy/620131-ukrainski-diti-vidriznautsa-vid-ditej-mirnih-krajin-psihologina-z-kropivnickogo/> (дата звернення: 17.11.2024).
 15. Історії дітей, які вже ніколи не виростуть: в Інституті нацпам'яті розповіли про жертви окупантів. ТСН. Війна. 04.06.2022. URL: <https://tsn.ua/ato/istoriyi-ditey-yaki-vzhe-nikoli-ne-virostut-v-instituti-nacpamyati-rozpovili-pro-zhertv-okupantiv-foto-2078701.html> (дата звернення: 17.11.2024).
 16. ІСТОРИЇ ДІТЕЙ. Childrenofwar. URL: <https://childrenofwar.gov.ua/stories-of-children/> (дата звернення: 17.11.2024).

- 17.Історія плакатів – друкарня Гнозіс №1. Gnozis. URL: <http://gnozis.com.ua/uk/blog/istoriya-plakativ-drukarnya-gnozis-1/> (дата звернення: 14.04.2025).
- 18.Літографія. Wikipedia. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F> (дата звернення: 14.04.2025).
- 19.Маріупольський драмтеатр. Pinterest. URL: <https://www.pinterest.com/pin/263882859411334914/> (дата звернення: 15.05.2025).
- 20.Плотер Epson Pro GS6000 : технічні характеристики. Inksystem. URL: <https://www.inksystem.biz/ua/plotter-ciss/epson/pro-gs6000.html> (дата звернення: 29.05.2025).
- 21.Польська школа плакату. Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82%D1%83 (дата звернення: 12.03.2025).
- 22.Розробка дизайну плакату. Basov. URL: <https://basov.com.ua/plakat.html> (дата звернення: 13.04.2025).
- 23.Романишин Р., Лесів А. Війна, що змінила Рондо. Львів: Видавництво Старого Лева, 2015. – 40 с.
- 24.Савка М. Залізницею додому / іл. М. Кошулінська, Львів: Видавництво Старого Лева, 2022. – 32 с.
- 25.Степаненко Є., Степаненко С. Абетка війни, Львів: Видавництво Старого Лева, 2022. – 144 с.
- 26.Шатохін О. Жовтий метелик. Львів: Видавництво Старого Лева, 2022. – 64 с.