

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

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи
«ДИЗАЙН СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА ТЕМУ: «КОРУПЦІЯ ПІД ЧАС
ВІЙНИ В УКРАЇНІ»»

Студентки 4 курсу групи ДИЗ-41
спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «Графічний дизайн»
Янішевської Катерини Володимирівна
Керівник: канд. пед. наук
Цідило Ірина Ігорівна
Рецензент: Юзик С. О.
Кількість балів: _____
Оцінка: ECTS _____
Національна шкала _____

Тернопіль – ЗУНУ

2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ КОРУПЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ	5
1.1. Дослідження сучасного стану проблеми	5
1.2. Загальний огляд проблеми корупції під час війни в Україні	7
1.3. Основні аспекти соціальної проблеми	11
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПОШУК ТА ФОРМОТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ.....	16
2.1. Пошук та аналіз розкриття художніх образів теми в контексті графічного дизайну	16
2.2. Аналіз аналогів візуалізації теми корупції	18
2.3. Художня-графічна пропозиція.....	24
РОЗДІЛ 3. ОПИС СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «КОРУПЦІЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ»	30
3.1. Складові частини об'єкта проєктування.....	30
3.2. Способи втілення концепції формотворення	31
3.2.1. Художньо-графічні особливості.....	31
3.2.2. Композиційна побудова.	33
3.2.3. Образно-стилістичні ознаки.....	35
3.2.4. Споживчі якості.....	36
3.3. Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення	38
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42

ВСТУП

У сучасних умовах повномасштабної війни в Україні проблема корупції набуває особливої гостроти, оскільки підриває не лише економічну стабільність держави, а й моральні засади суспільства, що об'єдналося для спільної боротьби.

У цьому контексті соціальна реклама виступає як потужний інструмент громадянського впливу, що здатен формувати суспільну свідомість, сприяти активному несприйняттю корупційної поведінки та підвищувати рівень соціальної відповідальності. Проте ефективність такої реклами значною мірою залежить від її візуального оформлення, здатності привертати увагу.

Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю створення візуально дієвої, соціально відповідальної та емоційно-переконливої комунікації, яка здатна впливати на поведінкові моделі громадян. Аналіз сучасних тенденцій у дизайні соціальної реклами, а також розробка власних концепцій антикорупційних плакатів, які сприятимуть розвитку національного візуального дискурсу та посиленню інформаційного фронту боротьби з внутрішніми загрозами.

Мета дослідження – проаналізувати особливості візуальної комунікації та розробити ефективний дизайн соціальної реклами, спрямованої на привернення уваги суспільства до проблеми корупції в умовах війни в Україні. Робота має на меті виявити інструменти впливу соціальної реклами на свідомість громадян.

Завдання кваліфікаційної роботи:

1. Провести дослідження сучасного стану проблеми корупції в Україні під час війни.
2. Здійснити загальний огляд проявів корупції у воєнний період у різних сферах, зокрема у військовій, закупівельній та гуманітарній.
3. Визначити основні аспекти теми як соціальної проблеми, що потребує візуального висвітлення.
4. Провести аналіз художніх образів, метафор і візуальних прийомів, які використовуються для розкриття теми корупції в графічному дизайні.

5. Дослідити візуальні аналоги, приклади соціальних плакатів, присвячених темі корупції.

6. Розробити власну художньо-графічну концепцію відображення проблеми корупції під час війни.

7. Визначити складові частини об'єкта проєктування, серії соціальних плакатів.

8. Обґрунтувати способи формотворення, враховуючи художньо-графічні особливості, композицію, образно-стилістичні рішення та споживчі якості.

9. Визначити матеріали і технології, необхідні для виготовлення плакатів.

Об'єкт дослідження – візуальна комунікація соціальної реклами в умовах війни в Україні.

Предмет дослідження – художні засоби та стилістичні прийоми для створення соціальних плакатів, спрямованих на привернення уваги до проблеми корупції під час війни.

Теоретичне значення роботи полягає в систематизації знань про особливості візуальної комунікації в соціальній рекламі на прикладі антикорупційних кампаній в умовах війни в Україні. У роботі проаналізовано сучасні підходи для створення соціальних плакатів. Отримані теоретичні результати можуть стати основою для подальших досліджень у сфері дизайну, комунікацій та соціальної психології.

Практичне значення роботи полягає в розробці дизайн-концепції соціальної реклами, яка може бути використана для підвищення обізнаності громадян щодо проблеми корупції під час війни. Запропоновані графічні рішення мають прикладне значення для дизайнерів, громадських організацій, рекламних агенцій та органів державної влади, які займаються створенням і поширенням соціальної реклами. Представлена в роботі візуальна концепція може бути адаптована для друкованих і цифрових носіїв, що робить її актуальною для сучасного медіапростору.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 21 позиції.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ КОРУПЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

1.1. Дослідження сучасного стану проблеми

Аналіз літературних джерел допоможе дослідити тему соціальної реклами та її ролі у висвітленні проблеми корупції під час війни в Україні.

Так, у науковому дослідженні Гарбуз Л. М. «Соціальна рекламна комунікація України під час війни: тематика та особливості» здійснено дослідження стратегічних, формально-змістових та тематичних особливостей соціальної реклами в Україні у 2022–2023 роках. Авторка фіксує помітну трансформацію соціальної реклами під впливом повномасштабного вторгнення та зростання попиту на патріотичні, інформаційні та мобілізаційні меседжі.

Зазначається, що ключовими функціями соціальної реклами стали підтримка морального духу населення, боротьба з дезінформацією, популяризація громадянської активності та формування соціальної відповідальності. Попри наявність окремих досліджень, присвячених соціальній рекламі, Гарбуз Л. М. підкреслює відсутність комплексного аналізу її змін у період війни, що обумовлює актуальність теми. Авторка також акцентує на зростанні ролі емоційного впливу, візуальної виразності та креативних підходів до подачі соціальних меседжів у сучасних умовах [7].

Павлова Л. В., Полякова Т. Л., Самаріна В. В. дослідили, як змінився дискурс українськомовної соціальної реклами після повномасштабного вторгнення у 2022 році. Автори підкреслюють, що соціальна реклама виконує не лише інформаційну функцію, а й формує ціннісні орієнтири, світогляд, підтримує національну ідентичність. Дослідження акцентує на зміні тематики та пріоритетів: тепер реклама частіше звертається до тем свободи, гідності, єдності, національної безпеки, родини, миру. Також, наголошується на важливості правильного лінгвістичного оформлення рекламних меседжів для забезпечення їх ефективності та зрозумілості. Порівнюючи довоєнний та воєнний періоди, авторки доводять, що реклама адаптується до нових суспільних реалій.

Соціальна реклама, згідно з висновками, стала відповіддю на потребу українського суспільства у зміцненні моральних і патріотичних цінностей, тому її вивчення має не лише лінгвістичне, а й суспільне значення [19, с.39].

У своїй роботі Островська А. О. зазначала, що з початком повномасштабної війни в Україні, що розпочалася в лютому 2022 року, країна опинилася в складній соціально-комунікаційній ситуації, яка суттєво вплинула на розвиток соціально-політичної реклами. Одним із основних напрямків стало створення реклами, яка сприяє формуванню національної єдності, акцентує увагу на ролі Збройних Сил України, їхніх потребах, а також важливості патріотизму для протистояння ворогу.

Авторка зазначає, що особливо важливим є те, що під час війни контент соціально-політичної реклами має бути достовірним і відповідати реаліям, адже фейкова інформація може спричинити шкоду як окремим громадянам, так і ситуації в країні загалом. В умовах кризи важливо, щоб інформація, що передається через соціальну рекламу, була чіткою, структурованою та не піддавалася маніпуляціям. Рекламні кампанії, що виникли на тлі війни, активно сприяють мобілізації громадян для підтримки державних ініціатив, а також посилюють роль вертикальної комунікації, яка здійснюється між державними структурами та суспільством. Цей процес передбачає ефективне донесення важливих повідомлень щодо безпеки, правил поведінки в умовах війни та необхідності взаємної підтримки. Таким чином, соціально-політична реклама стала важливим елементом комунікації між керівними органами та громадянами, допомагаючи у вирішенні важливих соціальних і політичних проблем [18].

У науковому дослідженні, присвяченому дизайну соціальної реклами, зокрема плакатів, використання літературних джерел та попередніх наукових напрацювань є фундаментально важливим. Теоретичні джерела забезпечують ґрунт для формування наукової бази дослідження, дають змогу окреслити сучасний стан проблеми, виявити тенденції в розвитку візуальної комунікації, а також дозволяють порівняти вітчизняний та міжнародний досвід у сфері графічного дизайну.

Застосування наукових джерел дає змогу критично осмислити вже існуючі підходи до створення соціальних плакатів, визначити їх ефективність у контексті конкретних соціально-політичних умов, таких як війна в Україні. Такий аналіз дозволяє не лише обґрунтувати вибір візуальних засобів, але й сформулювати нові методологічні підходи до проєктування соціальної реклами, що має на меті підвищити громадську свідомість та вплинути на поведінкові установки суспільства.

Таким чином, наукові джерела не лише збагачують теоретичний аспект дослідження, але й відіграють провідну роль у формуванні практичних рішень, що сприяють створенню ефективних плакатів.

1.2. Загальний огляд проблеми корупції під час війни в Україні

На тлі повномасштабної війни в Україні корупція залишається однією з найбільш небезпечних загроз для держави. У ситуації, коли кожен ресурс має вирішальне значення для оборони країни та підтримки цивільного населення, випадки корупції набувають особливо критичного значення.

Корупція під час війни – це одна з основних внутрішньодержавних причин політичних та економічних криз, що підриває стабільність держави. Вона має широкий вплив на всі рівні суспільства, оскільки порушує демократію, верховенство права та сприяє порушенню прав людини. Крім того, корупція викривлює ринки, знижує якість життя та створює сприятливі умови для процвітання організованої злочинності, тероризму й інших загроз національній безпеці. Найбільш руйнівні наслідки корупції спостерігаються в країнах, що розвиваються, особливо під час війн, коли державні інституції стають особливо вразливими [24, с.94].

Щоб глибше зрозуміти проблему корупції, яка загострилася під час війни, потрібно повернутися до її історичних витоків. Корупція в Україні не є новим феноменом, її сучасні прояви мають глибоке коріння в непростій історії держави. Від моменту проголошення незалежності, країна стикалася з численними викликами, що сприяли поширенню корупційних практик у різних сферах

суспільства. Для того щоб усвідомити, як ці чинники вплинули на сучасну корупцію, необхідно проаналізувати її початкові етапи розвитку.

Перший період боротьби з корупцією в Україні, який охоплює 1991 рік першу половину 1994 року, називається ідеологічним. Проблема корупції набула актуальності, і політичні лідери, такі як В'ячеслав Чорновіл, активно підіймали це питання на політичному рівні. Однак, попри численні обговорення у Верховній Раді та промови Президента Леоніда Кравчука, реальні дії щодо подолання корупційних практик так і не були вжиті. Корупція продовжувала поширюватися в умовах сприятливого середовища [20, с.30].

У таких умовах частина українських чиновників не змогла встояти перед спокусою збагачення за рахунок народу. У 1993 році з державних коштів вивели в тінь 25 млрд. грн. У 1992 році в комерційних структурах було зафіксовано 1182 злочини, з яких половина становили випадки розкрадання фінансових ресурсів, а також 163 випадки хабарництва [9, с.40].

У другій половині 1994-1995 років в Україні розпочався активний період боротьби з корупцією, застосовуючи адміністративно-командні методи, цей період отримав назву «Лобова та фронтальна атака». Президент Леонід Кучма підписав низку указів та законів для посилення протидії корупції та організованій злочинності, створивши 200 слідчо-оперативних груп для розслідування економічних злочинів. Проте, через брак ресурсів і кадрові проблеми, більшість заходів не досягли очікуваних результатів, затримано лише незначну кількість дрібних чиновників.

Період у 1996-1997 роках набув назви «Координація зусиль проти корупції». Боротьба з корупцією в Україні набирала обертів через прийняття низки законів і створення спеціалізованих органів. Оновлено координаційні структури в МВС, СБУ та податковій системі, а також планувалося створення Національного бюро розслідувань, що Верховна Рада не прийняла. Було проведено операцію «чисті руки», але вона не дала значних результатів. Основною проблемою залишалося те, що заходи спрямовувалися на боротьбу з

наслідками корупції, а не її причинами, через недостатнє вивчення проблематики [20, с.31-33].

Четвертий період з 1998 року і до сьогодні характеризується системним підходом до боротьби з корупцією та тіньовою економікою. Було прийнято низку законів і програм, створено урядові групи для відстеження процесів корупції, а також введено посади Державних секретарів, які підпорядковувались президенту. Україна підписала Цивільну Конвенцію проти корупції в 1999 році, посилюючи міжгалузеву організаційну систему боротьби з цим явищем. Для успішного подолання корупції необхідно здійснювати послідовні правові заходи, спираючись на системний підхід, як зазначав Н. Вінер: «Системі може протидіяти лише інша система, але вищого організаційного рівня» [5, с.106].

Державне регулювання в Україні залишалося значною мірою залежним від корупції, що яскраво проявлялося в маніпуляціях із системою державних закупівель, які тривали протягом кількох років. Криза в цій сфері розпочалася у 2004 році. У відповідь на заклики до «прозорості» процедур, навесні 2005 року за ініціативи народних депутатів було ухвалено нову редакцію закону про державні закупівлі, яка передала ключові повноваження громадській організації «Тендерна палата України» [13, с.16].

Одним із важливих інструментів для оцінки рівня корупції в країні є Індекс сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index), розроблений Transparency International (Трансперенсі Інтернешнл, дослівно – *Міжнародна прозорість*).

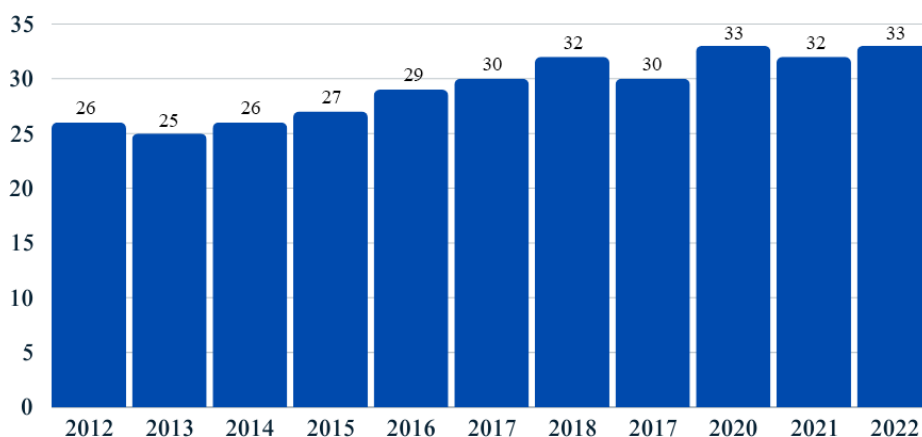


Рис.1.1. Індекс сприйняття корупції в Україні з 2012-2022 роки.

CPI може набувати значень від 0 до 100: якщо CPI наближається до 0, то країна вважається більш корумпованою, а країни з CPI ближче до 100 сприймаються як менш корумповані, або як такі, що досягли значних успіхів у справі подолання корупції. За оцінками міжнародних експертів Україна отримала 33 бали зі 100 можливих в Індексі сприйняття корупції (CPI) у 2022 році та посіла 116 місце зі 180 країн. 2021 році було так: 32 бали зі 100 можливих і 122 місце серед 18 країн [6].

Масштаби розкрадань до початку війни, зокрема високий рівень корупції серед урядовців та у сфері державних закупівель, створили середовище, в якому зловживання ставали нормою. Коли почалася війна, багато з цих схем лише поглибилися, що призвело до нових форм корупції. Розуміння цієї проблеми дозволяє краще оцінити корупційні виклики, з якими стикається країна в умовах війни.

У серпні 2020 року в українському оборонно-промисловому комплексі сталася важлива подія, президент України підписав закон «Про оборонні закупівлі». Це рішення передбачало реформування системи закупівель військової техніки, товарів та послуг для силових відомств. Очікувалося, що новий закон дозволить Україні перейти від радянських практик до прозорих та конкурентних процедур, як це прийнято в країнах НАТО. Проте, до лютого 2021 року жодна оборонна закупівля не була проведена, а в системі забезпечення армії виник колапс. Втрата чинності старого законодавства, яке регламентувало оборонні замовлення, без запровадження нового законодавства призвела до значних збоїв у закупівлях.

З початку війни в 2014 році, коли Росія розпочала агресію проти України, державні витрати на переозброєння армії різко зросли. Проте ця хвиля у фінансуванні військової техніки призвела не лише до зростання витрат, а й до появи нових гравців на ринку, які не завжди дотримувалися принципів прозорості. Незважаючи на необхідність реформ, корупційні схеми продовжували існувати. Проблема полягала в тому, що державне оборонне замовлення, яке переважно залишалося таємним, не містило елементів

конкуренції. Це призводило до того, що рішення про постачальників, продукцію та ціну в угодах залишалися на розсуд бюрократів, що в свою чергу викликало численні корупційні скандали [10].

Наприклад, тендери на постачання техніки. У 2020 році розслідування виявило факти корупції під час закупівлі вантажних автомобілів для армії. Деякі учасники тендерів були пов'язані з чиновниками, і ціни на автомобілі виявилися завищеними, що призвело до втрат державних коштів.

Отже, корупція під час війни в Україні є загрозою для держави, оскільки підриває її стабільність та національну безпеку. У цей критичний період кожен ресурс має вирішальне значення, і випадки корупції ускладнюють ефективне використання цих ресурсів для оборони країни та підтримки населення. Проблема корупції в Україні має глибоке коріння, беручи початок ще з перших років незалежності. Стає очевидним, що корупція, яка накопичувалася в Україні протягом багатьох років, особливо загострилася в умовах війни. Зростання державних витрат на військові потреби, а також недостатня прозорість у процедурах закупівель стали причинами для виникнення нових корупційних схем. Це проявилось в декількох ключових аспектах, які варто розглянути детальніше.

1.3. Основні аспекти соціальної проблеми

Одним з найбільш кричущих прикладів стало закупівля продуктів за завищеними цінами, коли ціни на продукти, що постачалися для військових чи гуманітарних потреб, перевищували ринкові у декілька разів.

Закупівля продуктів для армії та цивільного населення під час війни в Україні стала однією з найгостріших проблем, що супроводжувалася численними випадками корупції. Ситуація із завищеними цінами на харчові продукти, особливо для військових потреб, демонструє серйозні зловживання з боку чиновників. Такі товари, як яйця, овочі та інші базові продукти, продавалися Міністерству оборони за цінами, які значно перевищували ринкові. Наприклад, ціна на яйця у державних закупівлях становила 17 гривень за

одиницю, що було вдвічі або втричі дорожче порівняно з ринковою ціною. Це яскравий приклад корупційної схеми, відомої як «відкати», коли частина суми, сплаченої за товари, поверталася чиновникам [17].

Корупційні схеми мають серйозні наслідки для економіки та обороноздатності країни. Вони відволікають фінансові ресурси, які могли б бути спрямовані на реальні потреби армії та соціальних програм. Кожна гривня, витрачена на завищені закупівлі, означає втрату коштів, які могли б бути використані для закупівлі необхідного обладнання, підтримки військових або надання допомоги постраждалим від війни.

Для боротьби з проявами корупції в закупівлях продуктів за завищеними цінами можна вжити такі заходи. Контроль через систему Prozorro. Необхідність детального аналізу державних закупівель через системи, такі як Prozorro, щоб виявляти корупційні зловживання. Також, заохочення громадських організацій та активістів до моніторингу закупівель через Prozorro. Створення платформ для збору інформації про підозрілі тендери та корупційні дії [21].

Закупівля зимових курток для військовослужбовців Збройних сил України стала важливою темою у 2022 році, коли Міністерство оборони уклало контракт з турецькою компанією «Vector avia» для постачання зимового одягу. В умовах війни, де забезпечення військових якісним обмундируванням є критично важливим, виникли звинувачення у завищенні цін на продукцію. Зокрема, інформація про те, що замість зимових курток було закуплено літні, викликала занепокоєння щодо корупції у сфері військових закупівель. Перші звинувачення щодо корупційних схем з'явилися у виданні «Дзеркало тижня», яке оприлюднило інформацію про контракт на постачання 233 тисяч курток за 20 мільйонів доларів. Середня вага курток складала 1,1 кг, що викликало підозри, що це були не зимові, а літні вироби. Крім того, у розслідуванні зазначалося, що ціна на деякі партії курток зросла втричі в процесі транспортування між митницями Туреччини та України [16].

Відсутність якісного зимового обмундирування через корупційні схеми може суттєво вплинути на обороноздатність країни та ставити під загрозу життя

військових. Ця халатність може призвести до зниження морального духу військовослужбовців і погіршення їхніх умов служби, особливо в зимовий період. Для запобігання корупції у військових закупівлях зимового обмундирування можна запропонувати контроль за оборонними закупівлями через систему Prozorro та запровадити жорсткі санкції для посадових осіб, причетних до корупції у військових закупівлях.

Гуманітарна допомога, що надходить в Україну, часто не використовується за призначенням. Незважаючи на масштабний волонтерський рух та міжнародну допомогу, деякі випадки зловживань з гуманітарними ресурсами викликають занепокоєння. Проблеми виникають, коли гуманітарні товари, призначені для захисту військових, потрапляють на ринок через корупційні схеми, як це сталося з бронежилетами, які мали бути безкоштовно надані бійцям. Найгучнішим випадком став продаж бронежилетів в мережі будівельних супермаркетів «Епіцентр». Ці бронежилети, виготовлені волонтерською організацією «Львівський оборонний кластер», мали бути безкоштовно передані військовим. Однак, ці вироби були продані в «Епіцентрі» за 12500 гривень. Дослідження показали, що етикетки на бронежилетах підтверджували їх походження від волонтерів. Цей випадок підкреслює, як чиновники зловживають гуманітарною допомогою [25].

Такі зловживання підривають довіру до гуманітарних організацій і держави. Коли люди дізнаються про випадки розпродажу гуманітарної допомоги, це викликає зневіру серед населення. Люди стають скептичними до того, що їх допомога насправді не доходить до тих, хто її потребує. Для покращення контролю за розподілом гуманітарної допомоги можна ввести обов'язкові звітності для всіх організацій, які отримують гуманітарну допомогу, з метою забезпечення прозорості у використанні ресурсів.

У 2023 році в Україні спалахнув скандал довкола придбання трансформаторів для «Укрзалізниці». В умовах війни та постійних атак на енергосистему країни забезпечення безперебійного електропостачання є вкрай важливим, особливо для перевезення військових вантажів та евакуації людей.

Проте виявилося, що трансформатори було куплено за ціною, що вдвічі перевищувала ринкову, що породило підозри у корупційних діях. Розслідування, оприлюднене журналістами, виявило, що закупівлі здійснювалися через фірму-посередника, котра суттєво збільшила ціну на обладнання. Зокрема, стало відомо, що деякі трансформатори, ринкова вартість котрих становила близько 2 мільйонів гривень, були куплені за понад 4 мільйони. Це вказувало на можливі корупційні дії у сфері залізничних закупівель [15].

Корупція такого масштабу має серйозні наслідки. Завищені ціни на трансформатори не тільки завдають фінансових збитків державі, а й можуть спричиняти затримки у відновленні залізничної інфраструктури, що відіграє ключову роль у транспортуванні військових і гуманітарних вантажів. Щоб запобігти подібним зловживанням, необхідно забезпечити більшу прозорість закупівель через відкриті тендери та посилити відповідальність посадових осіб, які ухвалюють рішення щодо таких контрактів.

Під час війни військові постійно отримують техніку, зокрема автомобілі, які мають використовувати для забезпечення логістики й переміщення особового складу. Проте у 2023 році на Тернопільщині стало відомо, що частина таких автомобілів, які надійшли як гуманітарна допомога, які куплені за кошти держави, були незаконно реалізовані на комерційному ринку. Подібні випадки траплялися й в інших областях України. Наприклад, у Львові суд визнав винним волонтера, який продавав позашляховики, що мали піти як гуманітарна допомога для військових. На Вінниччині поліція знайшла банду, яка, прикриваючись благодійною організацією, збула 29 автомобілів, ввезених для потреб ЗСУ [14].

Такі корупційні випадки шкодять обороноздатності держави, адже кожен проданий транспорт – це втрачені перспективи для передової. Продаж автомобілів для ЗСУ може ускладнити бойові операції та наразити на небезпеку життя військових. Щоб розв'язати цю проблему, потрібно ввести суворий контроль за обліком і використанням військового майна, а також посилити покарання за незаконний продаж майна, призначеного для армії.

Отже, корупція під час війни має руйнівні наслідки для України, підриваючи довіру до державних інституцій. Використання гуманітарної допомоги не за призначенням, завищення цін на військове обмундирування, а також завищені ціни для закупівлі продуктів для військових, усе це свідчить про глибокі та системні проблеми. Зокрема, зафіксовано факти постачання продуктів за значно завищеними цінами, придбання курток на осінь замість зимових, розпродажу гуманітарних бронежилетів у комерційних мережах, закупівель трансформаторів для «Укрзалізниці» за подвійною вартістю, а також незаконного продажу автомобілів, призначених для армії.

Ці аспекти демонструють не лише фінансові зловживання, а й глибоку моральну кризу. Такі дії не тільки заважають ефективній боротьбі з агресором, але й підривають моральний дух суспільства. Коли громадяни бачать зловживання в умовах війни, це викликає глибоке розчарування і зневіру, що може призвести до зниження підтримки державних ініціатив.

РОЗДІЛ 2

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПОШУК ТА ФОРМОТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ

2.1. Пошук та аналіз розкриття художніх образів теми в контексті графічного дизайну

Корупція як соціальне явище має давнє історичне походження. Термін «корупція» походить від латинського слова «corruptio», що означає «псування», «розбещення», «підкуп». Корупцію визначають як зловживання владними повноваженнями задля особистої вигоди. Вона охоплює такі прояви, як хабарництво, розкрадання державних ресурсів, незаконне збагачення та інші форми недоброчесної поведінки. Корупція спотворює принципи справедливості, довіри до інституцій та порушує баланс суспільних інтересів [22, с.45].

В Україні під час повномасштабної війни 2022-2025 років спалахи корупційних скандалів та різних зловживань, викликали суспільний резонанс. Образ «корупції під час війни» у суспільній свідомості став асоціюватися не тільки з традиційними схемами розкрадання, а й із прямою зрадою інтересів країни в момент її найвищої вразливості. Цей образ є настільки потужним і емоційно зарядженим, що знайшов своє відображення у творчості художників, дизайнерів і журналістів.

Графічний дизайн використовує візуальні метафори для передачі складних соціальних явищ, таких як корупція. Образи, що символізують зловживання владою, можуть включати зображення чиновників, які отримують незаконну вигоду, або символи, що вказують на непрозорість та несправедливість. Такі візуальні елементи допомагають глядачам краще зрозуміти та усвідомити проблему корупції, особливо в умовах війни, коли її наслідки стають особливо відчутними [8, с.48].

Плакат як засіб соціальної реклами використовує такі прийоми, як метафора, символ і знак, для того, щоб через емоційну напругу та переносне значення висвітлити актуальні соціальні проблеми.

Метафора, що широко застосовується для передачі прихованих змістів через предметні образи, дозволяє донести до глядача складні ідеї в простій та зрозумілій формі. Використання метафоричних образів на плакатах допомагає викликати емоційну реакцію та залучити до роздумів, що може вплинути на зміни в суспільному сприйнятті певних соціальних явищ [11, с.9]. Наприклад, золоте яйце в руках військового символізує надмірно завищену вартість продуктів, що мали б постачатися захисникам. Пісочний годинник із роздягненим військовим і чиновником у шубі відображає контраст між тими, хто страждає, і тими, хто наживається на війні. Такі метафоричні образи створюють глибоке враження абсурдності та кричущої несправедливості.

Символіка у композиціях є носієм глибинного змісту. Наприклад, вітрина магазину з бронежилетами поруч із військовим без захисту символізує продаж гуманітарної допомоги. Золотий трансформатор у сцені із залізницею вказує на завищення цін при державних закупівлях.

Художній прийом, як гіпербола, активно використовується для акцентування уваги на масштабах проблеми. Гігантське золоте яйце, надмірно блискучий трансформатор, чиновник, що стоїть на купі монет – усе це гіперболізовані образи, що підкреслюють абсурдність і масштаб корупційних злочинів.

Контрастне різке протиставлення використовується для показу глибокого розриву між тими, хто постраждав, і тими, хто скористався ситуацією. Зокрема, контраст між оголеним військовим у холоді та тепло вдягненим чиновником на копійках у пісочному годиннику підсилює емоційний ефект та викликає у глядача обурення та співчуття.

Колористичне використання яскравих, кричущих кольорів у стилі поп-арту робить плакати візуально привабливими і водночас іронічними. Це поєднання яскравості з серйозною темою підсилює саркастичне звучання робіт, змушуючи глядача задуматися над глибинною сутністю зображеного.

Ідейне наповнення образу корупції під час війни в графічному дизайні відображає не лише соціальні та економічні проблеми, а й глибокі моральні

дилеми. Кожен елемент композиції – від кольорів до символів сприяє тому, щоб донести до глядача не тільки факти корупційних дій, а й емоційне забарвлення, яке вони викликають. Через використання метафор, символів і контрастів, графічний дизайн намагається створити сильний візуальний ефект, який передає ідеї про зраду інтересів країни та зловживання владою.

Графічні елементи, які зображують корупцію під час війни, акцентуються на тому, як невинуваті збагачення чиновників на тлі людських трагедій і страждань порушує моральні принципи та загрожує національній безпеці. Ідея корупції під час війни асоціюється не тільки з матеріальними втратами, але й з глибокими психологічними і соціальними наслідками для суспільства. Втрата довіри до інститутів державної влади, зневага до потреб військових і цивільних осіб створюють враження тотальної зради.

Загалом, ідейне наповнення образів корупції в умовах війни в графічному дизайні має на меті не лише показати факти зловживань, а й створити емоційний відгук у глядача. Вони провокують на роздуми про моральність, етичність і важливість прозорості у часи кризи. Кожен елемент композиції працює на виявлення цих тем і сприяє глибшому розумінню соціальної проблеми, яка вимагає змін.

2.2. Аналіз аналогів візуалізації теми корупції

В процесі розробки плакатів суттєвою частиною є розгляд вже готових візуальних рішень, що дозволяє оцінити ефективність різних підходів і визначити оптимальні шляхи реалізації проєкту. Аналіз аналогів і прототипів, зокрема в контексті теми корупції під час війни в Україні, дає змогу не лише виявити сильні та слабкі сторони існуючих візуальних рішень, але й вивчити, як ефективно передавати складні соціально-політичні проблеми через графічні елементи. Аналіз в себе включає кілька ключових аспектів, таких як художньо-графічні особливості, структурно-композиційні особливості, художньо-образні ознаки та функціональність, що дозволяють глибше розуміти візуалізацію корупційних тем.



*Рис. 2.1. Аналог соціальної реклами.
Мем «Золоті яйця Міноборони»*

Дизайн аналіз аналога «Мем «Золоті яйця Міноборони»» [21].

Художньо-графічні особливості. Зображення створено за допомогою цифрової графіки. Рівномірний блакитний фон, що асоціюється з офіційністю. На фоні розміщено золоті яйця: глянцеві, симетричні об'єкти. Портретна частина подана реалістично. Освітлення м'яке, акцент на обличчі, особливо на очах і жестикуляції руки.

Структурно-композиційні особливості. Композиція має чітку центровану структуру. Центр зображення займає людина – головний об'єкт сприйняття. Золоті яйця розташовані навколо по колу, формуючи ореол. Така побудова фокусується на персоналії, водночас створюючи символічне поле навколо неї. Простір між яйцями рівномірний, що додає балансу і ритмічності всій композиції.

Художньо-образні ознаки. Традиційно яйце у культурі є знаком життя, багатства, потенціалу або зародження чогось нового. Тут золоті яйця прямо натякають на багатство, цінності та корупційні надбання.

Функціональність. Цей аналог працює як візуальний коментар до теми корупції. Іронічне відображення накопичення багатств через непрозорі шляхи. Критика возвеличення окремих осіб попри можливі факти зловживання владою.

Спрощена візуальна мова дозволяє глядачеві швидко ідентифікувати суть послання.



Рис. 2.2. Аналог соціальної реклами. Автор: Tjeerd Royaards

Дизайн-аналіз аналога «Growing inequality», автор: Tjeerd Royaards [3].

Художньо-графічні особливості. Зображення є карикатурою, виконаною в стилі цифрової ілюстрації. Лінії чіткі, прості, кольори приглушені, що підкреслює сатиричність теми. Графіка має мінімальну деталізацію фону, щоб сконцентрувати всю увагу на головному персонажі. Фон світло-зелений із плавним переходом до білого вгорі, що створює ефект відкритого простору або соціальної порожнечі. Основний акцент на грошових мішках і фігурі чоловіка в чорному костюмі з червоною краваткою.

Структурно-композиційні особливості. Центральна композиція: чоловік стоїть на вершині гори мішків з грошима. Мішки із знаками долара утворюють своєрідний «трон» багатства. Поруч із чоловіком відро з шампанським – символ розкоші та святкування. На периферії видно маленькі фігурки людей, які намагаються піднятися вгору або в розпачі простягають руки. Таке розміщення елементів підкреслює соціальну ієрархію: багатий на вершині, решта внизу.

Художньо-образні ознаки. Гора грошей символ надмірного накопичення багатств, отриманих, ймовірно, нечесним шляхом. Персонаж уособлює корупціонера, який холодний, самовдоволений, відірваний від реального світу. Шампанське підсилює образ «життя в розкоші», байдужості до страждань інших.

Люди внизу символ знедоленої більшості, яка страждає через економічну нерівність або корупційні схеми.

Функціональність. Візуалізація критикує розрив між багатими і бідними. Показує паразитарну суть накопичення капіталу окремими особами за рахунок більшості. Підштовхує глядача до морального осуду корупціонерів. Ілюстрація ефективно працює як візуальна сатира: без слів, лише через образи, вона передає всю суть соціальної проблеми.



Рис. 2.3. Аналог соціальної реклами. Автор: Oleg Beresnev

Дизайн-аналіз аналога автора: Oleg Beresnev [1].

Художньо-графічні особливості. Ілюстрація виконана у векторному мінімалістичному стилі з використанням яскравих, простих кольорів. Основним тлом є спокійний блакитний колір, що дозволяє фокусувати увагу на головному об'єкті коробки з речами. Використання чітких контурів та м'яких ліній створює теплу й доброзичливу атмосферу, яка підкреслює позитивний посил зображення.

Структурно-композиційні особливості. Композиційно робота має центровану побудову. Основним елементом є коробка з написом «Donation Box», яку тримає рука в діловому костюмі. Внизу до коробки тягнуться численні руки, що створює динамічний вертикальний рух і додає відчуття надії, очікування допомоги та спільності.

Художньо-образні ознаки. Зображення несе чітко виражений символізм, який відображає соціальну нерівність та корупційні схеми. Рука депутата є

основним символом влади та контролю над ресурсами, що мали б бути безкоштовними для тих, хто потребує допомоги. Однак символічне розташування коробки гуманітарної допомоги в руках представника влади натякає на незаконні дії. Замість прямої допомоги населенню, вона контролюється і скоріш за все використовується в особистих цілях.

Коробка з іграшками не лише представляє матеріальну допомогу, але й символізує доброту та підтримку, яку повинні отримувати діти. Шість рук, що тягнуться до коробки, представляють потребуєчих, які прагнуть отримати допомогу, але залишаються в стороні від неї.

Функціональність. Головна функція такої роботи полягає в підвищенні обізнаності про несправедливість і соціальні проблеми, зокрема незаконний продаж гуманітарної допомоги, що мала би безпосередньо йти до найбільш уразливих верств населення.



Рис. 2.4 Аналог соціальної реклами. Автор: Sofia Kowalski

Дизайн-аналіз аналога «Unreachable help», автор: Sofia Kowalski [2].
Художньо-графічні особливості. Зображення виконане у темній кольоровій гамі з домінуванням чорного та сірого кольорів, що створює напружену, тривожну атмосферу. Графіка різка, контрастна, з великою кількістю уламків і хаотичних ліній, які підсилюють відчуття руйнування та безпорадності.

Структурно-композиційні особливості. У центрі зображення пошкоджений автомобіль, що завис у просторі серед уламків. На передньому плані кілька

простягнутих рук військових, що марно тягнуться до машини, якої їм не вистачає. Композиція створює сильний контраст між бажаним об'єктом і недосяжністю реальної допомоги.

Художньо-образні ознаки. Автомобіль уособлює необхідну техніку для фронту, обіцяні постачання, які так і не були доведені до кінцевого адресата. Протягнуті руки військових символ потреби, надії, розпачу, жест марного очікування допомоги. Уламки і темрява вказують на хаос війни та зраду очікувань.

Функціональність. Зображення ілюструє проблему, коли через корупцію гуманітарна допомога і техніка не доходять до військових на передову. Образи рук і розбитого авто викликають співчуття і обурення, змушуючи замислитися над наслідками бюрократичної безвідповідальності та продажності. Ця візуалізація потужно доносить ідею зради інтересів тих, хто бореться за країну.



Рис. 2.5. Аналог соціальної реклами. Автор Aloysius Patrimonio

Дизайн-аналіз аналога автора: Aloysius Patrimonio [4].

Художньо-графічні особливості. Ілюстрація виконана у векторному стилі з використанням мінімалістичної кольорової палітри. Домінують відтінки жовтого, чорного, сірого та білого. Яскравий жовтий фон створює відчуття напруги та енергії, а контраст між чорно-білими трамваями посилює драматизм

сцени. Прямі, чіткі лінії підкреслюють технічний, індустріальний характер об'єктів, а блискавка, що розділяє їх, є домінуючим елементом композиції.

Структурно-композиційні особливості. Обидва трамваї розташовані симетрично відносно вертикальної осі, що візуально підсилює ідею конфлікту або протистояння. Блискавка по центру створює відчуття руху, розколу або кризи. Направлення ліній електродротів посилює ефект напруженості. Весь погляд глядача автоматично притягується до місця «зіткнення» блискавки

Художньо-образні ознаки. Трамваї представляють різні епохи або системи, що можна трактувати як зіткнення старої корумпованої системи з новими спробами реформ. Блискавка символізує раптовий конфлікт, кардинальні зміни або емоційне напруження в ситуації.

Функціональність. Ілюстрація швидко передає глядачу ідею боротьби двох протилежних сил. В контексті корупції це може бути зіткнення між старими, глибоко вкоріненими практиками та новими реформаторськими рухами. Викликає відчуття неминучої кризи, необхідності вибору або конфлікту, що є типовим для опису боротьби з корупцією.

Аналіз аналогів візуальних рішень, дав змогу виявити ключові прийоми ефективної графічної комунікації. Розглянуті роботи демонструють, що для успішної передачі соціально-політичних проблем важливим є вдале поєднання художньо-графічних засобів, чіткої структурно-композиційної побудови та влучної художньо-образної символіки.

Зокрема, використання іронії, сатири, символічних елементів, контрасту кольорів та центрованої композиції дозволяє швидко привернути увагу глядача й емоційно залучити його до розуміння теми. Простота візуальної мови у поєднанні з глибоким змістом допомагає донести серйозність проблеми корупції без зайвої вербалізації.

2.3. Художня-графічна пропозиція

У межах розробки художньо-графічних пропозицій було створено п'ять авторських соціальних плакатів на тему «Корупції під час війни в Україні».

Кожен із плакатів розкриває окремий аспект цієї проблематики, опираючись на візуальні символи, метафори та емоційно виразні образи. Робота над кожним варіантом включала послідовний комплексний процес, що складався з кількох етапів: формування семіотичного поля, пошукового ескізування, розробки візуального ряду та створення композиційних ескізів. Плакати виконані в стилі поп-арт, що дозволило надати їм виразності, динаміки та актуальності.

Поп-арт – це напрям у сучасному мистецтві, що виник у середині ХХ століття. Його характерними ознаками є яскраві кольори, виразні контури, повторювані мотиви, елементи коміксів, рекламні образи та прості форми. Поп-арт використовує загальновідомі символи для створення візуальних метафор, часто застосовуючи іронію та сарказм для критики споживацтва та соціальних проблем. У роботах поп-арту часто можна побачити поєднання високого мистецтва та масової культури, що підкреслює контраст між ними та ставить під сумнів традиційні уявлення про цінність мистецтва [12, с.51]. В українському контексті елементи поп-арту почали використовувати в 1970-1980-х роках, коли художники почали експериментувати з формою, кольором та комерційними мотивами, поєднуючи їх із національними темами.

Для створення соціальних плакатів у цьому стилі важливими є такі елементи, як контрастність кольорів, чіткі лінії, велика площа однорідного кольору та використання знайомих символів, що дозволяє швидко донести основний меседж до глядача

Семіотичне поле є базовим інструментом для візуального осмислення теми. Воно дає змогу зібрати ключові образи, символи та знаки, які глядач зчитує на рівні підсвідомого або емоційного сприйняття. Завдяки цьому формується змістова основа майбутньої графічної композиції із закладеним сенсом, глибиною та критичним підтекстом [24, с.6-7].

До кожного з п'яти авторських плакатів було створено окреме семіотичне поле, яке стало основою для подальшого формування ідеї та композиції.

Для першого плаката «Чесність на прицілі», присвяченого проблемі закупівлі продуктів за завищеними цінами, семіотичне поле допомогло

виокремити ключові візуальні символи корупції, абсурдності цін і військової потреби.

У другому плакаті «Шанель для чиновників, холод для солдатів», семіотичне поле підкреслює контраст між комфортом чиновників і потребами військових, які залишаються без належного одягу.

Третій плакат, «Гуманітарна допомога – не бізнес», торкається теми продажу бронежилетів для захисту життя. Семіотичне поле в цьому випадку вибудовує композицію навколо гуманітарної підтримки.

Для четвертого плаката, «Колеса, що не доїхали», створене семіотичне поле концентрується на проблемі незаконного продажу автомобілів, призначених для ЗСУ, через символіку руху, транспорту.

П'ятий плакат, «Заряд корупції» ілюструє закупівлю трансформаторів для Укрзалізниці за завищеними цінами. Його семіотичне поле поєднує теми енергетики, державного управління та корупційного зловживання ресурсами.

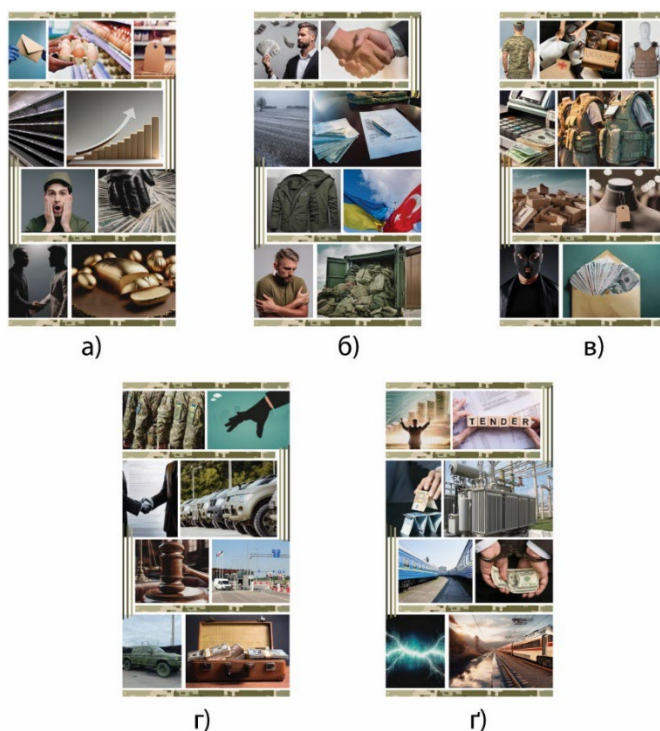


Рис. 2.6. Семіотичні поля, а) - «Чесність на прицілі»;

б) - «Шанель для чиновників, холод для солдатів»;

в) - «Гуманітарна допомога – не бізнес»; г) - «Колеса, що не доїхали»;

р) - «Заряд корупції»

Після опрацювання семіотичних полів наступним етапом стало пошукове ескізування. Цей процес передбачав створення зарисовок окремих візуальних елементів, що могли бути використані у фінальній композиції плакатів. Під час пошуку авторських рішень було пророблено можливі варіанти зображення ключових символів таких як: монет, яєць, куртки, ключів автомобіля тощо.



Рис. 2.7. Пошукове ескізування

Наступним етапом розробки стало формування візуального ряду для кожного з плакатів. Цей процес передбачав добір візуальних асоціацій, які здатні посилити змістове навантаження майбутньої композиції. Підібрані зображення відображають ключові елементи проблематики: символи корупції, військової тематики, емоційного контрасту між реальними потребами.

Візуальний ряд виконує функцію ідейної основи для створення композиції. Завдяки візуальному ряду було виявлено естетично та концептуально влучні візуальні компоненти, які згодом були адаптовані й стилізовані в межах плакатів.

Наступним етапом стало створення ескізів композицій до кожного з п'яти плакатів. Ці ескізи є попередніми варіантами розміщення візуальних елементів, що дають змогу експериментувати з побудовою кадру, динамікою, акцентами та візуальною ієрархією. На цьому етапі важливо було знайти збалансовану структуру плакату, яка дозволяє донести ідею чітко, емоційно та з глибоким змістовим підтекстом.

Композиційні ескізи слугували простором для пошуку вдалих поєднань образів, текстових вставок, символів і кольорових рішень.



Рис. 2.8. Ескізи до дизайну соціальної реклами на тему: «Корупція під час війни в Україні». а) - «Чесність на прицілі»;
б) - «Шанель для чиновників, холод для солдатів»;
в) - «Гуманітарна допомога – не бізнес»; г) - «Колеса, що не доїхали»;
д) - «Заряд корупції»

Усі варіанти створювалися з урахуванням попередніх напрацювань семіотичного поля, пошукового ескізування та візуального ряду.

Отже, у межах розробки серії авторських соціальних плакатів на тему «Корупція під час війни в Україні» було реалізовано повноцінний аналіз, що охоплював усі ключові етапи візуальної комунікації. Створення п'яти унікальних плакатів відбувалося через глибоке осмислення проблематики та цілеспрямоване використання візуальних засобів для її розкриття. Кожен плакат торкається конкретного прояву корупції, що має особливу актуальність в умовах воєнного часу, від незаконного збагачення чиновників до махінацій із гуманітарною допомогою чи ресурсами для армії.

Формування семіотичного поля стало теоретичною та візуальною основою роботи, завдяки якій було виокремлено ключові символи, асоціації й образи, що впливають на підсвідоме й емоційне сприйняття глядача. Це дало змогу закласти ідейну глибину та критичне наповнення кожної композиції. Подальші етапи пошукове ескізування та добір візуального ряду дозволили конкретизувати

образи, адаптувати їх до соціального контексту, зробити їх естетично влучними та змістовно точними.

Створення композиційних ескізів забезпечило простір для пошуку найефективнішого візуального формату подачі. Цей етап дозволив знайти вдалий баланс між емоційною виразністю, смисловим навантаженням та композиційною гармонією. Усі плакати зберігають єдність у візуальному стилі, але водночас мають індивідуальне тематичне спрямування, що підсилює загальну ідею викриття корупційних злочинів у критичний для держави період.

Таким чином, дана серія соціальних плакатів не лише виконує художньо-дослідницьку функцію, але й є дієвим інструментом візуального впливу на свідомість громадян. Вона спрямована на формування критичного мислення, активної громадянської позиції та нетерпимості до корупційних проявів.

РОЗДІЛ 3

ОПИС СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ НА ТЕМУ «КОРУПЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ»

3.1. Складові частини об'єкта проєктування

Об'єктом проєктування є серія з п'яти соціальних плакатів, присвячених темі корупції під час війни. Ці плакати створені у стилі поп-арт і мають на меті висвітлити актуальні проблеми неефективного використання бюджетних коштів та зловживання владою в умовах військового конфлікту. Основними темами кожного плаката є:

Плакат «Чесність на прицілі». Цей плакат присвячений проблемі закупівлі продуктів для військових за завищеними цінами. Назва плаката натякає на необхідність більш жорсткого контролю за витратами державних коштів.

Плакат «Шанель для чиновників – холод для солдатів» Цей плакат відображає проблему закупівлі неякісних зимових курток за завищеними цінами, які виявилися непридатними для екстремальних умов на фронті. Цей плакат підкреслює дисбаланс у розподілі бюджетних коштів і байдужість до потреб захисників.

Плакат «Гуманітарна допомога – не бізнес». Плакат піднімає питання незаконного продажу гуманітарної допомоги, зокрема бронежилетів. Композиція цього плаката акцентує увагу на цинізмі подій, що порушують моральні принципи та підривають довіру до волонтерських ініціатив.

Плакат «Колеса, що не доїхали». Цей плакат піднімає проблему непрозорих схем продажу автомобілів, призначених для фронту. Візуальні елементи на плакаті підкреслюють контраст між справжнім призначенням автомобілів і їх продажем заради прибутку.

Плакат «Заряд корупції». Цей плакат стосується теми завищених цін на трансформатори для Укрзалізниці. Композиція демонструє інфраструктурні закупівлі, які часто стають джерелом збагачення для нечистих на руку чиновників.

Ці п'ять плакатів мають чітко виражену концепцію та використовують різні графічні елементи для підкреслення головних меседжів, що дозволяє ефективно передавати їхню суть аудиторії.

3.2. Способи втілення концепції формотворення

3.2.1. Художньо-графічні особливості

Способи втілення концепції формотворення для кожного плаката розглядаються за такими основними аспектами: художньо-графічні особливості, композиційна побудова, образно-стилістичні ознаки та споживчі якості. Кожен плакат має унікальне поєднання цих елементів, що підкреслює основну ідею та створює впізнаваний візуальний стиль.

Художньо-графічні особливості відіграють ключову роль у формуванні загального візуального характеру проєкту. Вони визначають стилістичні рішення, впливають на сприйняття глядача та створюють емоційний контекст для відображення основних ідей. Обраний стиль значною мірою формує загальне враження від роботи, робить її впізнаваною та здатною до комунікації з аудиторією. Для серії соціальних реклами, на тему «Корупції під час війни в Україні» було обрано стиль поп-арт, який найбільш точно передає дух протесту, сарказму та критики суспільних явищ.

Плакат «Чесність на прицілі». Соціальний плакат, що використовується для привернення уваги до проблеми завищених цін на продукти для військових. Сфера застосування: громадські місця, соціальні мережі, антикорупційні акції. Основні елементи включають зображення військового, велике золоте яйце, надпис «17 грн», стилізовані чиновники на задньому плані та лупа над ними. Шрифти використовуються грубі, масивні. Засоби графічної образотворчості: яскраві кольори (червоний, жовтий, чорний), чіткі контури, великі однорідні площини кольору.

Плакат «Шанель для чиновників – холод для солдатів». Соціальний плакат, що акцентує увагу на проблемі неякісних зимових курток для військових. Сфера застосування: виставкові зали, друковані матеріали, соціальні мережі. Головним

елементом є пісковий годинник, розділений на дві частини. Насичені кольори чіткі лінії, виразні контури. Плями кольору використовуються для створення текстури снігу, що символізує холод. Використано техніку векторної графіки з точковим застосуванням текстур.

Плакат «Гуманітарна допомога – не бізнес». Соціальний плакат, спрямований на привернення уваги до проблеми продажу гуманітарної допомоги. Використовується в рамках антикорупційних кампаній, соціальних проєктів, виставкових заходів. Вияв графічної азбуки: порожні коробки з логотипом організації, яка виробляла плитоноски. Використано грубі шрифти для підкреслення серйозності теми, геометричні форми для створення динамічної композиції. Використано контрастні кольори (зелений, червоний, білий), чіткі контури. Використано векторну графіку для підсилення візуального ефекту.

Плакат «Колеса, що не доїхали». Соціальний плакат, присвячений проблемі продажу автомобілів, які призначалися для фронту. Використовується для громадських заходів, соціальних мереж, антикорупційних кампаній. Вияв графічної азбуки: основні елементи включають позашляховик із червоним бантом, дорожні вказівники з написами «Фронт» і «Бізнес». Використано шрифти з чіткими, грубими лініями. Використано яскраві контрастні кольори (червоний, зелений, чорний), чіткі лінії, великі однорідні площини кольору. Використано методи векторної графіки для створення чистих, графічно насичених елементів.

Плакат «Заряд корупції». Соціальний плакат, що акцентує увагу на проблемі завищених цін на трансформатори для залізниці. Використовується в рамках громадських кампаній, соціальних акцій, друкованих матеріалів. Вияв графічної азбуки: головними елементами є потяг із логотипом «УЗ», мішок грошей. Використано прості геометричні форми: прямокутники, кола, лінії для створення чіткої, структурованої композиції. Використані насичені кольори (синій, червоний, чорний), чіткі контури. Техніка виконання векторна графіка з використанням цифрових текстур для підсилення візуального ефекту.

3.2.2. Композиційна побудова.

Плакат «Чесність на прицілі». Плакат побудований на основі динамічної композиції. Основний візуальний акцент створюється через світлові промені, що виходять від лупи з написом «PROZORRO». Ці промені символізують контроль та увагу до корупції, створюючи відчуття руху та напруги. Елементи плаката розташовані асиметрично: солдат із яйцем знаходиться праворуч, а чиновники за столом ліворуч. Це підкреслює контраст між реальністю фронту та привілеями тилу.

Для підсилення ефекту використовуються різкі контрасти між світлими і темними відтінками. Світлові промені яскравих кольорів (жовтого, зеленого, червоного) підкреслюють основні елементи та створюють візуальний фокус на ключових символах. Промінь світла, що проходить через лупу, виділяє чиновників, підкреслюючи їх ізольованість від реального світу. Солдат із кошиком в якому яйце символізує реальну ціну війни, підсилену чіткими контурами та насиченими кольорами.

Закони композиції реалізовані через чіткий акцент на центральних символах плаката. Лупа «PROZORRO» виступає символом прозорості та контролю, що підкреслює основну тему плаката – боротьбу з корупцією. Візуальна рівновага досягається за рахунок збалансованого розташування чиновників та солдата, що створює відчуття протистояння.

Плакат «Шанель для чиновників – холод для солдатів». Центральним елементом є пісочний годинник, що символізує швидкоплинність часу і нерівність умов. Верхня частина годинника зображує замерзлого, без куртки солдата, що сидить на снігу серед зимових ялин, підкреслюючи холод і нестачу ресурсів. Нижня частина заповнена золотими монетами, на фоні яких стоїть чиновник у розкішній шубі, що символізує надмірне збагачення на фоні людських втрат.

Основний візуальний акцент створюється через чіткий поділ композиції на дві зони, розділені вузькою талією пісочного годинника, що підсилює відчуття ізоляції між солдатом і чиновником. Використання контрастних кольорів

холодних синіх відтінків для верхньої частини та теплих жовтих і золотих для нижньої підсилює емоційний вплив, наголошуючи на різниці у життєвих умовах.

Плакат «Гуманітарна допомога – не бізнес». Плакат побудований на основі статичної композиції з чітким акцентом на контрасті між солдатом та комерційними елементами. Центральний образ солдат у військовій формі, що стоїть на фоні купи порожніх коробок з логотипом «ЛОК» (Львівський оборонний кластер), символізуючи зловживання гуманітарною допомогою. З правого боку зображена вітрина з бронежилетами, що виставлені на продаж, що підкреслює комерціалізацію військових ресурсів. Вертикальна цегляна стіна розділяє композицію, посилюючи відчуття ізоляції між реальністю солдата і комерційними інтересами.

Для підсилення емоційного впливу використано контраст між яскравими світловими променями на фоні, що виходять з центру плаката, та приглушеними відтінками камуфляжу, які підкреслюють серйозність теми. Ритмічний повтор коробок та вертикальних ліній створює відчуття систематичності та масштабності проблеми. Форма коробок з чіткими лініями і яскравими логотипами контрастує з неорганізованими каменями на передньому плані, що символізують перешкоди і труднощі, з якими стикаються солдати. Закони композиції реалізовані через поєднання симетрії і асиметрії: симетрія у розташуванні бронежилетів у вітрині підкреслює комерційний порядок, тоді як хаотичне розміщення коробок створює відчуття безпорядку і нестабільності. Візуальний акцент на солдатові підкреслюється його центральним положенням та контрастом з яскравим фоном.

Плакат «Колеса, що не доїхали». Плакат побудований на основі контрастної композиції, що підкреслює розрив між фронтом і бізнесом. Центральними елементами є солдат з рацією на передньому плані та позашляховик з червоним бантом на другому плані, що символізує ресурси, які мали б бути на фронті, але залишилися в комерційних руках. Дорожній знак із написами «Фронт» і «Бізнес» чітко вказує на дві протилежні траєкторії, підкреслюючи моральну дилему.

Основний візуальний акцент створюється через контраст між статичним, серйозним образом солдата та динамічними світловими променями на фоні, що розходяться від автомобіля, створюючи ефект руху і яскравості, характерний для рекламних матеріалів. Мінне поле на передньому плані підсилює відчуття небезпеки і зрадництва, підкреслюючи, що навіть ті, хто мав підтримувати армію, можуть стати загрозою. Солдат займає ліву частину композиції, створюючи візуальну рівновагу з великим автомобілем, розташованим праворуч.

Плакат «Заряд корупції». Плакат побудований на основі динамічної композиції, що підкреслює рух грошей і енергії. Центральним елементом є постать чоловіка в діловому костюмі, який тримає великий мішок із символом долара, що символізує незаконне збагачення. Позаду нього розташовані трансформатори, що нагадують про енергетичний сектор, а на передньому плані потяг з логотипом «УЗ» (Укрзалізниця), який стоїть на рейках, символізуючи корупційні схеми у транспортній та енергетичній сферах.

Основний візуальний акцент створюється через контраст між статичними технічними елементами (трансформатори, залізниця) і динамічними лініями променів фону. Використання яскравих жовтих, червоних і зелених кольорів додає емоційної напруги, наголошуючи на критичності ситуації.

3.2.3. Образно-стилістичні ознаки.

Плакат «Чесність на прицилі». Плакат відображає поняття прозорості та контролю в державних закупівлях через символічне зображення лупи, виділяє чиновників світлом. Використано схему прямої критики корупційних схем, що підкреслює соціальне протистояння між тими, хто наживається, та тими, хто страждає від наслідків корупції. Плакат містить як природні форми (руки, продукт, силуети людей), так і штучні (графічні лінії), що підсилюють драматичний ефект.

Плакат «Шанель для чиновників – холод для солдатів». Пісочний годинник символізує плинність часу та соціальну нерівність. Образ замерзлого солдата підкреслює фізичні і моральні втрати, тоді як образ багатого чиновника

представляє привілеї, отримані за рахунок цих втрат. Поєднуються природні форми (фігури людей, дерева) та штучні елементи (годинник, монети), що підсилюють контраст між багатством і стражданням. Символи зимових дерев, монет і розкішного одягу чиновника створюють чіткі асоціації з несправедливістю та економічною нерівністю, підкреслюючи проблеми.

Плакат «Гуманітарна допомога – не бізнес». Плакат символізує втрату довіри до гуманітарної допомоги, що перетворилася на бізнес. Використано образи порожніх коробок і продажу бронежилетів, як символи обману і комерціалізації. Поєднуються природні форми (фігури людей) та штучні елементи (коробки, цегляні стіни), що створюють відчуття ізоляції та недовіри. Символіка порожніх коробок, військової форми та цегляних стін підкреслює ідею закритості, недоступності та перешкод для реальної допомоги.

Плакат «Заряд корупції». Плакат відображає зловживання у сфері енергетики через образ бізнесмена з мішком грошей та золотого трансформатора. Цей образ підкреслює збагачення за рахунок суспільних ресурсів. Поєднання природних форм (людина) та штучних (трансформатори, залізничні рейки), що створює контраст між людськими інтересами та технологічними об'єктами. Символи грошей, трансформаторів та залізничних колій акцентують на системному характері корупції у стратегічних галузях.

Плакат «Колеса, що не доїхали». Плакат символізує розрив між обіцянками підтримки і реальністю війни. Використано образ солдата, що очікує на допомогу, і автомобіля, який замість фронту опинився в комерційних руках. Поєднання природних форм (солдат) та штучних (автомобіль з бантом, дорожні знаки). Символіка банту, дорожніх знаків та мінного поля підкреслює ідею обману і неповноцінної підтримки армії.

3.2.4. Споживчі якості.

Плакат «Чесність на прицілі». Плакат спрямований на інформування про корупційні схеми в армійських закупівлях та привернення уваги до проблеми непрозорих витрат. Основною метою є викриття несправедливих подій та

формування громадської критичної думки. Основними функціями плаката є мотивація до контролю витрат, що досягається завдяки чітким символам і контрастним кольорам, які легко запам'ятовуються.

Плакат «Шанель для чиновників – холод для солдатів». Мета плаката викликати суспільне обурення щодо непропорційного розподілу ресурсів. Основна функція плаката соціальна критика цієї проблеми, яка реалізується через образи та символи і контрастні кольори, що акцентують увагу на несправедливості.

Плакат «Гуманітарна допомога – не бізнес». Плакат інформує про зловживання гуманітарною допомогою та привертає увагу до проблеми комерціалізації військових ресурсів. Основна мета викриття недобросовісних дій та формування критичного ставлення до спекуляцій на гуманітарній допомозі. Основними функціями плаката є викриття та критика, що забезпечується символікою та образами, які підкреслюють бар'єр між потребами військових і комерційними інтересами.

Плакат «Заряд корупції». Основна мета – привернути увагу до масштабності проблеми і створити негативне враження про корупційні схеми. Основними функціями плаката є соціальна критика і викриття, які реалізуються через символіку та образів на плакаті, що підкреслюють проблеми корупції в стратегічних галузях.

Плакат «Колеса, що не доїхали». Плакат підкреслює розрив між реальністю війни і комерційними інтересами, створюючи критичний погляд на використання ресурсів. Основна мета – показати, як обіцянки підтримки перетворюються на комерційні інтереси. Основні функції плаката – соціальна критика і викриття, що забезпечуються символікою та образами, які підкреслюють відсутність підтримки армії.

Отже, плакати створені в рамках кваліфікаційної роботи, базуються на комплексному підході до формування візуальних образів, що включає художньо-графічні особливості, композиційну побудову, образно-стилістичні ознаки та споживчі якості. Поєднання цих елементів дозволило створити серію яскравих,

емоційно-насичених робіт, які ефективно передають головні меседжі про корупцію під час війни.

3.3. Матеріали і технологічне забезпечення виготовлення.

У процесі реалізації кваліфікаційної роботи, присвяченої створенню серії соціальної реклами на тему: «Корупція під час війни в Україні», було приділено особливу увагу вибору матеріалів та технологій виготовлення, що забезпечують високу якість друку, довговічність та ефективність візуального впливу на аудиторію. Вибір матеріалів та технологій був обґрунтований з урахуванням естетичних, функціональних та економічних аспектів.

Для друку плакатів було обрано крейдований матовий папір щільністю 200 г/м², розміру А2. Цей тип паперу характеризується гладкою поверхнею, що забезпечує високу якість друку та точну передачу кольорів. Матовий папір зменшує відблиски, що особливо важливо для плакатів, які можуть розміщуватися під різними кутами освітлення. Такий папір широко використовується для друку рекламних матеріалів, брошур, каталогів та плакатів завдяки своїм властивостям.

Для виготовлення плакатів було використано цифровий друк, зокрема струменевий широкоформатний друк. Ця технологія дозволяє отримати високоякісні зображення з насиченими кольорами та чіткими деталями. Цифровий друк є ефективним для малих та середніх тиражів, забезпечує швидкість виконання замовлень та можливість оперативного внесення змін у макети. Крім того, цифровий друк є екологічно безпечним, оскільки не потребує використання великої кількості хімічних речовин, як у традиційних методах друку.

Для розробки дизайну плакатів було використано програму Adobe Illustrator професійний векторний графічний редактор, який є стандартом у сфері графічного дизайну. Illustrator надає широкий спектр інструментів для створення точних та масштабованих зображень, що особливо важливо для друку плакатів різних форматів. Програма дозволяє працювати з кольоровими палітрами,

шрифтами, шарами та ефектами, що забезпечує гнучкість та точність у процесі дизайну.

Правильний вибір матеріалів і технологій виготовлення є критично важливим для досягнення високої якості друкованої продукції, особливо коли мова йде про соціальні плакати. В процесі реалізації кваліфікаційної роботи було обрано матеріали, що поєднують естетичні, функціональні та технологічні переваги, що дозволяє досягти максимального візуального ефекту та довговічності продукції. Грамотний підбір матеріалів, технологій друку та програмного забезпечення допомагає для створення високоякісних плакатів, що відповідають сучасним вимогам до друкарської продукції та ефективно виконують свою функцію. Це, у свою чергу, дозволило досягти основної мети проєкту – створити візуально потужні та емоційно виразні плакати, здатні впливати на суспільну думку та підвищувати обізнаність про проблеми корупції під час війни.

ВИСНОВКИ

У першому розділі досліджено теоретичне підґрунтя проблеми корупції під час війни в Україні крізь призму соціальної реклами. Аналіз літературних джерел та попередніх досліджень дозволив окреслити сучасний стан візуальної комунікації, виявити ключові тенденції у сфері графічного дизайну. Було встановлено, що в умовах війни корупція набуває особливої небезпеки, оскільки ускладнює використання критично важливих ресурсів, підриває довіру до державних інституцій і спричиняє моральну кризу в суспільстві. Зокрема, досліджено низку резонансних випадків: закупівлі продуктів та обмундирування за завищеними цінами, продаж гуманітарної допомоги, зловживання під час закупівель техніки. Ці факти засвідчують необхідність візуального реагування через соціальні плакати як інструмент впливу на суспільну свідомість і формування критичного мислення.

У другому розділі проаналізовано ідейне та візуальне наповнення соціальних плакатів на тему корупції під час війни, а також проаналізовано художньо-графічні засоби, що використовуються для комунікації з глядачем. Було з'ясовано, що ключову роль у створенні ефективного соціального плаката відіграє емоційна насиченість, влучна символіка та стисла, але потужна візуальна мова. Аналіз аналогів візуальних рішень допоміг виокремити найбільш ефективні прийоми: іронію, сатиру, контраст, лаконічність і центровану композицію.

У процесі створення п'яти авторських плакатів реалізовано повний цикл концептуальної розробки від формування семіотичного поля до створення гармонійних композицій та визначено стиль для плакатів поп-арт. Кожна робота розкриває конкретний аспект проблеми, підсилюючи загальне повідомлення про неприпустимість корупції у воєнний час. Уся серія поєднує в собі дослідницький, емоційний та виховний потенціал, спрямований на формування критичного погляду у суспільстві.

У третьому розділі дослідилося практичне втілення концепції соціальних плакатів у межах кваліфікаційного проєкту. Було розроблено п'ять візуально та

тематично цілісних робіт, кожна з яких висвітлює окремий прояв корупції у воєнний період: від неефективних закупівель і продажу гуманітарної допомоги до розкрадання техніки й ресурсів. Плакати об'єднані спільною стилістикою, продуманою композицією та яскравою емоційною виразністю.

Особлива увага приділялася художньо-графічним особливостям, символіці та грамотному поєднанню візуальних і смислових елементів. Водночас було враховано технологічні та матеріальні аспекти виробництва: обрано якісні матеріали, сучасні методи друку й відповідне програмне забезпечення, що забезпечило професійний рівень виконання. У результаті досягнуто головної мети, створення дієвого візуального інструменту, здатного впливати на суспільну думку.

Отже, проведене дослідження виявило багатогранність підходів до візуалізації соціальної проблеми корупції під час війни в Україні. У першому розділі було окреслено теоретичні засади теми, проаналізовано наукові джерела та виявлено ключові аспекти, що вимагають візуального реагування від зловживань із гуманітарною допомогою до масштабних закупівель за завищеними цінами. У другому розділі здійснено аналіз художньо-графічних прийомів та методів, які дозволяють емоційно і змістовно доносити соціальні меседжі до глядача. Особлива увага приділялася візуальній мові, символіці, кольорам та композиційній гармонії, що робить плакати не лише естетично привабливими, а й змістовно переконливими. У третьому розділі реалізовано практичну частину дослідження, створено серію авторських соціальних плакатів, кожен з яких глибоко розкриває конкретний аспект проблеми. Завдяки поєднанню теоретичних знань, творчих підходів і професійного технічного виконання було досягнуто головної мети – створення потужного візуального засобу впливу на громадську свідомість, що сприяє формуванню критичного ставлення до корупції та активної громадянської позиції

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Beresnev O. Cardboard donation box full of toys, books, clothes and devices. Vecteezy. Vector Art. URL: <https://www.vecteezy.com/vector-art/35859218-cardboard-donation-box-full-of-toys-books-clothes-and-devices-help-for-children-support-for-poor-kid-donate-container-in-hand-social-care-volunteering-charity-concept-flat-vector-illustration> (дата звернення: 21.04.2025).
2. Kowalski S. Unreachable help. Pinterest. Pins. URL: https://www.pinterest.com/pin/907967974879016417/feedback/?invite_code=97ece5a959af40c5bd38baa4df93e5ac&sender_id=907968112283113353 (дата звернення: 21.04.2025).
3. Patrimonio A. Vintage and Modern Streetcar Tram Train. Zazzle. Products. URL: https://www.zazzle.com/vintage_and_modern_streetcar_tram_train-137087204311407188 (дата звернення: 31.05.2025).
4. Royaards T. Growing inequality. Editorial Cartoons. Cartoons. 17.12.2020. URL: <https://tjeerdroyaards.typepad.com/my-blog/2020/12/growing-inequality.html> (дата звернення: 31.05.2025).
5. Wiener N. Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine. 2-ге вид. Cambridge, MA: MIT Press, 1961. 212 с. ISBN 9780262730099.
6. Андрійчук А. Громадський контроль обмежень. Як війна впливає на рівень корупції в Україні. Радіо Свобода. Суспільство. 03.02.2023. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/indeksiv-spryunnyattya-koruptsiyi-ukrayina/32248930.html> (дата звернення: 07.10.2024).
7. Гарбуз Л. М. Соціальна рекламна комунікація України під час війни: тематика, стратегії, особливості : кваліфікац. роб. ЗНУ. Запоріжжя, 2023. 57 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/12520> (дата звернення: 21.04.2025).
8. Залевська О. Ю. Графічний дизайн як засіб художньо-комунікативної системи. Культура і сучасність. 2015. Вип. 2. С. 146-150. ISSN 2226-0285.

- URL: <https://scispace.com/pdf/grafichnii-dizain-iak-zasib-khudozhno-komunikativnoyi-1yulo4feq1.pdf> (дата звернення: 21.04.2025).
9. Камлик М. І., Сміян Л. С. Кримінологічний аналіз економічної злочинності в Україні і деякі прогностичні оцінки її розвитку. Злочинність в Україні. Київ, 1994. С. 38-51. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/> (дата звернення: 21.04.2025).
 10. Канєвський Г. Криза оборонних закупівель як відповідь, чому країна не в НАТО. Економічна правда. Колонки. 22.02.2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/02/22/671218/> (дата звернення: 07.10.2024).
 11. Колосніченко М. В. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія. Київ: КНУТД, 2022. 227 с. ISBN 978-617-7506-96-5.
 12. Косів В. Поп-арт в українському радянському естрадному плакаті: капіталістична форма, національний зміст. Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Львів, Україна, 10-11 трав. 2018. Львів: Львівська національна академія мистецтв, 2018. С. 51-53. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/10474/1/APSD2018_V2_P051-053.pdf (дата звернення: 21.04.2025).
 13. Лавріненко І. Тендер на державу. Експерт. 2007. Вип. 28. С. 19.
 14. Моргун І., Гадомська Л. На Тернопільщині викрили групу, яка продавала автомобілі, призначені для ЗСУ. Суспільне Новини. Суспільне Тернопіль. 20.10.2023. URL: <https://suspilne.media/ternopil/598825-na-ternopilsini-vikrili-grupu-aka-prodavala-avtomobili-priznaceni-dla-zsu/> (дата звернення: 30.03.2025).
 15. Національне Антикорупційне Бюро України. Корупція у закупівлях Укрзалізниці: слідство завершено. НАБУ. Новини. 29.03.2023. URL: <https://nabu.gov.ua/news/koruptciia-u-zakupivliakh-ukrzhaliznytsi-slidstvo-zaversheno/> (дата звернення: 30.03.2025).
 16. Нинько Д. Куртки для ЗСУ: Резніков наполягає, що були закуплені зимові. DW. Україна. 28.08.2023. URL: <https://www.dw.com/uk/kurtki-dla-zsu->

- reznikov-napolagae-so-minoboroni-zakupilo-zimovu-formu/a-66651556 (дата звернення: 07.10.2024).
17. Ніколов Ю. Яйця міноборони – як в час війни корумпанти ослаблюють Україну і що з цим робити. YouTube. КУРС. 20.02.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4AVGeL3fqQ0> (дата звернення: 07.10.2024).
 18. Островська А. О. Корупція у сфері державного управління. ЧНУ ім. Петра могили. Миколаїв, 2021. 45 с. URL: <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3658/1/кваліфікаційна%20робота%20Островська.pdf> (дата звернення: 21.04.2025).
 19. Павлова Л. В., Полякова Т. Л., Самаріна В. В. Українськомовна соціальна реклама в умовах воєнного стану: лінгвоаксіологічний аспект. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 35 (74) № 5 2024. Частина 1. С. 39-45. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/5_2024/part_1/9.pdf (дата звернення: 21.04.2025).
 20. Ревак І.О. Корупція: теоретико-методологічні засади дослідження. Львів: ЛьвДУВС, 2011. 220 с.
 21. Склярєвська Г. Золоті яйця Міноборони. Як медійники відреагували на скандал із закупівлею харчів для армії. MediaSapiens. Соцмережі. 24.01.2023. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/31051/2023-01-24-zoloti-yaytsya-minoborony-yak-mediynyky-vidreaguvaly-na-skandal-iz-zakupivleyu-kharchiv-dlya-armii/> (дата звернення: 21.04.2025).
 22. Скорина Л. П., Скорина О. А. Латинсько-український, українсько-латинський словник. Київ: Обереги, 2004. 448 с.
 23. Трепак В.М. Протидія корупції в Україні: теоретико-прикладні проблеми: монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 444 с.
 24. Філіппова Н. М. Знак – інформація – мова: семіотика та комунікація: навчальний посібник для самостійної роботи студентів спеціальності 035 «Філологія». Миколаїв: НУК, 2023. 188 с.

25. Черниш О. Розкрадання гуманітарної допомоги в Україні. Хто, як і чому це робить? BBC News Україна. Features. 27.05.2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61584802> (дата звернення: 07.10.2024).