

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені БОРИСА
ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри дизайну

Протокол засідання кафедри
№10 від «11» травня 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

СЕРІЯ ПЛАКАТІВ

«МІСТА, ЯКИХ БІЛЬШЕ НЕМАЄ»

Спеціальність 022 «Дизайн»

Освітня програма 022.01.01. «Графічний дизайн»

Освітній рівень перший (бакалаврський)

Здобувач вищої освіти:

Березовська Марія Олександрівна

група ГДб-2-22-4.0д

Науковий керівник:

старший викладач кафедри дизайну

Волгін Юрій Євгенович

Рецензент: _____

АНОТАЦІЯ

Березовська М. О. Серія плакатів “Міста, яких більше немає”.
Кваліфікаційна робота. Київ: Київський столичний університет імені Бориса
Грінченка, 2026. 49 с.

Кваліфікаційна робота присвячена дизайну серії плакатів “Міста, яких більше немає”, з урахуванням специфіки соціального плакату, культурного контексту та сучасних тенденцій у плакатному дизайні. У дослідженні проаналізовано жанрові та стилістичні особливості соціального плаката в історичному контексті, охарактеризовано основні етапи його розвитку та визначено роль і вплив соціального плаката в періоди Першої та Другої світових воєн. Особливу увагу приділено вивченню засобів візуальної комунікації, композиційної побудови та типографіки як складників формування візуального мислення. Проаналізовано сучасні приклади плакатного дизайну і визначено найдоцільніших графічних рішень для втілення образу зруйнованих українських міст. На основі проведеного аналізу сформовано авторську концепцію оформлення, що поєднує документальну візуальну основу із символічно-образною інтерпретацією, контрастні колористичні рішення та засоби емоційного впливу, спрямовані на осмислення теми зруйнованих і втрачених міст. У межах практичного етапу розроблено серію плакатів, у якій обґрунтовано композиційні, колористично-графічні та типографічні рішення, а також сформовано цілісну структуру й авторську концепцію проєкту. Отриманий результат є прикладом цілісного дизайнерського проєкту, що відображає сучасне переосмислення соціального плаката крізь призму актуальної візуальної культури та має практичне значення для професійної дизайнерської діяльності й освітньої практики.

Ключові слова: графічний дизайн, соціальний плакат, плакатна серія, візуальна метафора, колористика, урбанізм, композиція, макет.

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

_____ М. О. Березовська

ANNOTATION

Berezovska M. O. Series of posters “Cities that are no more”. Qualification work. Kyiv: Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, 2026. 49 p.

The qualification work is devoted to the design of the series of posters “Cities that are no more”, taking into account the specifics of the social poster, cultural contest and modern trends in poster design. The study analyzes the genre and stylistic features of the social poster in a historical context, characterizes the main stages of its development, and determines the role and influence of the social poster during the First and Second World Wars. Particular attention is paid to the study of means of visual communication, compositional construction, and typography as components of the formation of visual thinking. Modern examples of poster design are analyzed and the most appropriate graphic solutions for embodying the image of destroyed Ukrainian cities are identified. Based on the analysis, an author's design concept was formed, combining a documentary visual basis with a symbolic and figurative interpretation, contrasting color solutions and means of emotional impact aimed at understanding the theme of destroyed and lost cities. Within the practical stage, a series of posters was developed, which substantiated the compositional, color-graphic and typographic solutions, as well as formed a holistic structure and author's concept of the project. The result is an example of a holistic design project that reflects a modern rethinking of the social poster through the prism of current visual culture and has practical significance for professional design activities and educational practice.

Keywords: graphic design, social poster, poster series, visual metaphor, color, urbanism, composition, layout.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
-----------------------	---

ВСТУП	6
РОЗДІЛ I. ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АНАЛОГІВ	1
1	
1.1 Аналіз передпроектної ситуації.....	11
1.2. Аналіз джерельної бази, аналогів та прототипів проектування.....	14
1.3 Методологія дослідження меморіального плакату як засобу візуалізації культурної пам’яті.....	18
1.4 Соціокультурний аналіз аудиторії та середовища функціонування меморіального плакату.....	24
Висновки до розділу I	26
РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ «МІСТА, ЯКИХ БІЛЬШЕ НЕМАЄ»	28
2.1 Розробка ідейної концепції дизайну серії плакатів «Міста, яких більше немає» на основі аналізу сучасних тенденцій плакатного дизайну та історичного контексту.....	28
2.2 Образне, композиційно-пластичне та колірно-графічне вирішення серії плакатів.....	33
2.3 Створення макету плакатної серії «Міста, яких більше немає».....	36
Висновки до розділу II	39
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	47

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасну епоху масової візуальної комунікації графічний дизайн стає ключовим інструментом для передачі історичної пам'яті, колективних травм і культурної ідентичності. Протягом повномасштабного вторгнення росії в Україну десятки міст були повністю або майже повністю зруйновані — такі як Мар'їнка та Бахмут у Донецькій області. У цих умовах постає гостра потреба у візуальних формах осмислення втрат — не лише технічної реконструкції, а й пам'яті-комунікації, яку може подати серія плакатів як графічний проєкт. Сьогодні увага суспільства поступово переходить від загального зображення війни до історій окремих місць і людей. У цьому контексті плакатний дизайн може стати важливим засобом емоційного, культурного та інформаційного осмислення втрат. Саме тому тема створення серії плакатів «Міста, яких більше немає» — про міста, які були знищені у результаті агресії росії— набуває особливої значущості у сфері графічного дизайну, медіа-візуальної культури та суспільної пам'яті.

Стан наукової розробки проблеми. Проблематика візуалізації міського простору, втрати міст та міської пам'яті в Україні досліджувалась у працях українських урбаністів, істориків культурної спадщини, а також у сфері візуального мистецтва. Наприклад, дослідження Kyiv School of Economics показують, що у значної кількості міст понад 50 % житлового фонду зазнає руйнувань унаслідок бойових дій [18]. Аналітичні публікації також вказують на системну політику «урбіциду», спрямовану на руйнування міст таких як Маріуполь, Попасна, Рубіжне [22].

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дипломної роботи відповідає напряму наукової діяльності кафедри дизайну, що охоплює питання дизайну, культури, мистецтва та споріднених галузей.

Реалізація теми передбачає участь у науково-практичних заходах, публікацію результатів дослідження у фахових виданнях та виставках, залучення студентів до роботи у творчих студіях, наукових гуртках та музейному середовищі, а також виконання кваліфікаційних робіт освітнього рівня бакалавра та магістра.

Метою кваліфікаційного дослідження є розробка концепції та реалізація сучасної серії плакатів «Міста, яких більше немає», які відобразатимуть міста України, зруйновані внаслідок російської агресії, через графічний дизайн, що поєднує історичну достовірність, емоційну виразність та сучасні візуальні прийоми.

У відповідності до визначеної мети були поставлені такі завдання:

Проаналізувати дані щодо зруйнованих українських міст, визначити масштаби та контекст їхнього знищення.

Визначити візуальні та графічні стратегії репрезентації міста-руїни як теми в графічному дизайні (плакати, постери, урбан-графіка).

Дослідити міжнародні та українські приклади серій плакатів, присвячених наслідкам воєнних дій.

Розробити ідейну концепцію серії плакатів «Міста, яких більше немає», включно зі стилем, композицією, колористикою, шрифтографікою.

Розробити серію графічних плакатів, що присвячена зруйнованим українським містам (використовуючи типографіку, фотографії, документальні матеріали та візуальні прийоми дизайну та образотворчого мистецтва).

Об'єктом дослідження є графічний дизайн, як форма візуальної комунікації культурної пам'яті та висвітлення наслідків збройної агресії.

Предметом дослідження є розробка графічного оформлення серії плакатів «Міста, яких більше немає» про українські міста-жертви російської агресії, з урахуванням історичного, урбаністичного та дизайн-контексту.

Методи дослідження. У роботі застосовано такі теоретичні й практичні методи: аналіз наукових та медіа джерел; глибоке вивчення інформації про знищення українських міст під час повномасштабної війни; формулювання висновків на основі аналізу актуальних даних для подальшої роботи над дизайном серії плакатів «Міста, яких більше немає»; порівняльний аналіз міжнародних й українських прикладів візуалізації наслідків війни; дослідження графічних методів для створення серії плакатів; реалізація плакатної серії згідно з розробленою концепцією.

Теоретичне значення даної роботи полягає у поглибленні наукового розуміння ролі графічного дизайну як інструмента формування та збереження культурної пам'яті в умовах воєнних конфліктів. У роботі систематизовано підходи до візуалізації теми руйнування міських просторів, що перебуває на перетині урбаністики, культурології та візуальних комунікацій. Аналіз історичних, соціокультурних та медіавізуальних аспектів демонструє, що графічний дизайн може виступати не лише художньою практикою, але й засобом документування реальності, способом репрезентації колективної травми та формування національної ідентичності. У межах дослідження уточнено поняття міської пам'яті, урбаністичного образу та їхнього візуального вираження у плакатному мистецтві. Обґрунтовано можливість розгляду плакату як носія культурного наративу, здатного синтезувати документальні дані, символічні образи та емоційні інтенції. Розкрито специфіку відображення міста-руїни як окремої художньої теми, що потребує відповідної стилістичної, композиційної та концептуальної адаптації у графічному дизайні. Дослідження також узагальнює міжнародний та український досвід візуалізації наслідків війни, формує теоретичну базу для подальших робіт, присвячених репрезентації воєнних втрат у дизайні. Отримані результати розширюють наукове поле дослідження візуальної культури, формують теоретичні засади для створення

соціально значущих графічних проєктів та сприяють розвитку методології роботи дизайнерів у темах, пов'язаних із пам'яттю, травмою та документальністю.

Практичне значення даної роботи полягає у можливості застосування отриманих результатів для створення ефективних візуальних комунікацій, спрямованих на збереження пам'яті про зруйновані війною міста та інформування суспільства про масштаби втрат. На основі опрацьованих методів, композиційних принципів та візуальних стратегій розроблено плакатну серію, що може бути використана у просвітницьких, культурних та меморіальних проєктах. Матеріали дослідження можуть слугувати практичними рекомендаціями для дизайнерів, художників та комунікаційних фахівців, які працюють із темами воєнної документальності, урбаністичної історії та соціального впливу візуального мистецтва. Запропоновані підходи до стилістичного та концептуального оформлення плакатів дають можливість адаптувати їх для різних форматів: виставкових експозицій, соціальної реклами, освітніх програм або цифрових медіа. Розроблений у межах практичної частини дизайн-проєкт може бути інтегрований у діяльність культурних інституцій, музеїв, освітніх платформ та громадських організацій, що займаються збереженням історичної спадщини. Він також має потенціал застосування у комунікаційних кампаніях, спрямованих на привернення уваги міжнародної спільноти до наслідків воєнних дій в Україні.

Апробація результатів дослідження. Матеріали кваліфікаційної роботи обговорювались на засіданнях Кафедри дизайну Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Основні положення кваліфікаційної роботи було викладено у тезах на науково-практичних конференціях:

«Всеукраїнська науково-практична конференція. UKRAINA LIBERTATEM. Трансформація гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни» (Київ, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 11 листопада 2025 року)

Березовська М. О. «Естетика емпатії: візуальні образи людяності у графічному дизайні». (11 листопада 2025 року).

«Київська конференція з дизайну. Сталий розвиток суспільства та дизайн-діяльність у просторі айдентики територіальних громад» (Київ, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 16 квітня 2026 року).

Березовська М. О. «Роль графічного дизайну у відображенні соціокультурних трансформацій». (16 квітня 2026 року).

Конкурс студентської графіки університету Грінченка (2026 рік).

Міжнародний конкурс на найкращий агітаційний плакат соціально-патріотичного змісту “Борітеся-поборете!” (2026 рік).

Структура: робота складається зі вступу, двох розділів, що містять кілька підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи із додатками складає 49 сторінок, основний текст – 46 ст., додатки – 3 ст.

РОЗДІЛ I

ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АНАЛОГІВ

1.1 Аналіз передпроектної ситуації

Повномасштабне вторгнення росії в Україну мало руйнівні наслідки для міської інфраструктури, соціального життя та культурної пам'яті. За даними UACrisis, внаслідок агресії зруйновано або пошкоджено десятки українських міст, серед яких — Бахмут, Мар'їнка, Волноваха, Рубіжне та інші [28]. Ця катастрофа є не лише фізичною: вона торкається колективної ідентичності, травми нації та історичної пам'яті.

Статті суспільно-політичних медіа підкреслюють, що втрата міст — це не просто руйнування будівель, а знищення міського середовища: об'єктів культурної спадщини, публічних просторів та звичного укладу [7]. Міста, які були центрами культури й історії, стають символом зникнення місць життя та спільнот.

Розгортання кампаній із реконструкції ведеться одночасно із активним культурним осмисленням втрат. У цьому контексті роль дизайну набуває нової значущості: це інструмент не лише документування, а й пам'яті, емоційного зв'язку та створення символічного континууму між минулим і майбутнім.

За даними Київської школи економіки (KSE), понад 50 % житлового фонду у ряді міст пошкоджено або зруйновано [18].

За даними доповідей міжнародних інституцій, загальна вартість втрат житлового фонду, інфраструктури та інших об'єктів сягає десятків мільярдів доларів [12].

У контексті масштабних руйнувань українських міст зростає нагальна потреба не лише в документуванні фізичних втрат, але й у культурному, соціальному та психоемоційному осмисленні цих травм через візуальні засоби. Психологічна і культурна травма, викликана війною, вимагає перетворення на символи та образи, здатні зберігати колективну пам'ять і формувати діалог з майбутнім поколінням.

Графічний дизайн, зокрема плакат, має потенціал стати таким універсальним інструментом — він дозволяє консолідувати документальні факти (руйнування будівель, міські силуети, архітектурні елементи) з емоційною експресією (кольори, композиція, метафори), створюючи простір для пам'яті та співпереживання. Наукові дослідження підтверджують, що плакатний дизайн в Україні вже виконує цю функцію. Так, Гула, Трикозенко й Масич у своїй роботі «Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни» підкреслюють, що сучасні плакати стають засобом самоідентифікації, символом консолідації суспільства та реакцією на інформаційні виклики війни [3]. Маркова й Полюшкін (2024) досліджують “суспільний запит” на воєнні плакати під час війни, вказуючи, що громадяни вимагають більш глибоких, не лише антивоєнних послань — а таких, що говорять про шкоду, втрату та пам'ять [4]. Оксана Пушонкова та Сергій П'янзін у статті «Культура пам'яті у мистецьких рефлексіях війни» окреслюють, що мистецькі проекти стають каналом культурної пам'яті: вони допомагають транслювати травматичні події, одночасно створюючи нові наративи колективного досвіду [6]. Крім того, Юрій Сосницький у роботі «Український плакат як інструмент культурної ідентифікації» доводить, що плакат — це не просто графічний об'єкт, а важливий елемент національної ідентичності, особливо в умовах конфлікту [11]. Когнітивні механізми впливу соціального плакату тож вивчені: у статті «Синестезія в соціальному плакаті: когнітивні механізми впливу» Сосницький показує, як сенсорні й асоціативні

елементи плаката (колір, форма, метафори) можуть формувати стійкі образи пам'яті, викликати емоційний відгук та зберігатися в пам'яті глядача [10]. Також важливим є підхід до композиції, форми та кольору: у статті «Використання кольору, форми та композиції для створення ефективного художнього образу в соціальному плакаті» Сосницький досліджує, як ці художні елементи можуть підсилювати комунікативну силу плаката й формувати емоційний меседж [8].

Отже, створення серії плакатів «Міста, яких більше немає» відповідає не лише естетичному або пропагандистському запиту, а й має глибоку культурну, соціальну, когнітивну та меморіальну значущість. Завдяки науковим підходам і дослідженням, дизайн може стати інструментом збереження колективної пам'яті, діалогу про втрати, а також підтримки візуальної та емпатійної культури в умовах поствоєнного відбудування.

Аналіз наукових та науково-публіцистичних джерел свідчить, що тема сучасного українського плакату в умовах війни є предметом активного дослідження в межах мистецтвознавства, дизайну та культурології. У працях українських дослідників розглядаються питання плаката як інструменту національної ідентифікації, соціальної комунікації, інформаційного спротиву та візуального реагування на воєнні події. Водночас аналіз наявних досліджень показує, що проблема графічної репрезентації зруйнованих або зниклих українських міст як носіїв культурної пам'яті, колективної травми та втрати міського середовища залишається недостатньо систематизованою в контексті саме плакатного дизайну. Переважна частина наукових робіт зосереджується на загальних аспектах воєнної візуальної культури, залишаючи поза фокусом тему міста як цілісного символічного образу та об'єкта меморіалізації. Таким чином, попри наявність значної теоретичної бази щодо соціального та воєнного плаката, існує потреба в поглибленому дизайнерському дослідженні, спрямованому на осмислення руйнування міського простору через візуальні

метафори та образи. Це зумовлює актуальність обраної теми та обґрунтовує доцільність створення серії плакатів «Міста, яких більше немає» як самостійного художньо-дослідницького проекту.

1.2 Аналіз джерельної бази, аналогів та прототипів проектування

Джерельна база дослідження виступає фундаментом для формування обґрунтованих висновків, забезпечення наукової достовірності та проведення комплексного аналізу проблематики графічної репрезентації зруйнованих українських міст у сучасному плакатному дизайні. У межах даної роботи джерельну базу сформовано на засадах міждисциплінарного підходу, що поєднує теоретичні, аналітичні, мистецтвознавчі, соціокультурні, візуальні та емпіричні матеріали. Такий підхід дозволив розглянути досліджувану тему не лише у площині графічного дизайну, а й у ширшому контексті культури пам'яті, візуальної комунікації, соціальної функції мистецтва та документування воєнного досвіду.

Теоретичну основу дослідження становлять наукові праці з графічного дизайну, теорії візуальної комунікації та мистецтвознавства, у яких розглядаються функції соціального й меморіального плаката, його знаково-образна система, семантика візуальних символів, емоційний вплив графічних засобів та роль плаката як інструменту суспільного осмислення травматичних подій. Значну увагу приділено дослідженням, що аналізують плакат у контексті воєнного часу, формування колективної пам'яті, національної ідентичності та механізмів візуалізації історичного досвіду через художні образи.

Важливою складовою джерельної бази стали аналітичні матеріали, що фіксують масштаби руйнування українських міст унаслідок повномасштабної війни. Використання статистичних і фактологічних даних дозволило

сформувати документально обґрунтовану основу для інтерпретації візуальних образів, уникнути декларативності та посилити змістову достовірність дизайнерського проєкту.

Окрему групу джерел становлять візуальні матеріали — зразки сучасного українського та зарубіжного соціального, антивоєнного й меморіального плаката, авторські графічні серії, мистецькі проєкти та візуальні архіви, присвячені темі війни, пам'яті та втрати. Їх аналіз дозволив виявити провідні тенденції формотворення, композиційні принципи, особливості використання кольору, типографіки, символіки та метафоричних образів, а також визначити характер емоційно-психологічного впливу плакату на глядача. Порівняльний аналіз аналогів став підґрунтям для формування авторського підходу до створення серії плакатів, спрямованої на поєднання документальності, символічності та емоційної виразності.

Крім того, у роботі використано матеріали сучасних медіа, культурних платформ та дослідницьких ініціатив, що висвітлюють процеси руйнування й відновлення українських міст, а також відображають мистецькі реакції на воєнні події. Залучення цих джерел дозволило простежити актуальні тенденції розвитку візуальної культури в умовах війни, визначити соціальний запит на меморіальні та документальні форми візуальної комунікації, а також уточнити роль графічного дизайну у формуванні суспільного дискурсу пам'яті.

Таким чином, сформована джерельна база є репрезентативною та достатньою для досягнення мети дослідження.

Для поглиблення дослідження було здійснено аналіз конкретних реалізованих прикладів сучасного плакатного та соціально-комунікативного дизайну, які тематично або концептуально наближені до проблематики пам'яті, війни, руйнування міського середовища та культурної ідентичності. Одним із найбільш репрезентативних джерел сучасної плакатної культури є міжнародна трієнале екологічного плаката «4th Block» [26] (Харків), яка після

2022 року значною мірою трансформувала свою тематичну спрямованість у бік воєнної та гуманітарної проблематики. У роботах, представлених на виставках та у цифрових колекціях трієнале, простежується активне використання метафоричних образів руйнування, фрагментації міського простору, образу відсутності та візуалізації травматичної пам'яті. Для багатьох плакатів характерні мінімалістична композиція, обмежена кольорова палітра та узагальнені силуети архітектурних форм, що функціонують як знаки пам'яті, а не буквальні зображення. Ці роботи демонструють високий рівень концептуалізації образу та орієнтацію на емоційно-психологічний вплив.

Важливим українським прикладом є плакатні роботи дизайнера Нікити Тітова [27], створені після початку повномасштабної війни. Його серії соціальних і воєнних плакатів характеризуються лаконічністю графічної мови, чіткою символікою та використанням узагальнених образів, що легко зчитуються на емоційному рівні. У низці робіт застосовується прийом метафоричного зображення руйнування та втрати через прості, але виразні знакові форми, що дозволяє досягти високої комунікативної ефективності. Важливою рисою є поєднання соціального меседжу з художньою узагальненістю, що відповідає завданням меморіального плакату.

Суттєвим джерелом аналогів стали міжнародні плакатні ініціативи, зокрема глобальний проєкт «Poster for Tomorrow» [23], який об'єднує соціально орієнтовані плакати на теми прав людини, війни, миру та гуманітарних криз. У багатьох роботах, присвячених темі конфліктів і руйнування, використовується символічна репрезентація міста через архітектурний силует, порожній простір або фрагментовану структуру, що передає ідею втрати без прямої ілюстративності. Для цих плакатів характерна концептуальна простота, графічна чистота та домінування ідеї над декоративністю, що корелює з підходом, обраним у даному проєкті.

Окрему групу аналогів становлять українські воєнні плакатні проекти, представлені на платформі PosterTerritory [24], яка з початку повномасштабної війни стала цифровим архівом сучасного українського плаката. У представлених роботах простежується широкий спектр візуальних стратегій — від експресивних емоційних образів до стриманих меморіальних композицій. У ряді плакатів місто постає як символ культурної ідентичності, а його руйнування — як знак колективної травми. Важливими є використання контрасту, негативного простору, силуетності та узагальнення, що формують емоційний резонанс і сприяють запам'ятовуванню образу.

Порівняльний аналіз виявив спільні формотворчі принципи, характерні для більшості досліджених аналогів: узагальнення та символізація образу, мінімалізм як засіб посилення змісту, домінування концептуальної ідеї, використання метафори та орієнтація на емоційно-психологічний вплив. Водночас встановлено, що системне зображення саме українських міст, які зникли або зазнали критичних руйнувань, у форматі цілісної плакатної серії майже не представлено. Це підтверджує актуальність і новизну обраної теми проекту.

1.3 Методологія дослідження меморіального плакату як засобу візуалізації культурної пам'яті

У процесі дослідження меморіального плакату як засобу візуалізації культурної пам'яті було застосовано комплекс загальнонаукових методів, зокрема аналіз, синтез, порівняння та узагальнення. Їх використання забезпечило системність наукового пошуку, послідовність дослідницьких етапів та обґрунтованість отриманих результатів. Застосування зазначених методів дозволило розглянути меморіальний плакат не лише як художній об'єкт, а як складну комунікативну систему, що поєднує візуальну форму, символічний зміст і соціокультурну функцію пам'яті.

Метод аналізу був використаний для поетапного дослідження з метою виявлення його структурних, функціональних та змістових характеристик. У межах роботи аналізу підлягали теоретичні джерела з графічного дизайну, теорії візуальної комунікації, мистецтвознавства та досліджень культурної пам'яті, що дозволило окреслити наукові підходи до розуміння плакату як носія соціального меседжу та емоційно-символічного образу. Окрему увагу було приділено аналізу сучасних українських та міжнародних плакатів, присвячених темам війни, руйнування міст, втрати та пам'яті. У ході аналізу вивчалися композиційна структура, масштабні співвідношення елементів, характер використання простору, кольорова організація, типографічні рішення, рівень символізації та метафоричності образу.

Метод синтезу застосовувався для об'єднання отриманих аналітичних результатів у цілісну концептуальну систему. Поєднання теоретичних положень, результатів візуального аналізу та практичних спостережень дозволило сформулювати узагальнене уявлення про меморіальний плакат як особливий тип соціально-комунікативного дизайну, що виконує функцію збереження культурної пам'яті. У результаті синтезу було сформовано основні принципи майбутнього дизайнерського рішення: узагальнення архітектурного силуету як символу міста, мінімалізм як засіб посилення змісту, поєднання документальності з метафоричністю, а також серійність як спосіб побудови цілісного візуального наративу.

Метод порівняння використовувався для зіставлення різних прикладів соціального та меморіального плакату, що дозволило виявити закономірності та варіативність підходів до візуалізації теми пам'яті та руйнування міського простору. Порівняльний аналіз охоплював українські воєнні плакати, міжнародні меморіальні графічні серії, а також окремі приклади соціального дизайну, пов'язані з темою втрати та культурної травми.

Метод узагальнення був використаний для систематизації результатів дослідження та формування теоретично обґрунтованих висновків. Узагальнення дозволило виокремити ключові принципи візуалізації образу зруйнованого міста у плакатному дизайні, серед яких — символізація форми, мінімалізм як засіб смислової концентрації, використання порожнього простору як образу відсутності, а також інтеграція шрифтового елемента у структуру візуального повідомлення.

Таким чином, застосування загальнонаукових методів аналізу, синтезу, порівняння та узагальнення забезпечило глибоке розуміння структурних і змістових особливостей меморіального плакату, дозволило виявити закономірності його формотворення та комунікативної дії, а також сформувало науково обґрунтовану базу для подальшого проектування, орієнтованого на візуалізацію культурної пам'яті про зруйновані українські міста.

Візуально-композиційний аналіз застосовувався для дослідження структури плакату, закономірностей організації візуального простору та способів керування увагою глядача. Згідно з підходами до графічної композиції, викладеними у праці Е. Лаптон і Дж. Філіпс *Graphic Design: The New Basics* [19], композиція у дизайні визначає логіку сприйняття, формує ієрархію змісту та забезпечує смислову цілісність візуального повідомлення.

У процесі аналізу розглядалися формат і пропорції, композиційний центр, ритм, баланс, масштаб та контраст. Встановлено, що центрована композиція часто використовується для підсилення урочистості та статичності образу пам'яті, тоді як асиметричні структури формують відчуття драматизму, втрати або історичного напруження. Подібні закономірності узгоджуються з теорією візуальної організації форми, описаною у класичній праці Р. Арнгейма *Art and Visual Perception* [1], де композиція розглядається як система психологічних сил, що визначає емоційне та смислове сприйняття образу.

Окрему увагу було приділено ролі негативного простору, який у меморіальному плакаті часто використовується як інструмент символічної тиші, відсутності або втрати. Мінімізація візуальних елементів сприяє концентрації уваги на головному образі та підсилює емоційний ефект повідомлення. Такий підхід відповідає принципам сучасного графічного дизайну, де лаконічність і редукція форми розглядаються як засіб посилення змісту.

Стилістичний аналіз дозволив дослідити художньо-образну мову меморіального плакату, його символіку, типографіку та візуальні коди. Відповідно до концепції графічного дизайну як комунікативної практики, викладеної у праці М. Барнарда *Graphic Design as Communication* [14], візуальна форма функціонує як знакова система, через яку передається культурне значення та формується інтерпретація реальності.

У межах дослідження було встановлено, що сучасний меморіальний плакат тяжіє до мінімалістичних і метафоричних форм, де образ функціонує як узагальнений знак пам'яті, а не як буквальна ілюстрація події. Подібна трансформація візуальної мови пов'язана з розвитком сучасного графічного дизайну та зміною способів репрезентації історичного досвіду, що підтверджується дослідженнями історії графічного дизайну [20].

Стилістичний аналіз також дозволив простежити вплив художніх напрямів — модернізму, конструктивізму, постмодернізму та сучасної візуальної культури — на формування образної системи меморіального плакату. Зокрема, модерністська редукція форми та символічна узагальненість сприяють створенню універсального образу пам'яті, тоді як постмодерністські підходи вводять багатозначність, іронію та інтертекстуальність. За висновками дослідників візуальної культури, подібні стилістичні трансформації відображають зміну способів колективного осмислення історії та пам'яті [21].

Таким чином, застосування візуально-композиційного та стилістичного аналізу дозволило розкрити меморіальний плакат як багаторівневу систему візуальної комунікації, у якій композиція, форма, символ і стилістика функціонують як інструменти конструювання культурної пам'яті.

Метод аналізу аналогів і прототипів є одним із ключових у дизайнерських дослідженнях, оскільки дозволяє виявити закономірності формотворення, комунікативні стратегії, образно-символічні рішення та функціональні особливості вже існуючих зразків візуальної культури. У межах даного дослідження цей метод застосовано для системного вивчення меморіального та соціального плакату як засобу візуалізації культурної пам'яті, осмислення травматичного досвіду та формування колективної ідентичності.

Аналіз аналогів передбачав вивчення як історичних, так і сучасних зразків плакатного мистецтва, що працюють із темами пам'яті, втрати, війни, руйнування та збереження історичного досвіду. Особлива увага приділялася композиційній структурі, типографічним рішенням, кольоровій палітрі, візуальним метафорам, символіці та способам емоційного впливу на глядача. Як зазначає Ф. Меггс [20], плакат у кризові історичні періоди виконує не лише інформативну, а й культурно-меморіальну функцію, стаючи інструментом колективної комунікації та збереження історичної пам'яті.

У процесі дослідження було проаналізовано українські воєнні та меморіальні плакати 2014–2026 років, зокрема роботи, присвячені зруйнованим містам, пам'яті жертв війни та національному спротиву. Виявлено, що сучасний український плакат характеризується лаконічністю візуальної мови, домінуванням символічних образів, використанням контрасту як емоційного інструменту та мінімалізмом композиції. Такі особливості відповідають загальним тенденціям сучасного соціального

плакату, де візуальна метафора стає основним носієм змісту, а емоційна виразність — ключовим комунікативним чинником [14].

Окрему групу аналогів становили міжнародні зразки меморіального плакату, зокрема польські, німецькі та балтійські роботи, що осмислюють теми війни, історичної травми та колективної пам'яті. (Див. Рис. Б1, Б2, Б3, Додаток Б). Дослідження показало, що у меморіальному плакаті часто використовується редукція форми, стримана кольорова палітра, архетипні символи (руїни, силуети міст, відсутність, порожнеча), а також принципи візуальної тиші — композиційного мінімалізму, що підсилює емоційний вплив. За Н. Мірзоєффом, такі візуальні практики формують «режим пам'яті», у якому образ стає засобом соціального осмислення історії та інструментом культурної ідентифікації [21].

Важливим результатом аналізу стало розуміння того, що меморіальний плакат функціонує не лише як графічний об'єкт, а як носій культурної пам'яті, здатний формувати емоційний досвід глядача та закріплювати візуальні образи історичних подій у колективній свідомості.

Таким чином, застосування методу аналізу аналогів і прототипів дозволило не лише систематизувати існуючі підходи до створення меморіального плакату, а й сформуванню теоретично обґрунтовану основу для власного проєктування.

Також, варто зазначити, що у межах даного дослідження меморіальний плакат розглядається не лише як графічний об'єкт, а як елемент ширшої системи культурної пам'яті, соціальної комунікації та візуальної культури. Системний підхід передбачає розгляд об'єкта дослідження як цілісної структури, що складається з взаємопов'язаних елементів — візуальної форми, композиції, кольору, символіки, тексту, культурного контексту та механізмів сприйняття. Як зазначає Л. фон Берталанфі, система визначається не сумою елементів, а характером їх взаємодії, що формує нові якості та смисли [15].

Застосування системного підходу дозволило розглядати меморіальний плакат як частину ширшого культурного процесу — формування та трансляції колективної пам'яті. За Я. Ассманом, культурна пам'ять функціонує через символічні форми, образи та знакові системи, які зберігають і передають досвід спільноти у часі [13].

Міждисциплінарний підхід дозволив інтегрувати знання з графічного дизайну, мистецтвознавства, візуальних студій, культурології, соціальної психології та теорії комунікації. Як зазначає Н. Мірзоєфф, візуальні образи формують соціальні уявлення про історію та ідентичність, виступаючи інструментом культурної репрезентації та політики пам'яті [21].

З позицій соціальної психології візуальні образи здатні викликати емоційний резонанс і закріплюватися в колективній пам'яті через механізми асоціації та символізації. Дослідження М. Хальбвакса доводять, що пам'ять є соціально сконструйованою і підтримується через культурні символи, образи та спільні наративи [16].

Тож, системний та міждисциплінарний підхід дозволив розглядати меморіальний плакат як багаторівневу структуру, що поєднує художню форму, культурний зміст і соціальну функцію.

1.4 Соціокультурний аналіз аудиторії та середовища функціонування меморіального плакату

Меморіальний плакат як форма візуальної комунікації функціонує у складному соціокультурному просторі, де поєднуються процеси колективної пам'яті, символічної репрезентації історичних подій та суспільного осмислення травматичного досвіду. Ефективність меморіального плакату

значною мірою залежить від того, наскільки глибоко враховано особливості його цільової аудиторії, соціального контексту сприйняття та культурних кодів, через які здійснюється передача змісту. Саме тому аналіз аудиторії та середовища функціонування є одним з ключових етапів дослідження. Цільова аудиторія меморіального плакату є неоднорідною і включає кілька соціально-культурних груп, які відрізняються за рівнем історичної обізнаності, емоційної залученості та способами інтерпретації візуальних образів. До неї належать:

безпосередні носії історичної пам'яті (свідки подій, ветерани, родини загиблих);

молоде покоління, яке формує уявлення про історію через візуальні медіа;

широка громадськість, що взаємодіє з меморіальними образами у публічному просторі;

культурні та освітні інституції, які використовують плакат як інструмент комеморації та просвіти.

У сфері соціальної комунікації, будь-яке візуальне повідомлення потребує чіткої орієнтації на конкретну аудиторію, оскільки відсутність сегментації знижує ефективність впливу та рівень інтерпретації змісту [5].

У випадку меморіального плакату важливими є такі психологічні чинники:

здатність образу викликати емпатію;

рівень символічної узагальненості;

баланс між документальністю та метафоричністю;

візуальна інтенсивність та композиційний акцент.

Меморіальний плакат існує не ізольовано, а в конкретному соціальному та медійному середовищі. Його сприйняття залежить від контексту розміщення: публічний простір, музейне середовище, освітній простір, цифрові платформи. Кожне середовище формує власний сценарій взаємодії

глядача з образом. Дослідження у сфері соціальної реклами підкреслюють, що ефективність візуального повідомлення значною мірою визначається умовами контакту аудиторії з ним, частотою повторення та контекстом сприйняття [2].

Сучасне середовище візуальної комунікації характеризується високою насиченістю зображеннями, що створює конкуренцію за увагу глядача. У таких умовах меморіальний плакат має поєднувати художню виразність із комунікативною чіткістю. Дослідження соціальної реклами показують, що візуальні повідомлення стають ефективними лише тоді, коли вони відповідають очікуванням аудиторії та враховують актуальні комунікативні практики.

Отже, соціокультурний аналіз показує, що меморіальний плакат є складним комунікативним інструментом, ефективність якого залежить від глибокого розуміння аудиторії, психології сприйняття, культурного контексту та середовища функціонування. Він не лише передає інформацію, а формує колективну пам'ять, впливає на емоційне переживання історії та сприяє конструюванню культурної ідентичності.

Висновки до розділу I

У першому розділі було здійснено комплексне теоретико-аналітичне дослідження меморіального плакату як засобу візуалізації культурної пам'яті, що дозволило сформуванню наукової та методологічної основи подальшого проектування.

У процесі аналізу джерельної бази встановлено, що меморіальний плакат є не лише графічним об'єктом, а складним комунікативним явищем, яке функціонує на перетині дизайну, культурології, соціології та мистецтвознавства. Наукові праці, аналітичні матеріали та міждисциплінарні дослідження підтвердили, що візуальна мова плакату здатна формувати, транслявати й закріплювати колективну пам'ять, виступаючи інструментом

символічної репрезентації історичних подій, суспільних травм і культурних сенсів.

Аналіз аналогів показав, що сучасний меморіальний плакат характеризується лаконічністю, високим рівнем символізації, емоційною виразністю та концептуальною глибиною. Найвдаліші зразки використовують мінімалістичні композиційні рішення, обмежену кольорову палітру, метафоричні образи та візуальні коди, що дозволяє досягати сильного емоційного впливу без перевантаження зображення. Водночас виявлено, що ключову роль відіграє баланс між естетикою, змістом і функцією комунікації.

У межах методологічного блоку було обґрунтовано доцільність застосування загальнонаукових, дизайнерських і міждисциплінарних методів. Використання аналізу, синтезу, порівняння та узагальнення дозволило систематизувати теоретичні підходи до візуальної комунікації пам'яті. Візуально-композиційний і стилістичний аналізи забезпечили розуміння формальних та образних характеристик меморіального плакату. Метод аналізу аналогів і прототипів допоміг виявити ефективні дизайнерські моделі та закономірності формування візуального повідомлення. Системний і міждисциплінарний підхід дозволив розглядати плакат як елемент ширшого культурного, соціального та комунікативного середовища.

Проведений соціокультурний аналіз аудиторії засвідчив, що меморіальний плакат орієнтований на широке суспільство, проте його сприйняття значною мірою залежить від культурного досвіду, рівня візуальної грамотності та контексту колективної пам'яті.

Таким чином, результати першого розділу дозволили визначити теоретичні, методологічні та візуально-комунікативні засади проєктування меморіального плакату. Отримані висновки формують основу для практичної частини дослідження, у межах якої буде розроблено власне дизайнерське

рішення з урахуванням виявлених принципів, закономірностей і особливостей функціонування меморіальної візуальної комунікації.

РОЗДІЛ II

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ «МІСТА, ЯКИХ БІЛЬШЕ НЕМАЄ»

2.1. Розробка ідейної концепції дизайну серії плакатів «Міста, яких більше немає» на основі аналізу сучасних тенденцій плакатного дизайну та історичного контексту.

Розробка концептуальної ідеї є вирішальним етапом у створенні серії плакатів, під час якого визначаються основні значення та образи для подальшого візуального втілення. Для бакалаврського дизайнерського проєкту було обрано тему «Міста, яких більше немає». Ця тема є не лише цікавою з погляду формування дизайнерської концепції, але й важливим мистецьким явищем, спрямованим на увіковічнення історичних подій та збереження колективної пам'яті. Проєкт покликаний нагадувати про наслідки війни, зруйновані міста та високу ціну, яку український народ платить за свою свободу і майбутню перемогу.

Тема «Міста, яких більше немає» вирізняється багатогранністю сенсів: з одного боку, це привабливий та цікавий артоб'єкт, з іншого — біль, який відчуває кожен українець упродовж війни. Саме плакатна серія надає широкі можливості для візуальної інтерпретації за допомогою прийомів графічного дизайну, використання сучасних комп'ютерних технологій, а також поєднання рукотворного мистецтва з цифровим.

Плакат історично використовувався як важливий інструмент соціальної комунікації, що поєднує візуальну виразність із лаконічністю повідомлення. Завдяки поєднанню зображення, кольору та типографіки плакат здатний швидко передавати інформацію широкій аудиторії та формувати певні соціальні настрої. Дизайнери часто використовують нестандартні прийоми для кращого висвітлення теми. Наприклад, порушення читабельності та “зламана” типографіка формують відчуття хаосу і втрати структури. (див. Рис. А.1, Додаток А).

Плакат став одним із ключових засобів масової візуальної комунікації ще з кінця XIX століття, коли розвиток поліграфічних технологій зробив його доступним для широкого розповсюдження. Як зазначає дослідник історії графічного дизайну Філіп Меггс, плакат став ефективним засобом публічного інформування, що поєднує мистецтво та комунікацію, і відіграв значну роль у формуванні візуальної культури модерного суспільства [20].

Упродовж XX століття плакат активно використовувався не лише для рекламних цілей, а й для висвітлення соціальних та політичних подій. Зокрема, у періоди воєн плакат ставав важливим засобом мобілізації суспільства, поширення ідей та формування громадської позиції.

Окрему роль у розвитку плакатного мистецтва відіграла пропаганда. У XX столітті плакат став одним із найефективніших засобів поширення політичних ідеологій та впливу на суспільну думку. Завдяки поєднанню яскравої візуальної мови, символіки та лаконічних гасел плакати використовувалися для формування певних наративів, мобілізації населення та підтримки політичних рішень. Особливо активно цей інструмент застосовувався під час світових воєн, коли уряди різних країн створювали плакати, спрямовані на підтримку армії, залучення громадян до військових зусиль або формування патріотичних настроїв.

Таким чином, плакат можна розглядати не лише як елемент графічного дизайну, а й як важливий інструмент соціальної та культурної комунікації. Його здатність поєднувати художню форму з інформаційним змістом робить плакат ефективним засобом впливу на суспільство, що пояснює його актуальність і в сучасному контексті соціальних та політичних подій.

Подальший розвиток плакатного мистецтва у XX–XXI століттях підтверджує його важливу роль як засобу візуальної фіксації суспільних процесів. Завдяки поєднанню зображення, типографіки та символіки плакат здатний швидко реагувати на актуальні події та передавати складні соціальні й політичні меседжі широкій аудиторії. Саме ця оперативність і виразність роблять плакат ефективним інструментом документування культурних та історичних змін у суспільстві. У дослідженнях графічного дизайну наголошується, що плакат не лише інформує, але й відображає естетичні, ідеологічні та соціальні характеристики часу, в якому він створюється. Така ж тенденція зберігається серед сучасних українських дизайнерів, які створюють постери на соціально важливі теми (див. Рис. А.2 та Рис. А.3, Додаток А).

Як зазначає дослідник дизайну Рік Пойнор, графічний дизайн у сучасній культурі виконує не лише декоративну або комерційну функцію, але й бере участь у формуванні суспільного дискурсу [25]. На його думку, дизайнери створюють візуальні повідомлення, які відображають актуальні проблеми та суспільні настрої, а тому їхні роботи можуть розглядатися як важливі культурні свідчення своєї епохи.

Подібну думку висловлює і дослідниця Джессіка Хельфанд, яка підкреслює, що графічний дизайн є невід'ємною частиною візуальної культури та бере участь у формуванні колективної пам'яті суспільства [17]. У своїх наукових публікаціях вона зазначає, що дизайнери, реагуючи на політичні та соціальні події, створюють візуальні образи, які допомагають

суспільству осмислювати історичний досвід та зберігати пам'ять про важливі події.

Отже, сучасний дизайнерський плакат можна розглядати як форму художнього документування реальності. Він здатний не лише передавати інформацію, але й відображати соціальні настрої, культурні трансформації та історичні події, що відбуваються у певний період. Саме тому багато плакатів із часом набувають значення культурних артефактів і стають важливими джерелами для дослідження візуальної історії та колективної пам'яті суспільства.

Серія плакатів «Міста, яких більше немає» спрямована на формування емоційної реакції глядача через поєднання документальних фотографій, типографіки та мінімалістичних композиційних рішень. Основною метою є не лише інформування аудиторії про наслідки війни, а й створення емоційного зв'язку між глядачем та зображеними подіями.

Соціальний плакат традиційно виконує функцію інструмента візуальної комунікації, який здатний швидко передавати складні соціальні ідеї через образи та символи. Юрій Сосницький відзначає, що метафори та символічні образи у плакатах формують сильний емоційний зв'язок із глядачем, стимулюють рефлексію та спонукають до осмислення суспільних проблем [9].

У контексті даного проєкту емоційний вплив досягається через поєднання кількох дизайнерських прийомів.

По-перше, важливу роль відіграє використання документальних фотографій зруйнованих міст. Реальні зображення мають значно більший емоційний вплив, ніж абстрактні графічні форми, оскільки вони сприймаються як свідчення історичних подій. Завдяки цьому глядач не просто спостерігає композицію плаката, а співвідносить побачене з реальними подіями та людськими історіями.

По-друге, емоційний ефект підсилюється композиційними та кольоровими рішеннями. Окрім того, дослідження у сфері плакатного дизайну показують, що поєднання кольору, форми та композиції може значно впливати на емоційне сприйняття візуального повідомлення [8]. Саме через контрастні композиції, акцентні кольори та типографічні елементи дизайнери формують художній образ, який здатний привернути увагу глядача та викликати сильну емоційну реакцію.

Також важливим аспектом є використання символічних образів та метафор. У соціальному плакаті метафора дозволяє передати складну ідею через просту візуальну форму [9]. Наприклад, руїни міста символізують не лише фізичне руйнування архітектури, але й втрату людських історій, домівок і культурної пам'яті. Подібні образи активізують асоціативне мислення глядача та сприяють глибшому емоційному переживанню теми.

Крім того, сучасні дослідження візуальної комунікації підкреслюють, що соціальні плакати можуть впливати не лише на емоції, але й на формування суспільної свідомості. Вони здатні зміцнювати відчуття спільності, національної ідентичності та привертати увагу до важливих соціальних і політичних процесів.

У серії плакатів «Міста, яких більше немає» очікуваний емоційний вплив полягає у формуванні відчуття співпереживання, пам'яті та усвідомлення масштабу втрат, спричинених війною. Глядач має не лише сприйняти інформацію, але й замислитися над історичним значенням зображених подій. Через візуальну мову плакатів підкреслюється ідея збереження пам'яті про зруйновані міста та їхніх мешканців.

Отже, використання документальних зображень, символічних образів, типографічних акцентів і композиційних контрастів дозволяє створити серію плакатів, які не лише інформують, а й формують глибокий емоційний відгук у глядача, що є однією з основних цілей соціального плакатного дизайну.

2.2 Образне, композиційно-пластичне та колірно-графічне вирішення серії плакатів.

Візуальне оформлення плакатної серії відіграє найважливішу роль у передачі її сенсу та змісту, особливо коли йдеться про соціальний плакат. Плакатна серія такого типу не тільки має естетичну задачу, а й передає потужну соціальну місію, – не дати суспільству забути наслідки воєнних дій.

Стратегія дизайну базується на тлумаченні агресії російської федерації, як злочину проти людства та геноциду українського народу. Зважаючи на це, макет використовує композиційну драматургію, колірні переходи та негативний простір, щоб передати емоційний посил. Візуальна мова поєднує естетику сучасного плакатного мистецтва та соціальний заклик.

Образне вирішення серії плакатів «Міста, яких більше немає» ґрунтується на поєднанні зорового та кольорового контрасту, стилізації та асиметрії, що сприяє візуалізації втрати, крихкості міського простору та емоційної пам'яті про зруйновані або зниклі урбаністичні ландшафти. Центральним візуальним образом кожного плаката в серії є кадри зруйнованого міського середовища, що слугують емоційним і змістовим ядром композиції. Кожен плакат присвячений окремому місту, відтворюючи його індивідуальну історію руйнування та втрати. Таким чином, структура серії побудована за принципом «один плакат — одне місто», що забезпечує чітку і зрозумілу ідентифікацію кожного представленого урбаністичного образу.

Серія «Міста, яких більше немає» складається з восьми плакатів:

плакат №1 – присвячений місту Бахмут;

плакат №2 – присвячений місту Сіверськодоноцьк;

плакат №3 – присвячений місту Лисичанськ;

плакат №4 – присвячений місту Авдіївка;

- плакат №5 – присвячений місту Мар'їнка;
- плакат №6 – присвячений місту Соледар;
- плакат №7 – присвячений місту Вовчанськ;
- плакат №8 – присвячений місту Часів Яр.

Образне, композиційно-пластичне та колірно-графічне вирішення цієї серії ґрунтується на поєднанні документальної реалістичності та художньої стилізації, що дозволяє передати атмосферу зруйнованих міст та підкреслити їхню історичну і культурну цінність. Центральним елементом кожного плаката є кадри зруйнованих міських ландшафтів, які слугують основою для візуальної метафори, що відображає ідею втрати, крихкості та пам'яті.

Композиційно серія побудована на контрасті форм і масштабів, асиметричному розташуванні ключових елементів та взаємодії переднього та заднього планів, що створює динамічну і водночас цілісну структуру. Колірно-графічне вирішення основної частини кожного плаката полягає у використанні обмеженої палітри, але у роботі також присутні акцентні рукотворні елементи з використанням яскраво-червоного кольору.

Окрім візуальної виразності, колірна гама має важливе концептуальне навантаження: вона підсилює драматизм зображуваного сюжету та формує відповідний емоційний фон сприйняття. Основу палітри становлять чорний, білий і спектр сірих відтінків, що асоціюються з руїнами, підкреслюючи тему втрати, спустошення та знищення міського середовища.

Стримана монохромна гама не лише перегукується з документальною хронікою, а й сприяє узагальненню образу, перетворюючи міста на символи колективної пам'яті. Водночас контраст світлого й темного посилює візуальну напругу, акцентує ключові композиційні елементи та спрямовує увагу глядача. Завдяки такому колірно-графічному рішенню плакати набувають емоційної глибини та виразності, підсилюючи загальну концепцію серії «Міста, яких більше немає».

Також, важливу роль у формуванні образної мови серії відіграє використання негативного простору, який виступає не лише як фон, а як активний композиційний елемент. Значні площини «порожнечі» підсилюють відчуття втрати, ізоляції та спустошення, візуально репрезентуючи відсутність зруйнованого міського середовища. Негативний простір дозволяє акцентувати увагу на ключових зображеннях, створює паузу для сприйняття та формує емоційний ритм композиції. Водночас його взаємодія з фрагментами зруйнованих об'єктів підсилює ефект візуальної метафори, де «порожнє» стає символом зниклого, а невідображене — змістовно значущим елементом загальної концепції серії.

Щодо композиційних рішень серії плакатів, то вони ґрунтуються на принципах асиметрії, візуального контрасту та ієрархії елементів, що забезпечує чітке спрямування уваги глядача та підсилює змістове навантаження кожного зображення. Центральні об'єкти — фотографії зруйнованого міського середовища — розміщуються з урахуванням динамічного балансу, часто зі зміщенням відносно композиційного центру, що створює відчуття нестабільності та напруження. Важливу роль відіграє ритм, сформований чергуванням заповнених і порожніх площин, а також масштабні контрасти, які підкреслюють драматизм і глибину простору.

Пластична експресія в серії досягається через поєднання мінімалістичного стилю, фрагментації зображень та яскравих рукотворних акцентів. Лінії та контури мають виразний, подекуди різкий характер, що передає стан руйнування та деформації. Така пластична мова підсилює емоційне сприйняття, одночасно використовуючи реальні архітектурні об'єкти та узагальнені образи-символи. У поєднанні з композиційною побудовою це створює цілісну візуальну систему, де кожен елемент підпорядкований розкриттю ідеї втрати, пам'яті та трансформації міського простору.

Таким чином, через поєднання композиційних рішень, пластичної експресії та колірно-графічної виразності, серія плакатів формує сильний емоційний ефект і забезпечує глибоке сприйняття концепції «Міста, яких більше немає», водночас розкриваючи потенціал візуальної метафори як ключового інструмента сучасного соціального плакату.

2.3 Створення макету плакатної серії «Міста, яких більше немає».

Дизайн макету кожного плакату з серії є завершальним етапом графічного проекту, на якому остаточно формується творча ідея, художній стиль і структурна логіка візуального представлення. На цьому етапі всі елементи — текст, фотографії, композиція, типографіка — об'єднуються в єдину систему, що гарантує повну функціональність плаката як цілісного комунікативного об'єкта. Розробка макету соціального плаката вимагає як технічного розміщення ресурсів, так і продуманого обґрунтування дизайнерських рішень, що відповідають цільовій аудиторії, жанровим особливостям та сучасним концепціям плакатного дизайну.

Ключовою особливістю цього процесу було визначення фізичних параметрів плакатної серії, включаючи вибір формату, структурної логіки побудови серії та організації зображень і текстових блоків. З огляду на тематику серії, особливості соціального плаката та необхідність цілісної інтеграції зображень і тексту, було обрано вертикальний формат 297×420 мм. Великий формат забезпечує достатню площу для повної передачі ідеї проекту і сприяє досягненню композиційної рівноваги.

З огляду на необхідність необмеженої взаємодії між текстом і зображенням та простору для відображення ідейного послугу, було свідомо обрано вертикальну (більш традиційну) орієнтацію плаката. Відповідно до візуальної логіки плакатної серії, такий формат дозволяє вибудувати чітку композиційну ієрархію, посилити домінанту зображення та органічно

інтегрувати текстові елементи, а погляд глядача рухається зверху вниз, послідовно зчитуючи візуальну інформацію та занурюючись у зміст плаката.

З огляду на те, що основною цільовою аудиторією є широке коло глядачів, зокрема молодь і люди, чутливі до соціально значущих тем, було обрано лаконічну, візуально виразну подачу матеріалу, що дозволяє швидко зчитувати основний меседж та водночас повністю зануритися в емоційно-смісловий простір зображення.

Таким чином, формат плаката не тільки виконує технічну функцію, а й сприяє створенню цілісної візуальної системи серії, підсилюючи її концептуальне та емоційне звучання.

Типографічний дизайн плаката має вирішальне значення для зручності читання, організації тексту та загальної візуальної узгодженості. У соціальному плакаті типографіка повинна бути як практичною, так і стилістично гармонійною зважаючи на загальну композицію. Вибір шрифтів, їх розміри, міжрядковий інтервал та розташування текстових блоків впливають на ритм читання, швидкість сприйняття інформації та загальну естетичну узгодженість плаката. Текст оформлено шрифтом ..., розміром ... пт, що забезпечує читабельність і легке візуальне сприйняття. Цей шрифт характеризується чіткими формами, відсутністю зайвих декоративних елементів і придатністю як для цифрових, так і для друкованих носіїв. Вибраний шрифт забезпечує візуальну рівновагу в композиції та дозволяє уникнути перевантаженості сторінки, надаючи перевагу ілюстративному змісту.

Текстові блоки побудовані з використанням модульної сітки, хоча вони не обмежуються заздалегідь визначеною смугою тексту. Основне вирівнювання — ліве, що покращує читабельність для глядачів. Кожен текстовий блок має цілісну структуру та розміщується в окремому графічному блоці, що полегшує орієнтацію на плакаті. Відмінною рисою макету є

динамічне розміщення текстових блоків, зображень і графічних елементів, що залежить від композиційної побудови. Текст розміщується у верхній, нижній та бічній частинах кожного плаката. Така концепція адаптивної типографічної структури полегшує інтеграцію тексту у візуальну площину плаката, зберігаючи гармонію композиції та посилюючи вплив візуальної метафори. Це забезпечує динамічний ритм і підвищує емоційну залученість глядача.

Особлива увага в проєкті приділена дизайну назви міста (що відповідає кожному з плакатів), розташованої в макеті плаката. Для напису було обрано шрифт «Fixed», адже він виразний, та, водночас, має мінімалістичний характер..

Попередні ескізи та регулярні консультації з науковим керівником мали значний вплив на процес розробки макету серії. Вони слугували основою для формування візуального нарративу та дозволили дослідити композицію, ритм серії й інтеграцію тексту та графічних елементів. Усі фотографії були ретельно відібрані із загальнодоступних інтернет-платформ. Кожне зображення адаптоване до формату плакатів і узгоджене з іншими. Кожен плакат уособлює окреме місто, передаючи драматизм подій та розкриваючи метафоричні значення за допомогою візуальної метафори.

Графічна структура серії плакатів «Міста, яких більше немає» виконана у вигляді цілісної візуальної системи, у якій усі елементи підпорядковані єдиній концепції та взаємопов'язані між собою. Вона базується на повторюваних композиційних принципах, узгодженій колірній палітрі та єдиному підході до використання типографіки й графічних засобів. Така структурна єдність забезпечує впізнаваність серії та формує її цілісний образ.

Кожен плакат, залишаючись самостійним візуальним об'єктом, водночас є частиною загальної системи, де збережено спільний ритм, баланс і характер побудови. Використання модульності та варіативності в межах заданої структури дозволяє адаптувати композицію до конкретного змісту

кожного міста, не порушуючи цілісності серії. У результаті формується гармонійна графічна мова, що поєднує індивідуальність окремих плакатів із єдиним концептуальним та візуальним підходом.

Висновки до розділу II

У другому розділі здійснено практичну реалізацію авторського проекту серії плакатів «Міста, яких більше немає», що охоплює всі етапи графічного оформлення — від розробки концепції до створення цілісної плакатної серії.

Візуальна концепція сформована на основі проведеного теоретичного аналізу соціального плаката, з урахуванням принципів візуальної комунікації, сучасних тенденцій графічного дизайну та особливостей сприйняття соціально значущих образів. У процесі роботи було визначено доцільні засоби візуальної виразності та окреслено цілісну систему композиційних, колірно-графічних і типографічних рішень.

Образна та композиційна структура плакатів базується на взаємодії лінії, кольору, форми та масштабу як ключових елементів, що формують емоційний і смисловий вплив. Композиційні рішення дозволили створити динамічну, візуально напружену структуру, в якій асиметрія, контраст і ритм підсилюють відчуття руйнування та втрати.

Особлива увага приділена кольоровій гамі, яка відображає атмосферу спустошення, тривоги та пам'яті через використання стриманої монохромної палітри з акцентами, що підсилюють емоційне звучання зображень.

Важливим аспектом плакатної серії є використання рукотворних елементів дизайну.

У межах проекту створено серію з восьми плакатів, де кожен присвячений окремому місту. Візуальні образи побудовані на поєднанні документальної основи та візуальної метафори, де кожна деталь — від

композиційного розміщення елементів до типографічного оформлення — виконує змістову функцію та сприяє розкриттю загальної концепції серії.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи було досягнуто поставленої мети — розроблено цілісну авторську концепцію та здійснено практичну реалізацію серії соціальних плакатів «Міста, яких більше немає», спрямовану на осмислення теми зруйнованого міського середовища засобами сучасного графічного дизайну.

У ході теоретичного дослідження було проаналізовано жанрові та стилістичні особливості соціального плаката в історичному контексті, зокрема визначено основні етапи його розвитку та роль у періоди світових воєн. Встановлено, що соціальний плакат виступає ефективним інструментом візуальної комунікації, здатним впливати на суспільну свідомість через

поєднання образності, лаконічності та емоційної виразності. Дослідження також підтвердило важливість використання візуальної метафори, контрасту, символіки та композиційної цілісності як ключових засобів формування змісту плакату.

Особливу увагу було приділено вивченню композиційних, колористичних та образних засобів виразності як складників формування візуального мислення. Виявлено, що гармонійне поєднання цих елементів дозволяє створювати глибокі за змістом і впливові візуальні повідомлення, здатні викликати емоційний відгук у глядача та сприяти осмисленню складних соціальних тем.

У практичній частині роботи розроблено авторську концепцію серії плакатів, що поєднує документальну основу із символічно-образною інтерпретацією. Візуальна мова проєкту базується на використанні контрасту, асиметрії, масштабності та ритму, що формують динамічну композиційну структуру. Центральним образом кожного плаката виступають фрагменти зображень зруйнованих міських ландшафтів, які через засоби візуальної метафори трансформуються у символи втрати, пам'яті та крижкості урбаністичного середовища.

Важливим компонентом проєкту стало колірно-графічне вирішення, побудоване на стриманій кольоровій палітрі з використанням чорного та білого. Окрім того, було додано червоні кольорові акценти та кольорову обробку «Віраж» для фотографій. Такий підхід дозволив створити асоціації з втратою та руїнами, підсилюючи емоційний вплив і концептуальну глибину серії. Контраст світлого і темного виступає засобом акцентування ключових елементів і формування візуальної напруги.

Окрему роль у композиційній організації відіграє негативний простір, який використовується як активний виражальний засіб. Порожні площини підсилюють відчуття втрати та відсутності, створюють паузи для сприйняття

та формують ритмічну структуру плакатів. Взаємодія заповненого і порожнього простору посилює дію візуальної метафори, де «відсутність» набуває змістового значення.

Композиційні рішення серії базуються на принципах асиметрії, динамічного балансу та ієрархії елементів. Пластична експресія досягається через узагальнення форм, фрагментацію зображень та акцентування фактури, що підсилює емоційний характер проєкту. Такий підхід дозволяє трансформувати реальні архітектурні об'єкти у художні образи, що мають узагальнений символічний характер.

Важливим аспектом є типографічне вирішення плакатів. Текстові блоки побудовані з використанням модульної сітки, але мають варіативне розміщення залежно від композиції. Ліве вирівнювання забезпечує зручність читання, а динамічне розташування тексту сприяє інтеграції типографіки у загальну візуальну систему. Особливу увагу приділено дизайну назв міст, які виступають важливими змістовими та композиційними елементами.

Формат плакатів обрано вертикальний, що дозволяє вибудувати чітку візуальну ієрархію та забезпечує природний напрямок зчитування інформації. Такий формат також сприяє гармонійному поєднанню тексту і зображення та підсилює емоційне занурення глядача.

У процесі розробки було створено серію з восьми плакатів, кожен із яких присвячений окремому місту. Всі роботи об'єднані єдиною графічною системою, що забезпечує цілісність і впізнаваність серії. Водночас кожен плакат зберігає індивідуальність через варіативність композиційних і образних рішень.

Отриманий результат є прикладом цілісного дизайнерського проєкту, що демонструє можливості сучасного соціального плаката як засобу осмислення складних суспільних тем. Розроблена серія поєднує художню

виразність і концептуальну глибину, сприяючи формуванню емоційного зв'язку між глядачем і зображенням.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів у сфері графічного дизайну, соціальних комунікацій та освітньої діяльності. Запропоновані підходи можуть бути застосовані при створенні соціально орієнтованих візуальних проєктів, спрямованих на актуалізацію суспільно важливих проблем.

Таким чином, поставлені завдання виконано в повному обсязі, а розроблена серія плакатів «Міста, яких більше немає» є завершеним дизайнерським продуктом, що поєднує теоретичні напрацювання та практичну реалізацію в межах сучасного графічного дизайну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнгейм Р. Мистецтво і візуальне сприйняття: психологія творчого зору. Берклі : University of California Press, 1974. 508 с.
2. Візуальні комунікації та графічний дизайн у сучасному соціокультурному просторі. Черкаси : ЧДТУ, 2019. 65 с.
3. Гула Н., Трикозенко О., Масич І. Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни. 2023. С. 45–49.
4. Маркова О., Полюшкін Д. Суспільний запит на воєнний плакат у період війни. 2024. С. 18–23.
5. Методичні вказівки до виконання наукових досліджень у сфері дизайну. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 48 с.

6. Пушонкова О., П'янзін С. Культура пам'яті у мистецьких рефлексіях війни. 2023. С. 30–35.
7. Радіо Свобода. До та після: як війна змінила українські міста. 2024. С. 2–4.
8. Сосницький Ю. Використання кольору, форми та композиції для створення ефективного художнього образу в соціальному плакаті. 2024. С. 27–32.
9. Сосницький Ю. Метафори та символи в художньому образі соціального плакату: комунікація та вплив. 2024. 8 с.
10. Сосницький Ю. Синестезія в соціальному плакаті: когнітивні механізми впливу. 2023. С. 41–46.
11. Сосницький Ю. Український плакат як інструмент культурної ідентифікації. 2024. С. 52–57.
12. ALIPH. Rapid Damage and Needs Assessment of Ukrainian Communities. 2023. P. 6–11.
13. Assmann J. Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. 320 p.
14. Barnard M. Graphic Design as Communication. London : Routledge, 2005. 256 p.
15. Bertalanffy L. von. General System Theory: Foundations, Development, Applications. New York : George Braziller, 1968. 295 p.
16. Halbwachs M. On Collective Memory. Chicago : University of Chicago Press, 1992. 244 p.
17. Helfand J. Screen: Essays on Graphic Design, New Media, and Visual Culture. New York : Princeton Architectural Press, 2001. 288 p.
18. Kyiv School of Economics. Damages to Ukraine's Infrastructure and Economy Caused by the War. 2024. P. 10–15.

19. Lupton E., Phillips J. C. *Graphic Design: The New Basics*. New York : Princeton Architectural Press, 2015. 248 p.
20. Meggs P. B., Purvis A. W. *Meggs' History of Graphic Design*. Hoboken : John Wiley & Sons, 2016. 704 p.
21. Mirzoeff N. *The Right to Look: A Counterhistory of Visuality*. Durham : Duke University Press, 2011. 408 p.
22. New Lines Institute. *An Independent Legal Analysis of the Russian Federation's Breaches of the Genocide Convention in Ukraine*. 2023. P. 22–28.
23. Poster for Tomorrow : official website. URL: <http://www.posterfortomorrow.org> (дата звернення: 22.04.2026)
24. PosterTerritory. *Ukrainian Wartime Poster Archive*. URL: <https://www.posterterritory.com> (дата звернення: 22.04.2026)
25. Poynor R. *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. New Haven : Yale University Press, 2003. 240 p.
26. The 4th Block International Triennial of Ecological Poster. Official website. URL: <http://the4thblock.org>
27. Titov N. *War Posters of Nikita Titov*. Official portfolio. URL: <https://nikitatitov.com>
28. Ukraine Crisis Media Center (UACrisis). *Destroyed Cities of Ukraine After a Year of Full-Scale Invasion*. 2023. P. 1–5.
29. Карпов В., Сиротинська Н. *Neuroart: мистецтво пізнання людини*. К. НАКККіМ, 2019. 80 с.
30. Карпов В. *Eidetics of the human art in the context of the neuroart // Cultural and Arts Studies of National Academy of Culture and Arts Management*. Lviv-Torun, Liha-Pres, 2019. P. 117 – 133.
31. Карпов, В. В., Лихолат, О. В., Єфімов, Ю. В., Волгін, Ю. Є., & Штрамило, О. В. (2026). *Розвиток ідей українського художнього*

- авангарду першої третини ХХ століття в сучасній графіці Анни Миронової. *Український мистецтвознавчий дискурс*, (1), 134–147. <https://doi.org/10.32782/uad.2026.1.15>
32. Карпов, В. В., Марченко, А. А., & Мельник, М. Т. (2026). Сторителінг як інструмент візуально-комунікативних стратегій сучасного дизайну. *Український мистецтвознавчий дискурс*, (2), 173–179. <https://doi.org/10.32782/uad.2026.2.19>
33. Карпов В.В. Тоталітарне мистецтво та мистецтво спротиву в Україні ХХ століття за дослідженням Олексія Роготченко. *Український мистецтвознавчий дискурс* : наук. журнал, 2025. № 1. С. 118-125.
34. Миронова Г. А., Карпов В. В., Романішина В. О.. Секвенційне мистецтво та дизайн коміксів у жанрі вестерн. *Український мистецтвознавчий дискурс* : наук. журнал, 2025. № 1. С. 138-146.
35. Карпов В.В. Теорія українського авангардного мистецтва Олександра Богомазова. *Український мистецтвознавчий дискурс* : наук. журнал, 2024. № 3. С. 43-53.
36. Карпов В.В. Теорія і практика авангарду українського митця Давида Бурлюка. *Український мистецтвознавчий дискурс* : наук. журнал, 2024. № 4. С. 82-90.
37. Karpov Viktor. Theory and practice of pictorial avant-garde in the creation of the ukrainian artist David Burlyuk. *Studiul Artelor Şi Culturologie: istorie, teorie, practică*. 2024, nr. 1 (46). P. 103-111.
38. Штрамило, О. В., Волгін, Ю. Є., Єфімов, Ю. В., Рибінський, Б. А., & Миронова, Г. А. (2026). Типологія знаків в контексті візуального брендингу: дійсна і хибна. *Український мистецтвознавчий дискурс*, (2), 556–562. <https://doi.org/10.32782/uad.2026.2.61>
39. Лихолат, О. В., Здор, О. Г., & Безпала, М. А. (2026). Ілюстрована енциклопедія як форма візуалізації знань: на прикладі міфологічного

образу дракона. *Український мистецтвознавчий дискурс*, (2), 261–276.
<https://doi.org/10.32782/uad.2026.2.28>

- 40.Скорич, М.-Д. В., Лихолат, О. В., & Миронова, Г. А. (2026). Дизайн книжкового видання як засіб актуалізації класичної літератури в сучасному культурному просторі України. *Український мистецтвознавчий дискурс*, (2), 434–446.
<https://doi.org/10.32782/uad.2026.2.49>
- 41.Кошка А. Д., Здор О. Г., Лихолат О. В. Ілюстрована книга в українському культурному просторі: між традицією та сучасністю (на прикладі авторського дизайну до твору Івана Франка). *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 3. С. 60–69.
<https://doi.org/10.32782/uad.2025.3.8>
- 42.Белікова А. В., Здор О. Г., Лихолат О. В. Артбук як інструмент збереження та популяризації локальної культурної спадщини (на прикладі проєкту «Проскурів. Дні і ночі»). *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 4. С. 17–32.
<https://doi.org/10.32782/uad.2025.4.2>
- 43.Лихолат О. В., Миронова Г. А., Єлисеєва, В. В. Сучасні тенденції в дизайні дитячої книги: від класичної ілюстрації до цифрової інтерактивності (на прикладі «Чарівника країни ОЗ»). *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 5. С. 82–98.
<https://doi.org/10.32782/uad.2025.5.10>
- 44.Лихолат, О. В. Стратегічні вектори професійної підготовки магістрів графічного дизайну в Україні в контексті європейської інтеграції та технологічної трансформації. *Педагогічна Академія: наукові записки*. 2026. № 27. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18813260>
- 45.Karpov V., Syrotynska N. Neuroart in the context of creativity. *Вісник*

Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. К.: НАКККиМ, 2018.

46. Балабуха Н.М., Здор О.Г., Радько К.В. Дизайн книги як проектна робота студентів спеціалізації графічний дизайн університету Грінченка. АРТ-платФОРМА, 2024. 9 (1). с. 304-323.
<https://doi.org/10.51209/platform.1.9.2024>
47. Єфімов Ю. В. Тенденції «яскравого мінімалізму» у сучасному графічному дизайні. Арт-простір. Вип. 5. 2024
48. Єфімов Ю.В. Комп'ютерні технології в дизайні або Adobe двома руками: навч. посіб. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. 120 с.
49. Задніпряний Г. Т. Каліграфія—прекрасна гілка на дереві шрифтів. АРТ-ПРОСТІР, КУБГ, 2018. Вип. 3. с. 13-18.
50. Задніпряний Г. Т. Пошуки художніх рішень в європейській гравюрі доби Відродження. АРТ-ПРОСТІР, КСУБГ, 2024. Вип. 1(4). с. 99-118.
<https://doi.org/10.28925/2519-4135.2024.46>

ДОДАТКИ

Додаток А

Аналіз сучасних візуальних практик



Рис. А.1 — «Ray Gun Magazine Layouts», David Carson, 1992–2000 pp

URL: <https://processandskillsdotcom.wordpress.com/tag/ray-gun-magazine/>



Рис. А.2 — «Підступний удар по Миколаєву», Олег Буганов, 2023 р.

URL: <https://cases.media/case/posteri-shodo-viini-v-ukrayini-2023?srsItd=AfmBOohtScAYGVK7iPAgxyflfC2gk82H-3aiidYAR5f4VidlBxo22Sa>



Рис. А.3 — «Залишусь вдома », Катя Лісова , 2022 р.

URL:<https://milart.ucf.in.ua/posters/zalyschus-vdoma/>

Додаток Б

Історичний контекст



Рис. Б.1 — «Was England Will!», Hofmann C. 1914-1918 pp.

URL:<https://www.iwm.org.uk/collections/item/object/13423>

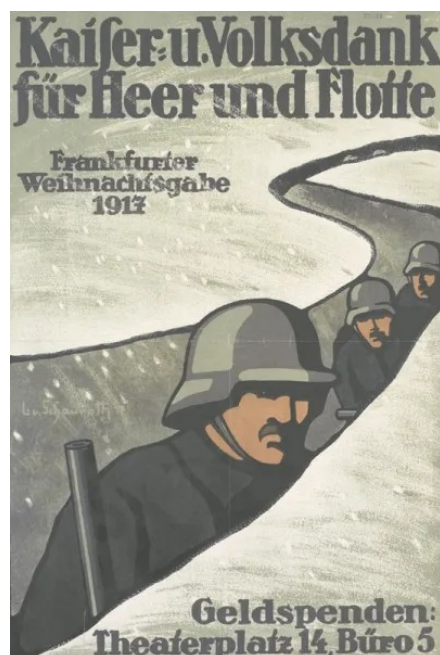


Рис. Б.2 — «Kaiser und Volksdank für Heer und Flotte», von Schauroth L. 1917 p.

URL: <https://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37067>

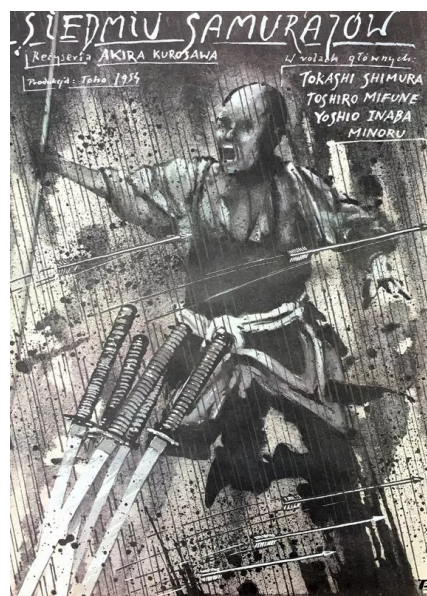


Рис. Б.2 — «The Seven Samurai», Andrzej Pałowski, 1987 p.

URL: https://polishpostergallery.com/poster/pagowski_andrzej_siedmiu_samurajow