

УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра дизайну

«Допускається до захисту»:
Заступник завідуючого
кафедри_Марковський А.І.
«_____»_____202__р.

***ТЕМА ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ
РОБОТИ (ПРОЕКТУ):
Серія соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни»***

Рівень вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	02 Культура і мистецтво
спеціальність	022 Дизайн
спеціалізація	Графічний дизайн
освітня програма	Графічний дизайн

Виконав:
Рибіцький Сергій Сергійович

Керівник випускної роботи:
Бердинських Святослав Олександрович
Завідувач кафедри дизайну, к.т.н., доц.

«З А Т В Е Р Д Ж У Ю» -
Заступник завідуючого кафедри
_____ А.І. Марковський
«29» грудня 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

освітнього ступеня бакалавр

здобувачу (чці) освіти 4 курсу _ *Рибіцькому Сергію Сергійовичу* _____

прізвище, ім'я, по-батькові

1. Тема випускної роботи *Серія соціальних плакатів психологічні наслідки війни* прийнята рішенням засідання кафедри № 4 від «29» грудня 2025 р.
Керівник *Бердинських Святослав Олександрович*, завідувач кафедри дизайну, к.т.н., доц.

прізвище, ім'я, по-батькові, посада, науковий ступінь, звання

2. Вихідні дані до проєкту, які отримав студент *поліграфічна продукція: серія плакатів*.

3. Термін здачі студентом закінченої роботи

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що передбачаються до розробки) *Вступ має висвітлювати сутність та сучасний стан проблем, окресленої в темі роботи, обґрунтувати її актуальність і доцільність дослідження з урахуванням потреб сьогодення та конкретної соціальної ситуації, а також визначити мету проєкту й підкреслювати його значущість у контексті вирішення окресленої проблеми; I розділ – аналіз проєктної практики, II розділ – збір та аналіз вихідних даних, III розділ – проєктні рішення, засоби візуальної реалізації; загальні висновки.*

5. Перелік матеріалів графічної частини: *графічний альбом формату А3 (серія плакатів, концептуальні композиції, візуалізації), презентація диплому у програмі POWERPOINT (не менше 12 слайдів), Засобами графічної графіки та візуальної комунікації потрібно повністю розкрити зміст проєкту і довести доцільність прийнятих рішень.*

Завдання видано до виконання _____ «29» грудня 2025 р.

Завдання прийнято до виконання _____ «29» грудня 2025 р.

6. Календарний план

№ пп	Найменування етапу випускної кваліфікаційної роботи	Термін його виконання	Примітка
1	Затвердження теми кваліфікаційної роботи	29.12. 2025р.	
2	Завершення вступної частини та аналітичного розділу роботи	15.02. 2026р.	
3	Затвердження проєктної концепції роботи	27.02. 2026р.	
4	Завершення проєктного розділу	19.03. 2026р.	
5	Завершення роботи над візуалізаціями, формулювання висновків	07.04. 2026р.	
6	Оформлення роботи. Подача розділів кваліфікаційної роботи на антиплагіатну перевірку	09.05. 2026р.	
7	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування	24.05. 2026р.	
8	Попередній захист кваліфікаційних робіт	27.05. 2026р.	
9	Захист кваліфікаційної роботи	09.06. 2026р	

КЕРІВНИК ВИПУСКНОЇ РОБОТИ

Бердинських Святослав Олександрович

« 29» грудня 2025 р.

СТУДЕНТ-ВИПУСКНИК

Рибіцький Сергій Сергійович

«29» грудня 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	1
РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ ТА ВІЗУАЛІЗАЦІЙ ПСИХОЛОГІЧНИХ СТАНІВ.....	4
1.1. Аналіз наукових літературних джерел.....	4
1.2. Специфіка дизайну соціальних плакатів та візуальної комунікації.....	11
1.3. Візуальні засоби передачі емоцій та психологічних станів у графічному дизайні.....	17
<i>Висновки до 1 розділу.....</i>	<i>22</i>
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИХІДНИХ ДАНИХ.....	25
2.1. Аналіз психологічних станів як основи для візуального образу.....	25
2.2. Аналіз аналогів соціальних плакатів.....	30
2.3. Визначення цільової аудиторії та особливості її візуального сприйняття.....	36
2.4. Визначення концепції та підбір графічних засобів.....	39
<i>Висновки до 2 розділу.....</i>	<i>42</i>
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СЕРІЇ ПЛАКАТІВ «ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙНИ».....	45
3.1. Розробка візуальної концепції та стилістики.....	45
3.2. Розробка серії плакатів.....	51
3.3. Художньо-графічна презентація серії плакатів «Психологічні наслідки війни».....	59
<i>Висновки до 3 розділу.....</i>	<i>61</i>
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68
ДОДАТКИ.....	73

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сучасних соціально-політичних викликів, зокрема повномасштабної війни в Україні, питання психологічного здоров'я населення набуває особливої актуальності. Воєнні події спричиняють значний вплив не лише на фізичний стан, але й на емоційно-психологічну сферу людини, формуючи такі стани, як депресія, посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), тривожність, емоційне оніміння та втрата ідентичності. Ці явища часто залишаються невидимими для оточення, однак мають глибокі та тривалі наслідки для особистості.

У контексті особливого значення набувають засоби візуальної комунікації, зокрема соціальний плакат як ефективний інструмент для впливу на суспільну свідомість. Завдяки поєднанню графічних елементів, кольору, композиції та символіки, плакат здатен швидко та емоційно донести складні психологічні стани, привернути увагу до проблеми та сприяти формуванню емпатії у глядача.

Сучасний графічний дизайн відкриває широкі можливості для візуалізації внутрішні переживань людини через метафоричні образи, деформації форм, контрастні колірні рішення та експресивну типографіку. Саме тому створення серії соціальних плакатів на тему психологічних наслідків війни є актуальним і важливим напрямом, що поєднує мистецтво та соціальну відповідальність.

Мета дослідження – розробка серії плакатів «Психологічні наслідки війни», що візуально відображає ключові психологічні стани людини в умовах воєнного часу, з урахуванням принципів сучасного графічного дизайну, особливостей візуального сприйняття та емоційного впливу на глядача.

Завдання дослідження :

- Дослідити наукові джерела з теми психологічних наслідків війни;
- Проаналізувати особливості дизайну соціальних плакатів та їх роль у візуальній комунікації;
- Визначити основні психологічні стани для візуалізації;
- Провести аналіз аналогів соціальних плакатів;

- Сформувати концепцію серії плакатів та підібрати графічні засоби її реалізації;
- Розробити ескізи та створити фінальні варіанти плакатів відповідно до обраної концепції.

Об'єкт дослідження – соціальний плакат як засіб візуальної комунікації.

Предмет дослідження – особливості графічного дизайну серії соціальних плакатів на тему психологічних наслідків війни.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс теоретичних і практичних методів, зокрема: аналіз наукових джерел, порівняльний аналіз аналогів, системно-структурний та композиційний аналіз. Практична частина виконана із застосуванням графічних редакторів, зокрема Adobe Photoshop.

Елемент наукової новизни. Полягає у розробці авторської серії соціальних плакатів, спрямованих на візуалізацію психологічних наслідків війни через метафоричні образи та сучасні графічні засоби. Запропоновано індивідуальний підхід до передачі емоційних станів людини засобами графічного дизайну, що дозволяє поєднати художню виразність із соціальною значущістю.

Практичне значення одержаних результатів. Розроблена серія плакатів може бути використана у соціальних кампаніях, інформаційних проєктах, освітніх та виставкових середовищах з метою підвищення обізнаності щодо проблеми психологічного здоров'я. Матеріали дослідження можуть бути застосовані у навчальному процесі для студентів спеціальності «графічний дизайн».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні основи дизайну соціальних плакатів та особливості візуалізації психологічних станів. У другому розділі проведено аналіз психологічних станів, аналогів соціальних плакатів, визначено цільову аудиторію та сформовано концепцію серії. Третій розділ присвячено розробці та реалізації серії плакатів, опису їх візуальних рішень і художньо-

графічній презентації. Загальний обсяг роботи становить 83 стор.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРИТИЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ ТА ВІЗУАЛІЗАЦІЙ ПСИХОЛОГІЧНИХ СТАНІВ

1.1. Аналіз наукових літературних джерел

Аналіз наукових матеріалів дає змогу скласти цілісну картину психологічних наслідків війни та можливості їх візуалізації за допомогою графічного дизайну. Розглянуті праці можна умовно поділити на три основні групи: дослідження в галузі психології травми, дослідження з теорії графічного дизайну та джерела, що спеціалізуються на візуальній комунікації.

До першої групи належать праці зарубіжних дослідників зокрема, J. Herman та B. van der Kolk [1; 2]. У цих дослідженнях розкривається природа травми, механізми її формування та основні прояви, серед яких посттравматичний стресовий розлад, депресія, тривога. Особливу увагу приділено впливу тривалих стресорів на психіку людини та адаптаційним процесам у кризових ситуаціях. Дослідження міжнародних організацій, доповнюють ці підходи систематизованими класифікаціями психічних захворювань та рекомендаціями щодо роботи з ними [17; 21].

Другу групу складають дослідження з теорії графічного дизайну, особливо дослідження P.B. Meggs та E. Lupton [3; 4]. Ці ресурси пояснюють еволюцію графічного дизайну, основні принципи композиції, типографіки та кольору. Важливо розуміти дизайн як засіб комунікації, це дозволяє не тільки оформляти інформацію, а й передавати емоційні та змістовні повідомлення.

Третю групу складають роботи, присвячені візуальній комунікації та соціальному плакату, виділяються дослідження M. Brandar та P. Lester [6; 9]. Ці роботи досліджують роль візуальних образів у формуванні суспільної свідомості, принципи сприйняття образів і значення символіки в передачі складних ідей. Автори зазначають, що візуальна мова є ефективним інструментом впливу, особливо в ситуаціях інформаційного перевантаження.

Аналіз українських матеріалів з графічного дизайну, особливо творчості В.Я. Даниленка, В. Косіва [12; 13] та інших дослідників свідчать про формування національної візуальної ідентичності та розвиток дизайну із соціальною місією. Ці роботи підкреслюють важливість поєднання художніх традицій із сучасними підходами до візуальної комунікації.

Таким чином, аналіз наукового матеріалу підтверджує, що питання психологічного впливу війни є актуальним і багатограним, а соціальний плакат є ефективним засобом його візуалізації. Отримані теоретичні положення послужили основою, для подальшого формування концепції серії соціальних плакатів. Соціальний плакат, як засіб візуальної комунікації має історію розвитку та є важливим інструментом впливу на свідомість людей. В українському контексті становлення платного мистецтва відбувалося під впливом, як європейських художніх традицій, так і суспільно-політичних процесів, які визначали його зміст і функціональне призначення [3; 10].

Плакат, як унікальний вид графічного мистецтва, виник наприкінці 19 — початку 20 ст., коли розвиток друкарства уможливив масове відтворення візуальних повідомлень. Період початку 20 ст. став часом активного розвитку плакату, особливо період революційних подій і формування нових політичних систем, під час якого переважали агітаційно-пропагандистські функції, спрямовані на формування громадської думки. За радянських часів плакат отримав широке поширення, як один із основних засобів впливу на ідеологію, його використовували для поширення ідей держави, мобілізації населення, формування певної моделі соціальної поведінки. Водночас саме в цей період формуються основні принципи дизайну плакату: лаконічність, виразність образу, використання символіки та контрасту [3].

Із здобуттям незалежності український плакат почав змінюватися, поступово виходячи з жорстких ідеологічних рамок і набуваючи більшої мистецької свободи. З'являться нові теми, пов'язані з соціальними проблемами, культурною ідентичністю, правами людини та екологією. Саме в цей період сформувалася концепція соціального плакату, як окремого графічного

дизайнерського напрямку [12; 13].

Особливого розвитку український соціальний плакат набув у 21 столітті, зокрема в умовах суспільних трансформацій і кризових явищ. Революційний процес поряд з війною став потужною силою розвитку візуальної культури, в якій плакат відіграє важливу роль, як засіб швидкої комунікації та емоційного впливу. Сучасні українські дизайнери активно використовують плакати для висвітлення актуальних тем, таких як війна, психічне здоров'я, соціальна відповідальність та національна ідентичність. Соціальний плакат визначається, як тип графічного дизайну, який поєднує текстові та графічні елементи з метою передачі соціально важливої інформації та впливу на свідомість і поведінку глядачів. На відміну від комерційних плакатів, їхня основна мета – не реклама товарів чи послуг, а формування соціальних цінностей, підвищення обізнаності та стимулювання певних дій та думок.

Для соціальних плакатів характерні лаконічність, чіткість повідомлення, емоційна виразність та використання метафоричних образів. Ключову роль відіграє здатність плакату швидко привернути увагу та передати зміст за короткий проміжок часу, що особливо актуально в умовах сучасної інформаційної перевантаженості. У сучасному українському контексті соціальні плакати все частіше поєднують традиційні художні техніки з новими цифровими технологіями. Більшість плакатів створюється з розрахунком на їх подальше поширення в цифровому середовищі, особливо в соціальних мережах. Це впливає на формат, структуру та візуальну мову, дозволяючи адаптуватися до більш динамічного та швидкого сприйняття [8; 9].

Тому український соціальний плакат є важливим елементом сучасної візуальної культури, що поєднує історичні традиції та актуальні суспільні потреби. Його розвиток відображає соціальні зміни, впливає на формування громадської думки та є ефективним інструментом комунікації, який може підвищити суспільну обізнаність.

Нікіта Кадан є одним із провідних сучасних українських митців і дизайнерів, його творчість тісно пов'язана з тематикою суспільно-політичних

проблем [30]. Його роботи часто піднімають питання про історичну пам'ять, війну, травми та суспільну деформацію.

У своїй творчості Кадан використовує принципи концептуального мистецтва, поєднуючи графічні елементи з документальними мотивами [30]. Для нього характерна стриманість, мінімалізм і глибокий символізм, він часто використовує обмежену кольорову палітру, що підсилює драматизм образів, що продемонстровано на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Нікіта Кадан. Фрагмент серії «Промінь входить у ґрунт», 2022
(джерело: [30])

Для стилю Кадана характерне використання фрагментованих образів, архітектурних форм, слідів руйнації, як метафор соціальних процесів. Його роботи не дають прямих відповідей, а спонукають глядача до роздумів та інтерпретацій. Такий підхід характерний для сучасних соціальних плакатів, які орієнтовані не лише на інформацію, а й на глибоку емоційну та інтелектуальну взаємодію з аудиторією [8; 9].

Андрій Єрмоленко – український художник і графічний дизайнер, який

отримав широку популярність у сфері соціально-патріотичного плакату завдяки своїм роботам, особливо з 2014 року [31; 32].

Як видно на рис. 1.2., його творчість характеризується яскравою візуальною мовою, використанням національної символіки і яскравою емоційною привабливістю. Єрмоленко активно працює з образами, які мають чітке та зрозуміле для глядача значення, як-от національні символи, історичні алюзії, культурні коди [31].



Рис. 1.2. Андрій Єрмоленко. Соціальний плакат, присвячений чемпіонату світу з футболу FIFA World Cup Russia 2018, що відображає тему насильства та репресій (джерело: [31])

Стиль художника характеризується колірними контрастами, як показано на рис. 1.2., динамічна композиція та використання декоративних елементів. Плакати часто містять чіткі повідомлення та спрямовані на швидке сприйняття, що робить їх ефективним інструментом масової комунікації [9].

Ключовою особливістю є поєднання традиційних мотивів і сучасних дизайнерських прийомів, що дозволяє створювати візуальні образи, актуальні і зрозумілі широкій аудиторії [12; 13].

Олександр Грехов – сучасний український ілюстратор і дизайнер, відомий

своїми соціальними та культурними проєктами, які поєднують мистецтво з актуальними соціальними темами [33; 34]. Його роботи часто мають іронічний або критичний характер, а також спрямовані на переосмислення соціальних явищ.

Як видно з рис. 1.3., Стиль Грехова вирізняється яскравою кольоровою палітрою, спрощеними формами та виразною графічністю. Він активно використовує метафори, гумор і візуальний контраст, щоб передати складні ідеї у доступній для кожного формі [9]. Відмінною рисою його творчості є вміння поєднувати серйозні теми з легкими, часом провокативними подачами. Це дозволяє привертати увагу широкої аудиторії та стимулювати дискусію навколо важливих соціальних проблем [34].



Рис. 1.3. Олександр Грехов. Соціальний плакат із використанням іронії та сучасної інтерпретації релігійного образу (джерело: [33])

У контексті соціального плаката творчість Грехова демонструє ефективність використання сучасної візуальної мови, що продемонстровано на рис. 1.3., зосередженої на швидкому сприйнятті, особливо в цифровому середовищі [6; 9].

Війна є одним із найпотужніших стресових факторів, які впливають на

психічний стан людини, вона руйнує базове відчуття безпеки, стабільності та передбачуваності життя, викликає глибокі психологічні зміни, як у військових, так і серед цивільного населення. У сучасному контексті, зокрема в Україні, питання психологічних наслідків війни є особливо актуальним і потребує поглибленого дослідження [15; 16].

Наукові дослідження в галузі психології показали, що вплив війни на психіку людини є комплексним і довготривалим [1; 2]. Психологічна травма є наслідком переживання або спостереження за небезпечною для життя подією, такою як: бойові дії, втрата близької людини, вимушена міграція або порушення звичного способу життя.

Одним із найбільш вивчених і поширених станів є посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), що виникає, як реакція на травматичну подію і характеризується повторним переживанням травми у формі нав'язливих спогадів, флешбеків і нічних кошмарів [18; 20]. Людина може уникати ситуацій або предметів, які нагадують їй про травму, або також може відчувати постійну напругу і труднощі з концентрацією уваги.

Крім посттравматичного стресового розладу, широкого поширення набула депресія, що проявляється зниженням настрою, втратою інтересу до життя та почуттям безнадії [22; 24]. У контексті воєнних подій, депресія часто супроводжується відчуттям безпорадності та втрати контролю над власним життям.

Іншим важливим психологічним наслідком війни є тривожний розлад, який проявляється у вигляді постійного відчуття небезпеки та напруги [23]. Хронічний тривожність може супроводжуватися такими фізіологічними симптомами, як порушення сну та труднощі з розслабленням.

Особливу увагу наукові джерела приділяють феномену емоційного оніміння, яке характеризується втратою здатності відчувати емоції [2]. Хоча цей стан часто діє, як захисний механізм для психіки, він негативно впливає на якість життя в довгостроковій перспективі.

Не менш важливим є стан втрати ідентичності внаслідок глибоких змін у

суспільстві та порушення звичних життєвих ролей [2].

Дослідники підкреслюють, що психологічні наслідки війни мають різний характер залежно від соціальної групи [14; 25], у військових частіше спостерігається тяжкі форми ПТСР, в той час тривожність та депресія переважають у цивільного населення. Особливо слід відзначити вплив інформаційного середовища на психічний стан людини, постійне споживання новин і інформаційне перевантаження можуть посилити тривожність і призвести до психологічного вигорання [14]. Важливим аспектом є тривалість впливу збудника стресу, затяжний характер війни призводить до накопичення психологічного напруження та ускладнює процес адаптації [1].

У наукових джерелах наголошується на необхідності підвищення рівня обізнаності населення щодо психологічних наслідків війни [26; 27]. Одним з ефективних методів є використання методів візуальної комунікації [9]. Соціальні плакати є потужним інструментом впливу на суспільну свідомість, оскільки можуть передавати складні психологічні стани через зображення, символи та композиції [7].

Аналіз джерел виявляє глибокий і багатогранний вплив війни на психічний стан людини. У цьому контексті графічний дизайн та соціальні плакати є важливими засобами комунікації, які поєднують наукове розуміння проблеми з художніми засобами її вираження.

1.2. Специфіка дизайну соціальних плакатів та візуальної комунікації

Соціальні плакати є одним із найважливіших інструментів візуальної комунікації, спрямованої для формування громадської думки та привернення уваги до актуальних соціальних питань. У сучасному інформаційному просторі, яке відрізняється високою швидкістю передачі та сприйняттям інформації, плакат виконує функції, які швидко й ефективно доносять зміст широкій аудиторії [9].

Відмінною рисою соціальних плакатів є їх некомерційна природа, на

відміну від рекламного дизайну, який зосереджений на просуванні товару або послуг, соціальні плакати спрямовані впливання на свідомість людей, формування у них цінностей і моделей поведінки. Він не лише надає інформаційну, а й виконує виховну функцію, яка сприяє розвитку критичного мислення та соціальної відповідальності [6].

У рамках дослідження соціальний плакат розглядають, як інструмент візуалізації психологічних наслідків війни, це передбачає передачу складних внутрішніх станів людини, таких як тривожність, депресія, посттравматичний стресовий розлад, емоційне оніміння та втрату ідентичності через візуалізацію образів. Такі психологічні наслідки є невидимими у фізичному сенсі, тому їх репрезентація вимагає використання метафоричних і символічних засобів [7].

Лаконічність і швидкість сприйняття

Однією з найважливіших характеристик соціального плакату є власна лаконічність, умови сучасного інформаційного перевантаження вимагають від графічного дизайну та дизайну загалом, максимально швидкого донесення інформації. Глядач витрачає лише кілька секунд свого дорогоцінного часу на сприйняття зображення, тому плакат має бути зрозумілим і виразним з першого погляду.

Як зазначає П. Лестер, візуальні образи сприймаються набагато швидше, за типографічні повідомлення, що робить їх ефективним засобом комунікації [9].

Прикладом ефективного використання мінімалізму є соціальні плакати тема яких полягає у психічному здоров'ю (рис. 1.4), обмежена кількість візуальних елементів дозволяє зосередити увагу на головному повідомленні. Ось чому типографіку у соціальних плакатах часто зводять до мінімуму, або взагалі не використовують, а основне візуальне навантаження припадає графічні елементи [5; 10].



Рис. 1.4. Соціальний плакат на тему психічного здоров'я, виконаний у мінімалістичному стилі

Метафоричність і символізм

Автори соціальних плакатів активно передають складні психологічні стани використовуючи метафори та символи, що дозволяє передати глибокий зміст завдяки простоті та зрозумілості образу.

Наприклад:

- роздвоєне обличчя – внутрішній конфлікт,
- порожній простір – самотність,
- деформація силуету – психологічна травма,
- тіні – страх чи минуле.

Як описує Д. Кров, символи та знаки відіграють важливу роль у візуальній комунікації, оскільки вони дозволяють передавати складні ідеї у стислому вигляді [7].

Як видно з рис. 1.5, використання метафоричних зображень дозволяє візуалізувати внутрішні переживання людини, зокрема її психологічні стани, прямого фізичного прояву якого вони не мають.



Рис. 1.5. Соціальний плакат, що використовує метафоричний образ для передачі психологічного стану людини

Композиційні особливості

Композиція соціальних плакатів підпорядковується принципам акценту та візуальної ієрархії. Основна думка повинна бути зосереджена на одному ключовому елементі, який одразу привертає увагу глядача. Можна виділити такі основні прийоми композиції:

- центрова композиція,
- використання негативного простору,
- контраст масштабу,
- асиметричність.

Як зазначає М. Берnard, композиція визначає, як сприймається образ і

утворюється взаємозв'язок між його елементами [6].

Роль кольору у соціальному плакаті

Колір є одним із найпотужніших інструментів впливу на емоції, у соціальному плакаті він не лише виконує свою роль, як декоративний елемент, а також як засіб передачі настрою та психологічного стану. У контексті теми війни чорний – смерть або втрата, червоний – біль та небезпека, сірий – апатія, білий – пустота.

Як зазначає Е. Луптон, колір здатен викликати у глядача миттєву емоційну реакцію та формувати загальне сприйняття зображення [4; 11].

Типографіка, як емоційний інструмент

Типографіка соціального плакату виконує не лише інформативну, а й експресивну функцію, деформація, зміна інтервалів, хаотичне розташування тексту можуть передавати стани напруги, тривожності або дезорієнтації. Шрифт стає частиною композиції та взаємодіє з іншими елементами, щоб підсилити загальне повідомлення плакату [4].

Вплив цифрових технологій

Розвиток сучасних цифрових технологій значною мірою вплинув на дизайн соціального плакату. Використання сучасного програмного забезпечення дозволяє створювати складні візуальні рішення та комбінувати різні техніки, з яких можна виділити: цифрову ілюстрацію, фотоколажі, 3D-графіку, змішані техніки. Зростання цифрового середовища також вплинуло на розповсюдження плакатів. Основною демонстраційною платформою стали соціальні мережі, вимагаючи від графічних дизайнерів адаптувати свої витвори до екранів різних пристроїв [8; 10].

Емоційний вплив та емпатія

Однією з ключових функцій соціального плакату є формування емоційного відгуку. На відміну від інформаційних повідомлень, він звертається до емоцій людини, викликаючи співпереживання та емпатію.

Соціальний плакат на воєнну тематику (рис. 1.6) справляє емоційний вплив, який досягається через використання контрастних образів, символізму та психологічного напруження. Як зазначають дослідники, візуальні образи мають здатність напряду впливати на емоційну сферу людини, оминаючи раціональне осмислення [7]. Це особливо важливо у темі психологічних наслідків війни, оскільки: більшість проблем є невидимими, їх складно описати словами, а також для розголосу вони потребують емоційного підсилення.



Рис. 1.6. Соціальний плакат на тему війни, що передає психологічний стан через контрастну композицію та символічні образи

Соціальний плакат, як інструмент впливу

Соціальний плакат несе за собою не лише інформативну функцію, а й впливову, він здатен формувати суспільну думку, змінювати ставлення до проблем, а також ескалювати дискусію. В даному контексті, він виступає, як інструмент для соціальної взаємодії між автором і глядачем [8]. Специфіка дизайну соціальних плакатів полягає в поєднанні лаконічності, метафоричності, емоційності і функціональності. Використання кольору,

композиції, типографіки та символічності дає змогу створювати ефективні візуальні повідомлення та звернення, здатні впливати на глядачів. У контексті теми психологічних наслідків війни, соціальний плакат виступає, як важливий інструмент візуалізації внутрішніх станів людини, що забезпечує підвищення обізнаності та формуванню емпатії у суспільства [28; 35].

1.3. Візуальні засоби передачі емоцій та психологічних станів у графічному дизайні

Передача емоцій і психологічних станів у графічному дизайні є важливим аспектом візуальної комунікації, який не лише надає інформацію, а й формує емоційний зв'язок між зображенням і глядачем. Через що, для соціальних плакатів ця функція має особливе значення, оскільки його мета – впливати на свідомість людей, формувати емпатію та привертати увагу до актуальних соціальних проблем. У контексті теми психологічних наслідків війни дизайн виступає засобом візуалізації внутрішніх переживань, які часто непомітні у фізичному світі [9].

Психологічні стани, такі як депресія, тривога, посттравматичний стресовий розлад, емоційне оніміння та втрата ідентичності, можна охарактеризувати, як складні та багатогранні. Оскільки вони не мають чіткого зовнішнього представлення, їх передача у графічному дизайні вимагає використання образів, символів і узагальнених метафор. Візуальна мова дизайну дозволяє нам передати наші внутрішні емоції у зрозумілі образи, які глядач може інтерпретувати на емоційному рівні [7].

Психологія кольору, як засіб емоційного впливу

Колір є одним із найсильніших засобів впливу на емоційний стан людини, його сприйняття відбувається на підсвідомому рівні, що робить його ефективним інструментом для передачі емоційного стану та настрою. У графічному дизайні колір використовується не тільки для створення естетичного вигляду, а й для формування смислового навантаження [11].

Прикладом використання кольору, як основного засобу впливу на емоції є соціальний плакат на тему психічного здоров'я (рис. 1.7). який використовує обмежену палітру кольорів, що дозволяє посилити відчуття тривоги та пригніченості.



Рис. 1.7. Соціальний плакат, у якому колір використовується як основний засіб передачі емоційного стану

Соціальні плакати на воєнну тематику часто обмежують свою колірну палітру декількома ключовими відтінками, що дозволяє їм зосередити увагу глядача на головному повідомленні. Чорний колір асоціюється зі смертю, втратою та порожнечою, червоний – з болем, небезпекою та агресією, а сірий – з апатією та душевною пригніченістю. Використання контрастних поєднань посилює напругу і створює відчуття тривожності [4; 11].

При цьому важливий не тільки вибір кольору, але і його насиченість, яскравість і взаємодія з іншими кольорами. Приглушені тони можуть виражати стан емоційного виснаження, а різкий контраст – внутрішній конфлікт або психологічне напруження.

Форма, лінія та пластика образу

Форми та лінії є базовими елементами графічного дизайну, які визначають характер зображення та його емоційний вплив. Різкі, ламані, нерівні лінії

створюють відчуття нестабільності, тривоги, напруги, тощо., в той час, як округлі форми асоціюються зі спокоєм або, навпаки, емоційною інертністю. Спотворення форми – один із найефективніших способів передачі психологічного стану, спотворення обличчя, порушення пропорцій тіла, «розчинення» або фрагментація об'єкта дає можливість візуалізувати внутрішній дискомфорт, втрату контролю та ідентичності. Такі прийоми активно використовуються в соціальних плакатах для створення сильного емоційного ефекту та привернення уваги глядачів [7].

Композиція, як інструмент керування сприйняттям

Композиція визначає спосіб організації візуальних елементів і безпосередньо впливає на сприйняття зображення, вона формує візуальну ієрархію, визначає напрямок погляду та створює загальну емоційну атмосферу. Доволі часто у соціальному плакаті використовуються такі композиційні прийоми, як: асиметрія, що створює відчуття дисбалансу; негативний простір, який підкреслює самотність або пустоту; перевантаження елементами, що передає хаос та тривогу; контраст масштабу, який підсилює драматизм.

Як зазначає М. Барнард, композиція є ключовим елементом у формуванні семантичних та емоційних зв'язків між елементами зображення [6].

Типографіка, як носій емоційного змісту

Типографіка в сучасному графічному дизайні виконує не тільки функцію передачі інформації, а й функціонує, як повноцінний візуальний елемент. Шрифти можуть передати індивідуальність, настрій і навіть психологічний стан, у соціальних плакатах для цього часто застосовують деформацію літер, хаотичне розташування тексту, зміну інтервалів а також застосовують контрастні шрифти. Такі рішення дозволяють посилити емоційний вплив і збільшити виразність повідомлення. Як зазначає Е. Луптон, типографіка здатна формувати емоційне сприйняття так само ефективно, як і зображення [4].

Метафора та символ, як основа візуальної мови

Метафори є одним із найважливіших засобів передачі психологічних станів, складні внутрішні переживання можна передати простими, легкими для

розуміння образами.

Такими як:

- тріщини – психологічна травма,
- тінь – страх або минуле,
- маска – приховані емоції,
- роздвоєння – внутрішній конфлікт [7].

У свою чергу символи, дозволяють швидко читати зміст і формувати асоціативні зв'язки, що дозволяє зменшити обсяг типографіки та зробити повідомлення більш універсальним [8]. Як видно на рис. 1.8, використання образних образів дає змогу через символічну форму передати внутрішні переживання людини, значно посилюючи емоційний вплив образу.



Рис. 1.8. Соціальний плакат із використанням візуальної метафори для передачі психологічного стану

Фрагментація, абстракція та деформація

У сучасному графічному дизайні активно використовуються методи абстракції та фрагментації, розбиваючи образи на частини, накладаючи

елементи, розмиваючи або деформуючи об'єкти. Ці техніки створюють багатошарові зображення, які дозволяють глядачам самотійно інтерпретувати зміст плакату [5].

У реаліях сучасного графічного дизайну (рис. 1.9) спотворення та фрагментація образу використовуються для вираження таких станів, як втрата ідентичності, внутрішній занепад, емоційне виснаження [5; 7].



Рис. 1.9. Соціальний плакат, що використовує деформацію образу для передачі психологічного

Взаємодія елементів і цілісність образу

Ефективність візуального повідомлення залежить від гармонійної взаємодії всіх елементів, колір, форма, композиція, типографіка та символіка повинні працювати як система та підсилювати один одного. Синергія цих елементів дозволяє створити цілісне зображення, яке справляє сильний емоційний вплив і залишається в пам'яті глядача [3; 10].

Емоційний вплив у сучасному інформаційному середовищі

У сучасному світі люди постійно стикаються з великою кількістю візуальної інформації. В таких умовах дизайн повинен не тільки привертати

увагу, але зосереджувати та утримувати її. Цього можна досягти завдяки нестандартним рішенням, контрасту, провокаційним образів, потужних емоційних тригерів. Соціальні плакати, які апелюють до емоцій, мають набагато більший вплив, ніж плакати, що лише передають інформаційну функцію [9].

Візуальний засіб передачі емоцій у графічному дизайні – це складна система, яка включає колір, форму, композицію, типографіку, метафору та символіку, їх поєднання дає змогу ефективно передати психологічні стани і формувати емоційну реакцію у глядача. У контексті теми психологічних наслідків війни ці інструменти відіграють важливу роль, оскільки дозволяють зрозуміти та конкретизувати невидимі внутрішні переживання людей через візуальні образи [7; 9].

Висновки до 1 розділу

У першій частині кваліфікаційної роботи було проведено комплексний теоретичний аналіз з метою формування загальної картини уявлення про специфіку дизайну соціального плакату та особливостей візуалізації психологічних станів за допомогою графічного дизайну. Це дослідження було зосереджено, як на наукових матеріалах із галузі психології, так і на дослідженнях, специфічних для графічного дизайну та візуальної комунікації, що дозволило розглянути це питання з міждисциплінарного аспекту [1; 6].

В межах першого підрозділу було проаналізовано науковий матеріал, присвячений психологічним наслідкам війни. Встановлено, що війна є потужним психотравмуючим фактором, який впливає на психічний стан людини та викликає різноманітні психологічні зміни. Серед них особливе місце займають такі симптоми, як депресія, посттравматичний стресовий розлад, тривога, емоційне оніміння та втрата особистості. Встановлено, що ці стани мають комплексний і стійкий характер, а вираженість симптомів змінюється в залежності від соціальної ситуації та індивідуальних особливостей. Важливо, що більшість із зазначених психологічних змін є непомітними для оточення, що

ускладнює сприйняття оточення та потребує додаткових засобів візуалізації.

У другому підрозділі розглянуто специфіку дизайну соціальних плакатів, як одного з основних засобів візуальної комунікації. Встановлено, що соціальні плакати відрізняються від інших видів графічного дизайну своєю некомерційною спрямованістю та зосередженості на вихованні суспільної свідомості. Його основна мета – не лише інформувати, а й впливати на емоційний стан глядача, стимулювати розуміння суспільних проблем та сприяти формуванню відповідного ставлення до них [6; 9].

Під час аналізу визначено основні принципи створення соціального плакату: стислість, виразність, образність, спрямованість на швидку впізнаваність. Композиція, колір, типографіка, символіка тощо. Встановлено, що ефективність соціальних плакатів значною мірою залежить від уміння об'єднати ці елементи в одну цілісну систему для забезпечення зрозумілості та емоційного впливу візуального повідомлення.

Іншим аспектом дослідження стало вивчення сучасних тенденцій розвитку графічного дизайну в сфері соціального плакату. Виявилося, що сучасний дизайн характеризується активним використанням цифрових технологій, змішаної техніки та нових підходів до візуального представлення інформації. Велика увага приділяється адаптації плаката до цифрового середовища, впливу на його композицію, формат і те, як він сприймається. Мінімалізм, використання сильних візуальних образів, експериментування з формою та кольором є характерними рисами сучасного соціального плакату [8; 10].

У третьому підрозділі розглядалися візуальні засоби передачі емоцій і психологічних станів у графічному дизайні. Встановлено, що передача внутрішнього досвіду людини відбувається через комплекс взаємопов'язаних елементів, у яких важливу роль відіграють колір, форма, композиція, типографіка, метафора та символіка. Кожен із цих факторів має власний вплив на розпізнавання зображень, але їх ефективність значно зростає при комплексному використанні.

Колір, зокрема, є одним із основних засобів впливу на емоції, він може

викликати миттєву реакцію та формувати загальний настрій композиції. Форми і лінії визначають характер зображення і можуть передати стан напруги, тривоги або, навпаки, емоційної пригніченості. Композиція впливає на те, як інформація сприймається, і створює візуальну ієрархію, тоді як типографіка виконує емоційну та інформаційну функцію. Використання метафор і символів особливо важливо, оскільки вони можуть передати складні психологічні стани через узагальнені образи [4; 7].

Було виявлено, що використання таких методів, як спотворення, фрагментація та абстракція, дозволяє ефективно передавати складні внутрішні процеси, особливо втрату ідентичності, емоційного оніміння та внутрішнього конфлікту. Такі візуальні рішення створюють більш глибокий емоційний вплив і сприяють активному включенню глядача в процес інтерпретації образу.

Проведений теоретичний аналіз підтверджує, що графічний дизайн, зокрема соціальний плакат, є ефективним засобом візуалізації психологічних наслідків війни. Поєднуючи наукові підходи до розуміння психологічних процесів із художніми засобами їх відображення, дає змогу створювати візуальні образи, які не лише інформують, а й викликають глибокий емоційний відгук [6; 9].

Отримані результати дослідження формують ґрунтовну теоретичну основу для подальшої розробки серії соціальних плакатів, спрямованих на висвітлення психологічних наслідків війни. Виявлені графічні принципи та засоби будуть використані в практичній частині роботи для створення цілісної концепції, яка поєднує естетичну виразність із глибоким змістовним контекстом, сприяючи формуванню емпатії та усвідомленню важливості психологічного стану людини в умовах війни.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИХІДНИХ ДАНИХ

2.1 Аналіз психологічних станів як основи для візуального образу

Важливим кроком у рамках даного дослідження є аналіз психологічних станів, що виникають внаслідок війни, як основи для формування візуальних образів соціальних плакатів. Оскільки тематика роботи пов'язана з візуалізацією внутрішніх переживань людини, необхідне глибоке розуміння сутності цих станів, їх проявів та особливостей сприйняття. Психологічні наслідки війни складні та багатогранні, вони формуються під впливом тривалого стресу, небезпеки, втрати, невизначеності та призводять до порушення емоційної рівноваги людини. Специфіка таких станів полягає в їх внутрішній природі, що ускладнює безпосереднє спостереження та потребує використання узагальнених і символічних засобів для їх візуалізації [1; 2].

У рамках цього дослідження було визначено п'ять ключових психологічних станів: депресія, посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), тривожність, емоційне оніміння та втрата ідентичності, вони стали основою для розробки серії соціальних плакатів. Ці стани були обрані через їхню поширеність у воєнний час і значний вплив на якість життя людини.

Депресія, як стан емоційного пригнічення

Депресія є одним із найпоширеніших психологічних станів, спричинених впливом тривалого стресу або травматичними подіями. Характеризується зниженням настрою, втратою інтересу до життя, відчуттям безнадії, емоційним виснаженням. Людина може відчувати апатію, втрату мотивації та навіть віддалятися, а згодом ізолюватися від соціального середовища [22].

Для передачі стану депресії рекомендується використовувати мінімалістичну композицію та спокійну колірну палітру, яка підкреслює відчуття самотності та емоційної виснаженості (рис. 2.1). З точки зору візуалізації, депресія пов'язана з використанням приглушених колірних палітр, статичних композицій і великої кількості негативного простору. Часто використовуються образи порожнечі, замкнутого простору або відсутності руху, підкреслюючи стан внутрішньої втоми.



Рис. 2.1. Референс для візуалізації стану депресії через мінімалістичну композицію та використання негативного простору

Посттравматичний стресовий розлад (ПТСР)

Посттравматичний стресовий розлад виникає, як відповідь організму на пережиту травматичну подію і характеризується повторним переживанням травми, нав'язливими спогадами, нічними кошмарами, підвищеною тривожністю та емоційною напругою [18]. Цей психологічний розлад часто базується на використанні фрагментарних і повторюваних елементів (рис. 2.2) і відображає вплив нав'язливих спогадів і порушення цілісності сприйняття. Візуально

посттравматичний стресовий розлад передається за допомогою динамічних композицій, різких контрастів, фрагментованих зображень і «переривчастих» або «повторюваних» ефектів. Часто використовуються елементи, що створюють плутанину, нестабільність, порушення цілісності образу.



Рис. 2.2. Референс для візуалізації посттравматичного стресового розладу (ПТСР) через фрагментацію образу та ефект повторення

Тривожність, як постійне відчуття небезпеки

Тривога - це стан, що характеризується постійним почуттям нервозності, відчуттям небезпеки, почуттям внутрішнього дискомфорту. Водночас у воєнних умовах він може набувати хронічних ознак, супроводжуючись, як психологічними, так і фізіологічними симптомами [23].

Візуально, такий психологічний стан, як тривогу, можна передати через нестійкі композиції, використання контрастних кольорів, повторюваних елементів, образів напруги а також очікування. Динаміка і ритм, у випадку цього стану, відіграють важливу роль у створенні правильного емоційного ефекту. Тривожний стан, здебільшого, передають хаотичні лінії та нестійкі композиційні рішення, що створюють відчуття напруги та внутрішнього дискомфорту (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Референс для візуалізації стану тривожності через динамічну композицію та напружені лінії

Емоційне оніміння

Емоційне оніміння характеризується зниженням або повною втратою здатності відчувати емоції. Людина може відчувати внутрішню порожнечу, апатію, відчуженість від навколишнього світу[2], що чітко простежується на рис. 2.4..



Рис. 2.4. Референс для візуалізації емоційного оніміння через спрощені форми та відсутність емоційної виразності

Цей стан доволі складно передати за допомогою традиційних емоційних образів (рис. 2.4), тому в дизайні часто використовуються мінімалістичні рішення, обмежена колірна палітра, розмиті або «згасаючі» форми та обмежена візуальна композиція або «очищена». Велику роль відіграє використання негативного простору та відсутність виразних елементів.

Втрата ідентичності

Втрата ідентичності – це складний психологічний стан, що є наслідком руйнування звичайних соціальних ролей, зміни життєвого спрямування та зміни внутрішнього відчуття цілісності [2].

У візуальному дизайні цей стан може відображатися через фрагментацію образу (рис. 2.5), спотворення та деформація обличчя або тіла, використання дзеркальних і повторюваних елементів. Такі прийоми створюють відчуття розколу, втрати цілісності та внутрішнього конфлікту.

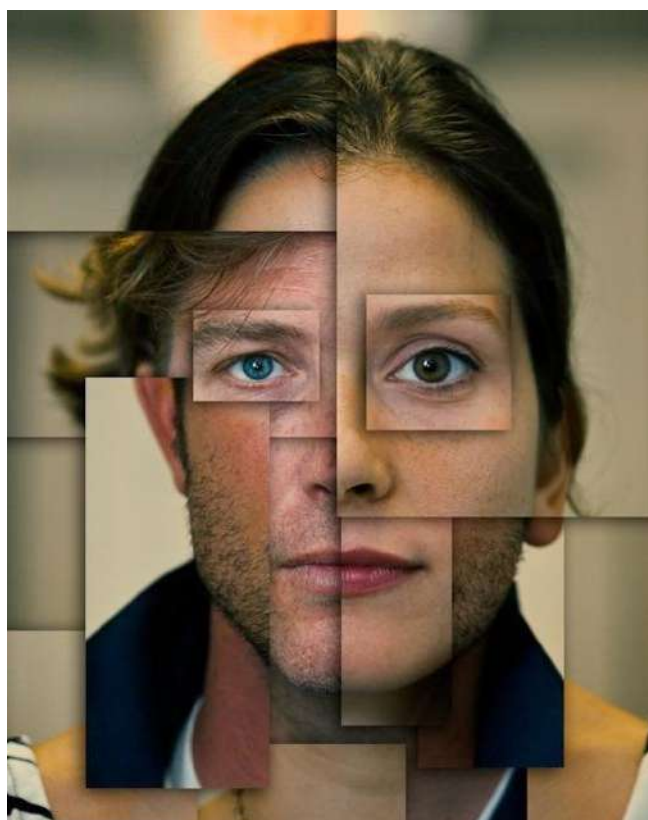


Рис. 2.5. Референс для візуалізації втрати ідентичності через деформацію та фрагментацію образу

Аналіз зазначених психологічних станів дозволяє визначити ключові

візуальні особливості, які можуть бути використаними для створення серії соціальних плакатів. Хоча кожен стан має власні емоційні та візуальні характеристики, усі вони об'єднані спільною темою внутрішнього переживання та психологічних трансформацій. Важливо, що візуалізація цих станів повинна ґрунтуватися не на прямому зображенні, а на використанні метафоричних та символічних образів. Це дозволяє створити плакати більш універсальними та зрозумілими для широкого кола аудиторії.

Проведений аналіз психологічних станів формує основу для подальшої розробки візуальної концепції серії соціальних плакатів. Отримані результати дозволяють визначити напрям художнього рішення, вибір графічних засобів та принципи побудови композиції, що будуть реалізовані у практичній частині роботи. Проведений аналіз психологічних станів є основою для подальшого розвитку візуальної концепції серії соціальних плакатів. Отримані результати дозволяють визначити напрямок художніх рішень, вибір графічних засобів та принципи побудови композиції, що будуть реалізовані під час роботи над практичною частиною роботи.

2.2 Аналіз аналогів соціальних плакатів

У попередньому розділі було здійснено аналіз психологічних станів, що виникають внаслідок впливу військових дій, що стали концептуальною основою для формування візуального образу серії соціальних плакатів. Визначено ключові характеристики таких станів, як депресія, посттравматичний стресовий розлад, тривожність, емоційне оніміння та втрата ідентичності – це дало змогу пояснити і окреслити їх змістові та емоційні характеристики. Пов'язано з цим наступним кроком дослідження є аналіз аналогів соціальних плакатів, що дозволяє ідентифікувати ефективний візуальний підхід для передачі подібних психологічних феноменів. Проведення аналізу аналогів є важливою частиною процесу проєктування, оскільки він спрямований на виявлення існуючих композиційних, стилістичних та концептуальних рішень, що використовується в

сучасній візуальній комунікації засобами графічного дизайну. Дослідження вже реалізованих соціальних плакатів дозволяє не тільки оцінити їхню ефективність, а й визначити основні тенденції даного напрямку, а також сформувати власний підхід до розробки візуального продукту [6; 9]. Сучасні соціальні плакати все більше звертаються до тем психологічного здоров'я, травматичного досвіду та внутрішніх переживань людини. Це пов'язано зі зростання уваги суспільства до психологічного благополуччя та необхідністю його візуального осмислення. Ці теми особливо актуальні в умовах війни, коли великі верстви населення відчувають тривалий стрес, почуття втрати та невизначеності [1; 2].

Аналіз плакатів на тему психічного здоров'я

Перша група аналогів – це тематичні соціальні плакати, присвячені темі психологічного здоров'я. Для них характерне вживання лаконічних композиційних рішень (рис. 2.6), обмеження колірної палітри та зосередженні уваги глядача на одному центральному образі. Такий підхід дозволяє максимально чітко відобразити емоційний стан і забезпечити швидке сприйняття інформації [9].



Рис. 2.6. Плакат на тему депресії, виконаний у мінімалістичному стилі

Прикладом такого підходу є плакат, зображений на рис. 2.6, де через масштаб і порожній простір передано відчуття ізоляції та емоційної пригніченості. У подібних роботах активно використовують негативний простір, що підкреслює відчуття самотності, ізоляції та внутрішньої порожнечі. Як правило, колористика обмежується темними або приглушеними відтінками, що сприяє створенню атмосфери пригніченості. Зазначені психологічні прийоми дозволяють передати складні психологічні стани, не використовуючи великої кількості тексту, що є характерною ознакою ефективного соціального плакату[4].

Плакати з використанням метафори та символіки

Наступною важливою групою аналогів виступають плакати на основі використання метафоричних і символічних образів (рис. 2.7.). Такі роботи передають складні психологічні стани через узеленені візуальні форми, які потребують інтерпретації зі сторони глядача [7].

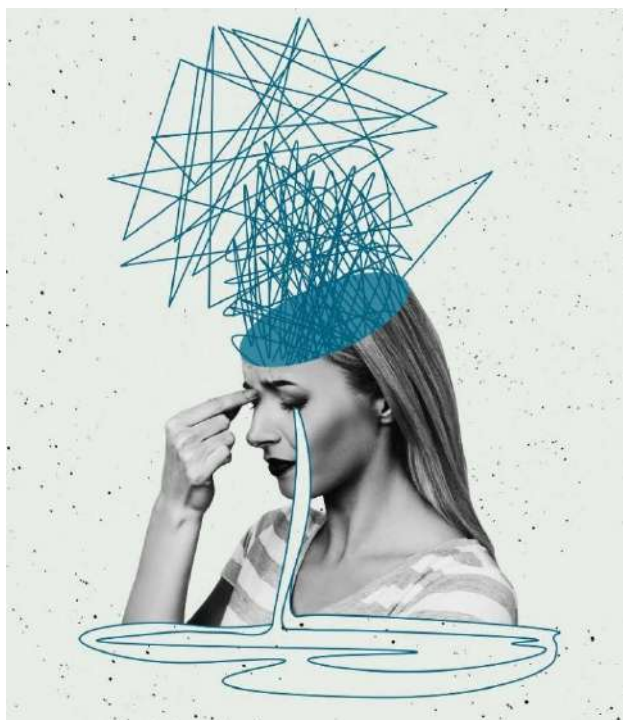


Рис. 2.7. Соціальний плакат, що використовує метафору для передачі психологічного стану

В цих плакатах часто застосовуються образи фрагментації, тріщини, розривів або деформації, які символізують внутрішню нестабільність, травму або

втрату цілісності, що видно на рис. 2.7 де демонструється використання метафори у вигляді спотвореного або знищеного образу, що дозволяє ефективно передати стан внутрішнього розпаду. Використання метафори дозволяє передати складні емоційні процеси у візуально доступній формі, що значною мірою підвищує ефективність комунікації [7].

Аналіз плакатів на тему війни та психологічної травми

Окремою категорією є соціальні плакати на воєнну тематику та її психологічний вплив. Вони відзначаються високим рівнем емоційної напруги та використанням контрастних візуальних рішень. В даних роботах активно використовують символи руйнування, втрати та небезпеки [2].

Колористика подібних плакатів(рис. 2.8), часто зосереджується на контрастних поєднаннях, зокрема чорного та червоного кольорів, що підсилює відчуття небезпеки та драматизму. Композиційні рішення характеризуються динамічністю, асиметрією та використанням різких форм, що передає стан нестабільності та напруження [4].



Рис. 2.8. Соціальний плакат на тему війни, що передає психологічну травму через символічні образи

Сучасні тенденції у дизайні соціальних плакатів

Аналіз сучасних аналогів доводить, що соціальні плакати все більше поширюються з урахуванням умов цифрового середовища. Це впливає на їх формат, композицію та спосіб подання інформації. Зокрема, спостерігається тенденція до спрощення візуальної мови, використання сильних метафоричних образів та мінімізації типографічного супроводу [8].

Ключовою особливістю також є акцент на швидкому сприйнятті. У сучасному інформаційному середовищі глядачі мають обмежений час для взаємодії, оскільки це візуальний контент, дизайн має бути максимально зрозумілим і експресивним. Це досягається за рахунок використання контрасту, акцентів і чіткої композиційної структури [9].

Серед ключових тенденцій можна виділити:

- використання мінімалістичних композицій для передачі станів пригніченості та ізоляції;
- застосування метафоричних і символічних образів для візуалізації внутрішніх переживань;
- використання контрастної колірної палітри для підсилення емоційного впливу;
- активне застосування деформації, фрагментації та абстракції;
- орієнтацію на швидке сприйняття та емоційну реакцію глядача.

Важливо те, що більшість соціальних плакатів не надають прямого пояснення, а стимулюють глядача до самостійної інтерпретації, що значно підсилює їхній вплив і робить їх більш ефективними засобами комунікації [8].

Вплив культурного контексту на візуальну мову соціального плаката

Важливим аспектом при аналізі соціальних плакатів є врахування культурного контексту в якому вони створюються та функціонують. Візуальні образи символи, колірні рішення та композиційні прийоми можуть мати різне значення залежно від соціального та культурного середовища, що безпосередньо впливає на те, як їх сприймає аудиторія.

Соціальні плакати отримані на тлі воєнних подій в Україні набувають

особливого значення, оскільки вони відображаються не лише індивідуальні, а й колективний досвід травми. Використання національних символів, кольорів, образів руйнування та втрати формує специфічну візуальну мову, зрозумілу саме українській аудиторії. Водночас такі плакати можуть бути інтерпретовані і на міжнародному рівні завдяки універсальності емоційних образів [2; 8]. Культурний контекст визначає, як змістовне наповнення плакату, так і спосіб його візуальної подачі, що є важливим чинником ефективної комунікації.

Рівень прямоти візуального повідомлення у соціальних плакатах

Аналіз аналогів соціальних плакатів дозволяє виокремити різні підходи до передачі змісту в залежності від рівня прямоти візуального повідомлення. Більша частина соціальних плакатів використовує прямий спосіб комунікації, у якому зміст повідомлення подається відкрито та однозначно, часто з використанням типографічних елементів або очевидних візуальних образів. Натомість інша група плакатів базується на не прямому, метафоричному підході, де основна ідея передається через образи та асоціативні символи, що потребують інтерпретації зі сторони глядача. Такий підхід є більш ускладненим, однак забезпечує глибший рівень емоційного залучення та викликає формування індивідуального сприйняття повідомлення [7].

Для контексту теми психологічних наслідків війни, більш ефективним є саме метафоричний підхід, завдяки якому передаються складні внутрішні стани, які важко виразити прямими засобами. Використання узагальнених образів та символіки забезпечує універсальність візуального повідомлення та розширює можливості його інтерпретації.

Адаптація соціальних плакатів до цифрового середовища

На особливості створення та поширення соціальних плакатів суттєво вплинув сучасний розвиток інформаційних технологій. Значна частина візуального контенту сьогодні споживається у цифровому середовищі, здебільшого через соціальні мережі, що визначають нові вимоги до дизайну. Соціальні плакати змушені адаптуватись до умов швидкого перегляду, що зумовлює необхідність спрощення композиції, використання чітких візуальних

акцентів та мінімізації типографіки. Доволі поширеним є використання вертикального або квадратного формату, що відповідає особливостям відображення цифрового контенту більшою мірою на мобільних пристроях [9]. Крім того, сучасне цифрове середовище, стимулює використання виразних контрастів, яскравих форм та потужних візуальних метафор, які здатні привернути увагу глядача серед надзвичайно великої кількості інформації, що сприяє підвищенню ефективності соціального плакату, як засобу комунікації та розширює його аудиторію [8]. Пристосування до цифрового середовища, є важливим чинником у сучасного графічному дизайні, зокрема дизайні соціальних плакатів, що впливає на їх форму, зміст і спосіб взаємодії з глядачем.

Проведений аналіз аналогів соціальних плакатів, надав змогу визначити основні візуальні та концептуальні підходи до передачі психологічних станів. Були виявлені закономірності у використанні кольору, композиції, метафори та символічності, що формують основу для розробки серії соціальних плакатів присвяченої психологічним наслідкам війни. Результати дослідження будуть використані у майбутній практичній частині роботи, для створення чіткої візуальної концепції, що поєднує естетичну виразність із глибоким змістовим наповненням та спрямованим на ефективну комунікацію з аудиторією.

2.3 Визначення цільової аудиторії та особливості її візуального сприйняття

Важливою складовою при розробці соціальних плакатів є визначення цільової аудиторії та особливостей її візуального, оскільки, оскільки ці фактори безпосередньо впливають на вибір колірної палітри, стилістики, композиційних рішень та візуального характеру повідомлення. Соціальний плакат, як інструмент візуальної комунікації відіграє не лише інформативну, але й емоційну та впливову роль, спрямовану на формуванні певного ставлення до проблеми і стимулювання свідомості. Відповідно, ефективність даних плакатів значною мірою залежить від того, наскільки точно і коректно враховано особливості сприйняття аудиторії, на

яку вони орієнтовані [9]. В рамках теми «Психологічні наслідки війни» цільова аудиторія має доволі різноманітний та широкий характер, оскільки воєнні події впливають на різні верстви населення, незалежно від віку осіб або соціального статусу чи професійної діяльності. У сучасній ситуації українського суспільства майже кожна особа, так чи інакше, стикається з впливом війни на психіку – безпосередньо або опосередковано через інформаційне середовище, соціальний контакт та особистий досвід, зумовлюючи необхідність створення універсальної та водночас емоційно чутливої візуальної мови, що здатна бути зрозумілою для різної категорій глядачів [1; 2]. Ідеально підходить для точного визначення характеристик прийом, розділення цільової аудиторії на ключові групи залежно від віку, рівня візуальної, а також психологічного досвіду.

Перша група – це молодь (підлітки, студенти, а також молодь віком приблизно 16 – 30 років). Це аудиторія, яка активно взаємодіє з цифровим середовищем і є найбільш чутливою до візуального вмісту. Вона виокремлюється високою швидкістю сприйняття інформації, спрямованістю на сучасних тенденціях дизайну, а також схильністю до емоційного реагування на яскраві, нестандартні образи. Молодий глядач зазвичай сприймає інформацію фрагментовано, у короткий проміжок часу, що визначте необхідність створення лаконічних та візуально концентрованих композицій із чіткими акцентами. Застосування метафоричних образів, контрастних кольорів та виразних форм дозволяє ефективно привернути увагу цієї групи та переконатися у забезпеченні швидкого зчитування основного меседжу [8]. При цьому важливо враховувати, що молодь більш відкрита до використання в дизайні експериментальних рішень, особливо до абстрактних форм, композицій з нестандартним характером і сучасних графічних стилів, що створює умови для використання більш сміливих візуальних прийомів у розробці плакатів, орієнтованих на цю демографічну групу.

Друга група – це доросла аудиторія (приблизно 30 років і старше), що включає як цивільних, так і тих, хто бере безпосередню участь у воєнних подіях (військові, волонтери, внутрішньо переміщені особи тощо). Ця група характеризується більш глибоким і аналітичним сприйняттям візуальної

інформації. Представники цієї аудиторії мають багатий життєвий досвід, який створює умови до кращого розуміння складних емоційно-психологічних станів, а також інтерпретувати символічні образи. Через що для дорослої аудиторії ефективними є плакати, що мають в собі метафоричні та концептуальні рішення, здатні передавати глибину внутрішніх переживань, вони можуть бути менш прямолінійними, але більш змістовно насиченими, що забезпечує тривалий емоційний вплив та осмислення побаченого[2]. Особливу увагу слід звернути на психологічний стан аудиторії. Військові події мають значний вплив на візуальне сприйняття, люди, які перебувають у стані стресу, тривоги або емоційного виснаження, можуть по-різному реагувати на один і той самий візуальний образ. З одного боку, високоемоційні зображення можуть привернути увагу та викликати співпереживання, з іншого – надмірна інтенсивність може викликати відторгнення або дискомфорт у психологічному плані. У зв'язку з цим важливо дотримуватись балансу між емоційністю виразністю та візуальною делікатністю. Плакати повинні передавати складні психологічні аспекти, але у той же час не створювати надмірний тиск на глядача. Цей баланс можливий завдяки використанню символіки, асоціативних рішень і узагальнених образів, які дозволяють глядачам робити власні інтерпретації контенту зображення [7].

Крім того, важливим фактором є також специфіка зорового сприйняття інформації в сучасному цифровому середовищі, значна частина аудиторії взаємодіє з плакатами у соціальних мереж через екран в не друкованому вигляді, здебільшого через екрани мобільних пристроїв та комп'ютерів. Це визначає необхідність адаптації дизайну до умов швидкого перегляду, обмеженого часу концентрації уваги та великого скупчення інформаційного шуму.

У таких умовах особливої ваги набувають:

- чіткість композиції,
- наявність одного домінуючого елементу,
- контрастність зображення,
- мінімізація текстового навантаження.

Ці фактори дозволяють значно швидше зчитувати візуальні повідомлення,

що підвищує ефективність комунікації в цифрових середовищах [8; 9]. Також важливо враховувати, що сучасна аудиторія звикла до високої якості візуального контенту, що формується під впливом соціальних мереж і ЗМІ, через що підвищуються вимоги до естетичного рівня соціальних плакатів та їх відповідності сучасні тенденції дизайну. Визначення цільової аудиторії дозволяє сформувати комплекс вимог до розробки соціального плакату, в який входить врахування вікових, соціальних та психологічних характеристик глядачів, а також особливостей її візуального сприйняття. Тому, у ході розробки серії соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни», доцільно орієнтуватися на широку аудиторію, яка охоплює, як молодь так і доросле населення. Використання універсальної та водночас емоційно насиченої візуальної мови, для якої метафоричні образи, лаконічні композиції та виразні колірні палітри є підґрунтям, дозволить забезпечити ефективну передачу змісту та створити емоційний зв'язок між соціальним плакатом і глядачем.

2.4. Визначення концепції та підбір графічних засобів

Концептуалізація є ключовим елементом проєктного рішення, оскільки визначає візуальну мову, стилістичне спрямування та характер емоційного впливу на глядача. Основна ідея серії соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни» — візуалізація внутрішнього психологічного стану людини через деформацію людського обличчя, у цьому випадку воно виступає універсальним засобом передачі емоцій, внутрішніх переживань, особистісної ідентичності. Його трансформація дозволяє передати порушення душевної рівноваги, внутрішні конфлікти, зміни у сприйнятті дійсності, які є характерними для психологічних наслідків війни.

На відміну від традиційних підходів до соціального плакату, які зосереджені переважно на типографічних повідомленнях, цей проєкт зосереджений на створенні візуальних образів, здатних викликати емоційний

відгук у глядача. Основна мета – не лише інформувати про наявність певного психологічного стану, а й створити відчуття цього стану за допомогою візуальних засобів, дозволяючи глядачеві глибше зрозуміти його суть. Композиційна структура плакату побудована за принципом чіткого поділу на три основні зони: верхній типографічний блок, центральний візуальний елемент і нижній типографічний блок. У верхній частині міститься назва психічного розладу і короткий підпис, який уточнює його зміст і встановлює напрямок усвідомлення. Нижній блок тексту виконує функцію додаткового пояснення чи емоційного підсилення та завершує смислову композицію. Центральна частина композиції присвячена образу обличчя, яке є основним носієм візуального повідомлення. Ця структура дозволяє здійснювати логічну послідовність сприйняття, від розпізнавання теми до емоційного занурення у візуальний образ. Доволі важливим елементом рішення щодо композиції та наповнення плакату є розміщення додаткового інформаційного блоку у вигляді плашки QR-коду внизу зображення. Цей елемент виконує не тільки навігаційну функцію, а й соціально-комунікаційну, оскільки забезпечує прямий перехід до ресурсу психологічної допомоги. Поруч з QR-кодом розміщено текстове повідомлення англійською мовою «Asking for help is strenght», яке наголошує на ідеї подолання стигми щодо звернення за психологічною підтримкою та формування позитивного ставлення до цього процесу. Використання англійської зумовлено прагненням зробити повідомлення універсальним і зрозумілим ширшій аудиторії. Розміщення цього блоку внизу композиції, особливо з лівого боку, дозволяє зберегти візуальну доступність і інтегрувати його в загальну структуру плаката, не перевантажуючи основний візуальний образ. Тому QR-код – це не тільки графічний елемент, а й інструмент взаємодії з глядачем, що перетворює емоційний вплив плакату в практичну площину, якою є фактична можливість отримати реальну допомогу.

Ключовим художнім прийомом у цій серії є деформація реалістичних образів обличчя. Фотографічні зображення, які забезпечують високу деталізацію та реалістичність, є основою для створення візуальних зображень, подальша обробка цих зображень дозволяє створити ефект порушення звичної форми, що

символізує внутрішню психологічну зміну. Такий підхід дозволяє поєднати реалістичність і художню виразність, значно посилюючи емоційний вплив. Для кожного психологічного стану підбирався окремий метод візуальної трансформації, що відповідає його суті. Зокрема, депресія передається накладанням двох напівпрозорих обличь з різними емоційними виразами, що створює відчуття внутрішнього розколу та емоційної нестабільності. Тривожність відображається через множинність очей, створюючи ефект постійного спостереження та напруги. Втрата ідентичності передається через суперпозицію абстрактних форм, подібних до тесту Роршаха, що символізує розмивання ідентичності. Посттравматичний стресовий розлад візуалізується шляхом поділу обличчя на кілька частин, що розкриває інший образ і підкреслює внутрішній конфлікт. Емоційне оніміння передається шляхом фрагментації обличчя на геометричні елементи, що створює відсутність цілісності та відчуття емоційної ізоляції.

Колірна палітра відіграє важливу роль у формуванні загальної атмосфери, у цьому проєкті використовуються приглушені, обмежені кольори з акцентом на жовтувато-сірих і чорних відтінках, така гама створює відчуття меланхолії, втоми та психологічної напруги, що відповідає тематиці проєкту. Червоний колір, використаний у типографічній частині, також є додатковим акцентом, що символізує тривогу, небезпеку, внутрішній біль, привертаючи увагу глядача до ключових елементів композиції. Типографічні рішення характеризуються використанням дублювання тексту з напівпрозорими накладками та використанням режиму «різниця», що створює додатковий кольоровий ефект, близький до бірюзового. Ця техніка створює відчуття візуальної дислокації, нестабільності та напруги, що посилює загальну концепцію проєкту та відображає психологічні порушення.

З технічної точки зору, фотоматеріали були використані в процесі створення плакатів, які зазнавали подальшої цифрової обробки в графічних редакторах. Використання фотографій дозволяє досягти вдосконаленого розпізнавання образу, а такі графічні ефекти, як спотворення, накладання,

розмиття та фрагментація, забезпечують необхідний рівень художньої виразності. Поєднання цих підходів дає змогу створити візуальні образи, які є одночасно реалістичними і концептуальними. Головна мета обраного підходу – створити візуальний образ, який не тільки передає інформацію, але й викликає емоційний відгук. Використання деформацій обличчя, контрастної типографіки та притупленої колірної гами, створює ефект емоційного занурення, що дозволяє глядачеві відчувати психологічний стан, зображений на плакаті. Цей підхід сприяє розвитку емпатії та привертає увагу до проблеми психологічних наслідків війни.

В основу сформованої концепції покладено поєднання реалістичних образів, їх художньої деформації та використання виразних графічних засобів. Завдяки обраним дизайнерським рішенням, виникає можливість створити комплексну серію соціальних плакатів, які ефективно передають складні психологічні стани та сприяють глибшому розумінню проблем сучасного суспільства.

Висновки до 2 розділу

У другому розділі було проведено комплексний аналіз вихідних даних, необхідних для розробки серії соціальних плакатів на тему «Психологічні наслідки війни». Проведене дослідження дозволило краще зрозуміти природу психологічних станів, що виникають внаслідок воєнних подій, а також визначити основні підходи до візуалізації психологічних станів за допомогою графічного дизайну. Було встановлено, що такі стани, як депресія, посттравматичний стресовий розлад, тривожність, емоційне оніміння та втрата ідентичності, є складними та багатограними за своєю природою й вимагають метафоричного та образного розуміння, а не прямого зображення. Враховуючи нематеріальну природу психологічних станів, їх візуалізація вимагає використання асоціативних і символічних образів, здатних передати внутрішні переживання людини. Проведений аналіз дозволив визначити, що найбільш ефективним є використання трансформації знайомих образів, особливо людських обличь, як основного засобу

передачі емоційного змісту. Це створює можливість поєднання реалізму та художньої інтерпретації, що дозволяє ще глибше емоційно впливати на глядача.

Аналізуючи аналоги соціальних плакатів було виявлено, що сучасний графічний дизайн активно використовує метафори, трансформації форми, контрастні композиційні рішення та обмежену колірну палітру для передачі складних соціально-психологічних тем. Доведено, що ефективні соціальні плакати виходять за рамки надання інформації, а створюють емоційний досвід, надихають на співчуття та привертають увагу до актуальних проблем. Дослідження існуючих прикладів, дозволило визначити основні тенденції розвитку соціальних плакатів, зокрема увагу до емоційної виразності, концептуальності та адаптації до цифрового середовища.

Визначення цільової аудиторії та її особливостей візуального сприйняття, дало змогу окреслити основні вимоги до розробки плакатів. Встановлено, що аудиторія є широкою та різноплановою, серед молоді та дорослих, яких так чи інакше торкнулися воєнні події. Для різних груп характерні відмінності в тому, як вони сприймають візуальну інформацію, що зумовлює необхідність створення візуальної мови, яка є універсальною та водночас виражає емоції. Особлива увага приділяється тому, що в ситуаціях підвищеної психологічної напруги важливі чіткість композиції, зрозумілість образів, здатність викликати емпатію, не створюючи надмірний емоційний тиск.

На основі отриманих результатів сформовано концепцію серії соціальних плакатів та визначено основні графічні засоби для її реалізації. Важливим рішенням стало використання центральним елементом композиції зображення людського обличчя, яке зазнає різноманітних трансформацій залежно від психологічного стану. Такий підхід дозволяє створити ефект «порушеної норми», передаючи порушення внутрішньої цілісності особистості, викликаючи емоційний відгук у глядача.

Колірна палітра відіграє важливу роль у формуванні візуального образу, вона базується на використанні приглушених жовто-сірих і чорних відтінків та акцентних червоних типографічних елементів. Таке поєднання кольорів сприяє

створенню атмосфери напруги, тривоги та психологічного дискомфорту. Подальше використання ефектів накладень і спотворення тексту посилює загальну емоційну нестійкість і напругу.

Композиційна структура плакатів, що включає розміщення верхнього та нижнього типографічних блоків і центрального зображення обличчя, забезпечує чітку організацію простору та сприяє почерговому сприйняттю інформації. Використання цього підходу дозволяє поєднати інформаційну та візуальну виразність, що є важливим для ефективної комунікації.

У підсумку, проведене дослідження дозволило сформуванню теоретико-концептуальну базу для подальшого розвитку серії соціальних плакатів. Отримані результати забезпечують загальне розуміння теми та визначатимуть основні принципи побудови візуальних рішень, що поєднують емоційний вплив, символічність та доступність. Це закладає міцну основу для реалізації дизайн-проєкту, спрямованих на висвітлення проблеми психологічного впливу війни та формування глибшого усвідомлення цієї теми в сучасному суспільстві.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СЕРІЇ ПЛАКАТІВ «ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙНИ»

3.1. Розробка візуальної концепції та стилістики

Розробка візуальної концепції серії соціальних плакатів є один з найважливіших етапів проєктної діяльності, завдяки тому, що на цьому рівні теоретична робота перетворюється на практичні дизайнерські рішення. Візуальна концепція визначає характер і стиль образної мови, стильове спрямування, принципи композиції, засоби передачі емоції глядачеві, все це забезпечує цілісність проєкту та логічне завершення. У контексті цієї роботи, концепція використовується не тільки, як основа для формального дизайну, а й як інструмент спілкування, спрямований на передачу складних психологічних емоцій станів, пов'язаний з впливом військових подій на психологічний стан людини.

У рамках цього дослідження було визначено візуальну концепцію серії плакатів «Психологічні наслідки війни», що заснована на ідеї передачі внутрішнього психоемоційного стану людини через трансформацію реалістичних образів. Основним вектором для візуальних повідомлень є людське обличчя. Універсальний комунікаційний елемент, здатний передавати широкий спектр почуттів та емоцій, станів та переживань. Такий вибір пояснюється тим, що обличчя є найбільш впізнаваною формою, за якою глядачі можуть зв'язатися себе з психологічним станом, що підвищує ефективність емпатії.

На відміну від традиційних підходів до створення соціальних плакатів із прямими повідомленнями і прямолінійним текстом, у цьому проєкті основна увага приділяється створенню візуального досвіду. Місія полягає в тому, щоб не тільки інформувати громадськість про наявність певних психологічних станів, а й змусити зорові образи створити умови для емоційних переживань людини. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям графічного дизайну, який відіграє все більшу роль образно-концептуальних елементів [9].

Композиційна структура плакату розроблена за чітким принципом зонування простору і складається з трьох основних частин: верхнього текстового блоку, центрального візуального елементу і текстового блоку внизу. Ця структура забезпечує когнітивну ієрархію, дозволяючи аудиторії зчитувати інформацію послідовно, починаючи від загального змісту психологічного стану до його емоційної інтерпретації.

Верхній блок тексту містить назву психічного розладу та короткий підпис, який уточнює або посилює його значення. Саме цей елемент виконує основну функцію ідентифікації змісту. Центральна частина композиції присвячена образу обличчя, головного носія емоційно-візуального заряду (рис. 3.1). Блок тексту внизу доповнює зміст плакату, створюючи додатковий рівень інтерпретації та завершує композицію.



Рис. 3.1. Загальна стилістика серії, на прикладі плакату «Депресія»

Важливим художнім прийомом у розробці серії є реалістична трансформація портрета. Основою кожного плакату є фотографічні зображення з високим рівнем деталізації. Використання зображення, як основи дає

реалістичний ефект, підвищується достовірність зображення. У той же час подальша цифрова обробка така, як накладання, вирізання, переміщення, заломлення, розмивання тощо, створює руйнівний ефект, який є метафорою психологічних змін (рис. 3.2).

Такий підхід дозволяє передавати внутрішній стан через зовнішній стан через зовнішню трансформацію образу. Незважаючи на те, що глядач бачить знайоме обличчя, його трансформація створює дискомфорт, напругу та тривогу, що збігається з темою проєкту.

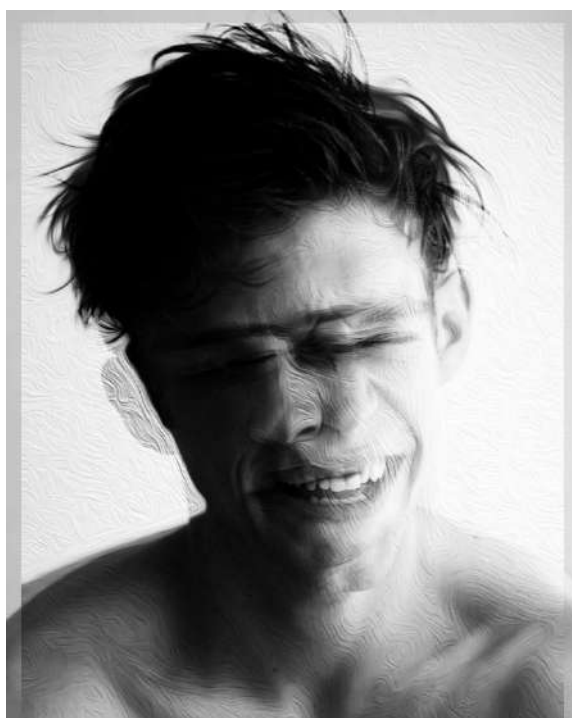


Рис. 3.2. Візуалізація стану депресії через накладання напівпрозорих образів

Для кожного психологічного стану використовуються індивідуальні підходи трансформації зображення, зокрема, плакат про депресію відображає два напівпрозорі зображення обличчя з різними емоційними станами, що накладаються, створюють відчуття внутрішнього конфлікту і нестабільності. Цей прийом дозволяє донести ідею подвійності стану, коли зовнішній вигляд не відповідає внутрішньому досвіду.

На плакаті на тему тривоги використовуються зображення множинності очей, щоб створити ефект постійного спостереження (рис. 3.3). Це створює відчуття напруги, втрати контролю та психологічного тиску. Цей прийом

ефективний, тому що він звертається до фундаментальних людських страхів



Рис. 3.3. Візуалізація тривожності через множинність очей

Візуалізація ПТСР була досягнута шляхом поділу обличчя на фрагменти двома різними образами, що підкреслює внутрішній конфлікт із минулим та поточний стан людини (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Візуалізація ПТСР через фрагментацію образу

Вираження емоційного оніміння шляхом поділу обличчя на перемішані прямокутні геометричні елементи, створює втрату цілісності та почуття відчуженості (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Візуалізація емоційного оніміння через геометричну фрагментацію

Втрата ідентичності відображається в накладенні абстрактних форм які ускладнюють розпізнавання обличчя і символізує розмитість особистості (рис. 3.6.).



Рис. 3.6. Візуалізація втрати ідентичності через абстрактні форми

Колірна палітра цієї серії навмисно обмежена і стримана, переважають жовто-сірі, чорні і нейтральні відтінки, що створюють атмосферу меланхолії, втоми та психологічного напруження. Використання такої палітри дозволяє уникнути такої проблем, як візуальне перевантаження і зосередити увагу глядача на змісті.

Використання червоного кольору в типографіці відіграє особливу роль, виступає як акцент і асоціюється з тривогою, небезпекою, внутрішньою напругою. Копіювання тексту за допомогою режиму накладання «різниця» спричиняє зсув кольору та посилює відчуття нестабільності.

Типографіка в цьому проєкті виконує емоційну та інформативну функцію, розміщення її у верхній і нижній частині композиції створює стриктурну рівновагу та надає підсилення центральному образу. Накладання, трансформація та деформація тексту сприяє формуванню відчуття емоційного дисбалансу і неврівноваженості.

Ще одним елементом композиції є блок із QR-кодом, розміщеним в нижній частині плакату, що діє як сполучна ланка між візуальним повідомленням і можливістю фактичного отримання допомоги. «Asking for help is strength» підкреслює ідею подолання стигматизації звернення про психологічну допомогу (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Плашка з QR-кодом

Таким чином, QR-коди перетворюють плакати на інтерактивні засоби комунікації з пасивних носії інформації.

Розроблена візуальна концепція базується на поєднанні реалістичних зображень, їх трансформації та використання виразних графічних засобів. Обраний стиль дозволяє створити комплекс серію плакатів, які не лише передають інформацію, але й створюють емоційні переживання та сприяють глибшому розумінню питання психологічних наслідків війни.

3.2. Розробка серії плакатів

Розробка серії соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни» є логічним продовженням візуальної концепції та стилю, сформованого в попередньому підрозділі. На цьому етапі втілюються в життя основні ідеї проєкту. Вона полягає в тому, щоб системою виразних образотворчих образів, типографських рішень, композиційних прийомів передати складний психологічний стан людини, викликаний війною. Кожен плакат з серії розповідає про різні психологічні стани, включаючи депресію, посттравматичний стресовий розлад, тривогу, емоційне заціпеніння та втрату особистості.

Ключовим завданням на етапі розробки було надати кожному плакату власний значимий емоційний вимір, зберігаючи при цьому цілісність серії в цілому. Для цього було обрано унікальну композиційну структуру, в якій центральне місце посідає портретне зображення людини, а верхня і нижня частини плаката відведені під типографські блоки. Така структура забезпечує впізнаваність серії та дозволяє глядачеві одразу прочитати тему кожного плаката.

Основним візуальним елементом кожної роботи є обличчя людини, яке змінюється залежно від психологічного стану, яке воно відображає. Використання портретних зображень є фундаментальним, оскільки обличчя безпосередньо пов'язане з емоційним сприйняттям, особистістю та ідентичністю людини. Його спотворення, фрагментація або накладення додаткових елементів дає змогу створити образ внутрішнього сум'яття, психологічного дискомфорту, втрати цілісності.

У процесі створення плакату були використані фотозображення які

зазнавали значної цифрової обробки у програмі Adobe Photoshop, що можна побачити на рисунку 3.8.. Такий підхід дозволив поєднати реалістичність зображення з художньою варіативністю. Реалістична основа робить зображення впізнаваним і близьким глядачеві, а графічні спотворення підсилюють символічний зміст і створюють ефект психологічної напруги.



Рис. 3.8. Цифрова обробка портрету

Першим у серії став плакат, присвячений емоційному заціпенінню – стану, що характеризується втратою здатності повноцінно відчувати емоції, внутрішньою порожнечою та відстороненістю від пережитого. У цій плакатній композиції центральне зображення обличчя поділено на геометричні частини, що нагадують переплутані квадрати. Окремі частини обличчя розташовані нерівномірно, що створює відчуття руйнування цілісності та внутрішнього розпаду.

Переміщення фрагментів обличчя є важливою візуальною технікою для цього плаката. Це символізує стан, в якому людина ніби присутня зовні, але втратила зв'язок зі своїми емоціями. Текстовий блок у верхній частині містить назву умови «NUMBNESS» і підпис «Disconnected from myself», що пояснює основну ідею плаката. Текст внизу «I'm still here, just not inside» передає відчуття присутності без емоцій, підсилюючи сенс композиції (рис. 3.9.).

Колірна палітра плакату складається з приглушених відтінків сіро-жовтого та чорного, що створює атмосферу емоційної порожнечі. Червона типографіка

створює зловісний акцент і контрастує з приглушеним фоном. Дублювання тексту в напівпрозорому бірюзовому кольорі додає ефект візуальної зміни та підкреслює відчуття нестабільності всередині.

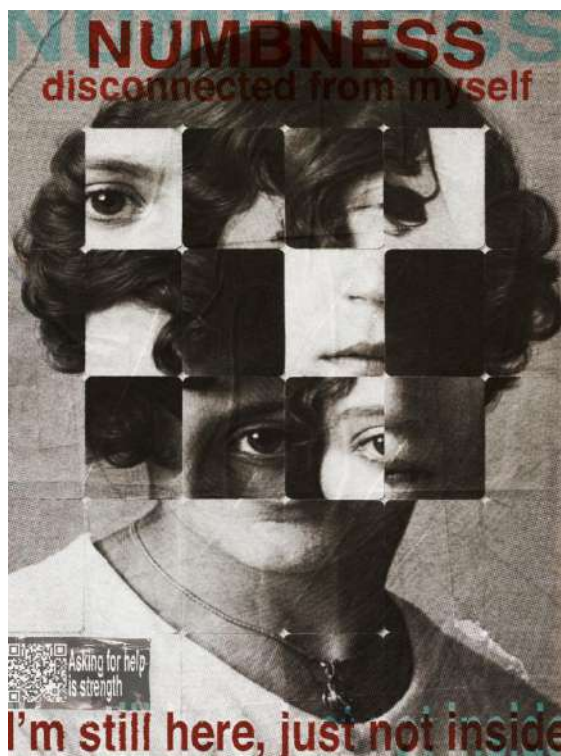


Рис. 3.9. Плакат присвячений «NUMBNESS»

Наступний плакат про ПТСР. Основна ідея цієї роботи — візуалізація внутрішнього розколу людини, яка не може повністю повернутися до свого попереднього стану після травматичного досвіду. У центрі композиції — обличчя, розділене вертикальними фрагментами, з яких видно два різних образи — цивільний і військовий.

Цей прийом дозволяє передати протиріччя між зовнішньою реальністю і внутрішнім досвідом. Людина може виглядати нормально в повсякденному житті, але її свідомість залишається в просторі травматичних спогадів. Текст «PTSD» угорі та підпис «one body, two realities» чітко ілюструють цю подвійність. Текст внизу «a Civilian face - Soldier's mind» підсилює ідею внутрішнього розколу та невидимого психологічного тягара (рис. 3.10.).

Напруженість композиції плакату досягається завдяки вертикальним розрізам, які фрагментують обличчя та порушують його цілісність. Це межі, які

стають метафорами травми, яка розриває особистість. Використання темної, контрастної палітри і зернистих текстур підкреслює драматизм образу. Взаємодія реалістичного портрета та графічного спотворення особливо важлива в цьому плакаті, оскільки створює ефект зіткнення двох реальностей.



Рис. 3.10. Плакат присвячений «PTSD»

Третім було розроблено плакат присвячений тривожності. У ньому головним візуальним акцентом стали очі, що повторюються на задньому плані й частково закривають обличчя центрального персонажа. Очі в цьому випадку є символом постійного спостереження, контролю і внутрішньої напруги. Такі образи безпосередньо пов'язані з відчуттям тривоги, коли людина відчуває, що за нею постійно спостерігають або всюди присутня небезпека.

Персонаж в центрі композиції виражає напруженість і вразливість. Пара очей, що перекриває погляд людини, завдяки цьому досягається враження, що вона втрачає контроль над власним сприйняттям. Ця композиція створює відчуття тиску та пригніченості оскільки глядач одночасно бачить і саму людину, і незліченну кількість чужих поглядів на неї. Угорі текст «ANXIETY» та підпис «can you feel them looking?» що підсилює відчуття тривожного очікування. Нижній напис «Everyone is watching (no one is)» розкриває парадоксальність цього

стану (рис. 3.11.). Почуття загрози може існувати всередині, навіть якщо воно не присутнє зовні.

Композиційно плакат побудований так, що глядач відчуває дискомфорт від надмірної кількості поглядів. Розмиття фонового зображення посилює відчуття нестабільності та одержимості. Червона типографіка у верхній частині плакату діє, як попереджувальний сигнал, а бірюзове накладання тексту посилює візуальний ефект розгалуження.



Рис. 3.11. Плакат присвячений «ANXIETY»

Четвертий плакат серії присвячений депресії. Основним прийомом, використаним у цій роботі, було накладання двох напівпрозорих обличч у різних емоційних станах (рис. 3.12.). Цей спосіб візуалізації можна використовувати для передачі внутрішньої подвійності депресивного стану, коли зовнішні прояви людини не збігаються з її справжнім внутрішнім переживанням. Зображення усміхненого обличчя в поєднанні з відчуттям внутрішнього тягара становить центральну ідею плакату.

Текст у верхній частині «DEPRESSION» та підпис «invisible weight»

вказують на невидиму природу цього стану. Депресія часто не має явних зовнішніх ознак, але людина може відчувати її як тиск, втому або внутрішню тяжкість. Напис внизу «smiling doesn't mean I'm okay» підкреслює невідповідність між зовнішністю та реальним психологічним станом.

Композиція плаката побудована навколо великого портретного зображення, яке займає більшу частину простору. Накладення двох обличчів створює нестабільність, внутрішній конфлікт та емоційну напругу. На відміну від плакатів про тривогу, де переважають множинність і настирливість образів, плакат про депресію підкреслює тиск, пригніченість та прихованість стану. Приглушена колірна палітра і темні ділянки на обличчі посилюють атмосферу внутрішнього виснаження та загальної втоми.

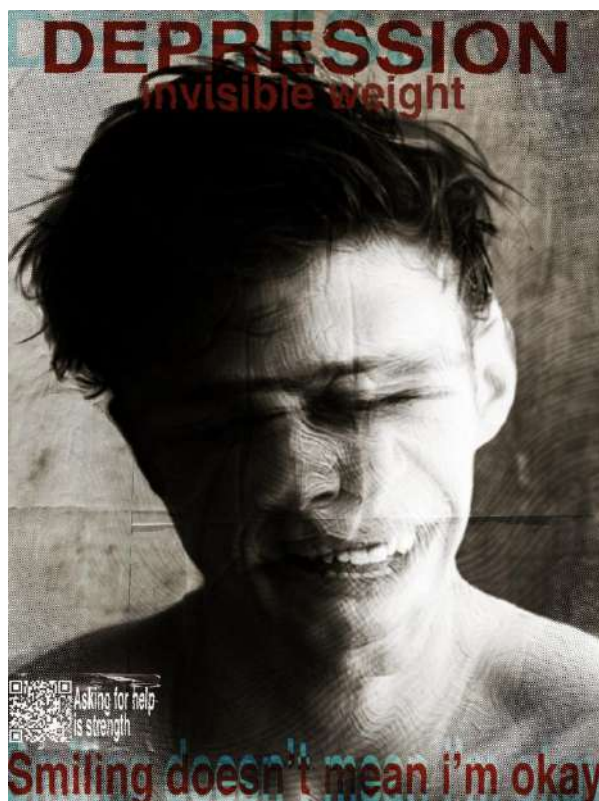


Рис. 3.12. Плакат присвячений «DEPRESSION»

Останній плакат серії розповідає про втрату ідентичності. У цій роботі центральне обличчя вкрите абстрактними симетричними фігурами, що нагадують пробу Роршаха (рис. 3.13.). Такий образ неоднозначний та піддається інтерпретаціям. Він символізує стан, в якому людина втрачає чітке уявлення про

себе, не може розпізнати своє «Я», відчуває внутрішню невизначеність.

Текст «LOST IDENTITY» і підпис «who am I?» порушує головне питання плаката: питання самовизначення. Напис внизу «I don't recognize myself anymore» підсилює драматизм образу і прямо виражає стан самовідчуження. Візуальне покриття обличчя абстрактними формами ускладнює його розпізнавання, але це важливо для передачі теми втрати ідентичності.

Ця плакатна композиція є однією з найбільш знакових у серії. На відміну від інших робіт, де трансформація пов'язана з дробленням або накладанням портретних елементів, тут обличчя майже повністю підпорядковане абстрактній формі. Це створює ефект деперсоналізації та підсилює змістовність плаката. Симетрія форми також нагадує психологічний тест, ще більше пов'язуючи плакат із темою саморефлексії.

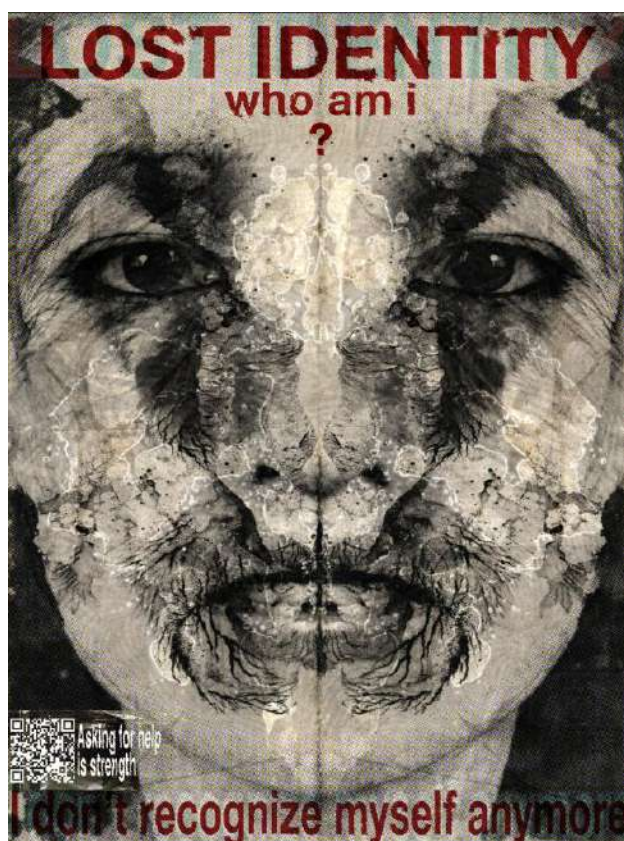


Рис. 3.13. Плакат присвячений «LOST IDENTITY»

Окрім центральних портретів, важливу роль у кожному плакаті відіграє єдина система типографіки. Заголовки прописані великими літерами, щоб легко було ідентифікувати психологічний стан. Підпис під заголовком уточнює зміст

кожного стану, а нижній блок тексту служить узагальненням емоції, вони не просто ілюструють образ, а формують особисте звернення до глядача, створюючи враження внутрішнього монологу людини, що опинилася в такому стані.

Усі плакати також містять QR-код, розміщений у нижній лівій частині композиції. Цей елемент важливий не тільки з функціональної точки зору, але і змістовної. Це переміщує соціальні плакати з сторони емоційного впливу на сторону практичних дій, оскільки він пов'язаний з ресурсами психологічної допомоги. Поруч розміщено напис «Asking for help is strength», який підкреслює важливість звернення за підтримкою, виходячи за рамки думки про те, що прохання про допомогу є проявом слабкості (рис. 3.14.).



Рис. 3.14. QR-блок із закликом до звернення про психологічну допомогу

Кожен плакат серії має своє візуальне рішення, що відповідає певному психологічному стану, але всі роботи об'єднані спільною композиційною структурою, кольоровою палітрою, типографікою та принципом деформації портретного образу. Це забезпечує цілісність серії та дозволяє розглядати її, як єдиний, унікальний соціальний проєкт.

У процесі розробки серії важливо було не лише створити естетично виразні плакати, а й досягти максимальної емоційної взаємодії з аудиторією. Кожна робота має на меті не лише передати той чи інший психологічний стан, а й дати

можливість глядачеві відчувати його через візуальні образи, колір, композицію та типографіку. Саме через це, ця серія плакатів є соціально значущою та актуальною в сучасний реаліях України.

3.3. Художньо-графічна презентація серії плакатів «Психологічні наслідки війни»

Художньо-графічне оформлення серії соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни» є завершальним етапом проєктної роботи, в якому розроблені візуальні рішення представлені, як цілісний дизайнерський продукт. На цьому етапі представленні не лише окремі плакати, а й продемонстрована взаємодія між ними, загальну стилістичну єдність, композиційну логіку та можливість використання в реальному соціальному середовищі.

Серія складається з п'яти плакатів, кожен з яких присвячений різному психологічному стану, включаючи депресію, посттравматичний стресовий розлад, тривогу, емоційне оніміння та втрату ідентичності. Незважаючи на різницю в візуальних прийомах, усі плакати об'єднані спільною композиційною структурою, кольоровою палітрою, типографськими рішеннями, центральним портретним зображенням. Завдяки цьому серія сприймається, як єдина система, де кожен плакат має свій емоційний акцент, і водночас підтримує загальну концепцію проєкту.

Основою художньо-графічної презентації є демонстрація плаката у форматі, близькому до його реального використання. Для цього доцільно використовувати мокапи, щоб показати, як розроблений плакат виглядатиме як у друкованому, так і в цифровому середовищі. Такий формат презентації дозволяє оцінити не тільки естетичну якість робіт, але й їх функціональність, масштабованість і здатність захопити увагу глядача у просторі.

Друковані плакати можна використовувати в навчальних закладах, громадських місцях, медичних установах, центрах психологічної підтримки, виставкових залах або на інформаційних стендах у соціальних кампаніях.

Вертикальний формат роботи зручний для розміщення на стінах, рекламних щитах, сіті-лайтах, виставкових стендах тощо. Центральне портретне зображення та контрастна типографіка роблять плакат видимим здалеку, а приглушена колірна палітра створює емоційну атмосферу, яка відповідає тематиці проєкту.

Важливою особливістю презентації є демонстрація не лише окремих робіт, а й серійності, як основного принципу проєкту. Розташовані плакати поруч утворюють єдиний візуальний ряд, що повторює структуру, шрифт, колір і принципи трансформації обличчя. Це підсилює загальне повідомлення серії, дозволяючи глядачам поступово занурюватися в тему психологічних наслідків війни через різні емоційні стани. Такий підхід робить проєкт соціальною кампанією сам по собі, а не набором окремих зображень.

Цифрове середовище відіграє особливу роль у художньо-графічній презентації. Сучасна аудиторія активно споживає візуальний контент через соціальні медіа, тому плакати можна адаптувати для розміщення в Instagram, Facebook, Telegram або інших цифрових платформах. У цьому форматі важливо зберегти читабельність типографіки, виразність центрального зображення та читабельність QR-коду. Завдяки чіткій структурі серія добре адаптується до цифрової візуалізації та може функціонувати, як окрема публікація або як частина інформаційної кампанії.

Ключовим функціональним елементом кожного плакату є QR-код з посиланнями на ресурси психологічної допомоги. Розміщуючи його в нижній лівій частині композиції, ми уникаємо перевантаження центрального зображення, але в той же час залишаємо цей елемент доступним для взаємодії. Напис «Прохання про допомогу – це сила» служить коротким соціальним закликком, який підкреслює, що прохання про допомогу не є ознакою слабкості. У результаті плакати не лише передають інформацію та викликають емоційну реакцію, а й дають практичний шлях до дії.

З художньої точки зору презентація серії має підкреслити головну ідею проєкту – зробити невидимі психологічні стани візуально видимими.

Реалістичні портретні зображення деформуються відповідно до теми кожного плаката, створюючи сильний емоційний вплив. Глядач бачить не абстрактну проблему, а внутрішньо трансформоване людське обличчя. Це забезпечує емпатичний зв'язок між плакатом і глядачем.

З чого робимо висновок, що художньо-графічна презентація серії плакатів «Психологічні наслідки війни» дає змогу всебічно продемонструвати результати проєктної роботи. Вона показує, як окремі плакати працюють у серії, як їх можна використовувати в друкованих і цифрових медіа, а також як графічні засоби працюють для передачі суспільно важливих тем. Розроблена серія не лише має естетичне, але й має практичне значення, оскільки вона має на меті привернути увагу до проблем психічного здоров'я та спонукати людей шукати допомоги за потреби у ній. Художньо графічну презентацію серії плакатів «Психологічні наслідки війни» можна переглянути в додатку В.

Висновки до 3 розділу

У третьому розділі системно розглянуто та проведено основні етапи розробки серії соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни». Практична частина роботи включає формування візуальної концепції та стилістики, розробку, присвячених окремим психологічним станам, а також підготовку художньо-графічної презентації завершеної серії.

Спочатку було визначено загальну візуальну концепцію серії, основна ідея якої полягала у передачі психологічних станів через зміни людського обличчя. Обличчя було обране, як центральний образ, оскільки воно є носієм емоцій, ідентичності та внутрішнього стану людини. Через деформацію, фрагментацію, накладання та зміну портретного зображення вдалося візуально передати невидимі для людини внутрішні переживання, що виникають унаслідок травматичного досвіду життя в реаліях сучасної України, та військових дій.

Важливим композиційним рішенням стала єдина структура всіх плакатів: верхній типографічний блок містить назву психологічного стану та описовий

підпис, центральне портретне зображення, а також нижній текстовий блок доповнює зміст і посилює емоційний вплив. Така структура забезпечила цілісність серії, дала змогу поєднати інформаційний зміст із художньою виразністю, а також створила впізнавану систему візуальної комунікації.

У процесі розробки серії було створено п'ять окремих візуальних рішень: депресія, посттравматичний стресовий розлад, тривога, емоційне оніміння та втрата ідентичності. Кожен плакат має власний графічний прийом, що відповідає сутності конкретного психологічного стану. Депресія була передана через накладання двох напівпрозорих обличчя із різними емоційними проявами; ПТСР — через фрагментацію обличчя та поєднання зображень військового і цивільного; тривожність — через множинність очей і відчуття спостереження; емоційне оніміння — через розподіл обличчя на зміщені геометричні фрагменти; втрата ідентичності — через накладання абстрактної форми, подібної до тесту Роршаха.

Особливу роль у створенні емоційної атмосфери відіграла колірна палітра. У цій серії вибрано приглушені тони жовто-сірого, чорного та темні відтінки, що виражають напругу, втому та психологічну нестійкість. Червона типографіка — це акцентний елемент, який асоціюється з тривогою, небезпекою та внутрішнім болем. Копіювання тексту в напівпрозорих контрастних відтінках додає ефект візуального зміщення, посилюючи загальне відчуття дискомфорту та нестабільності.

Крім того, ключовою частиною кожного плакату є QR-блок із написом англійською мовою «Asking for help is strength». Цей елемент виконує не тільки декоративну чи інформаційну функцію, а й практичну соціальну роль, оскільки спрямовує глядача на ресурс психологічної допомоги. Таким чином плакати не лише привертають увагу до проблеми, а й пропонують реальний шлях до практичних дій.

Художньо-графічна презентація серії дозволила нам показати плакати, як завершений дизайнерський продукт, придатний для використання, як у друкованих, так і в цифрових середовищах. Серію може бути представлена в

публічних просторах, навчальних закладах, центрах психологічної підтримки, соціальних мережах та в рамках соціальних кампаній, присвячених психічному здоров'ю.

Отже, в результаті проведеної роботи було створено цілісну серію соціальних плакатів, яка поєднує реалістичне портретне зображення, цифрову деформацію, символіку, типографіку та емоційно насичену колірну гаму. Окрім візуалізації психологічних наслідків війни, серія сприяє співпереживанню, усвідомленню важливості психічного здоров'я та подоланню стигматизації прохання про допомогу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дослідження у кваліфікаційній роботі було присвячене розробці серії соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни». У рамках цього було комплексно розглянуто проблему візуалізації психологічних станів, що виникають внаслідок воєнного досвіду, а також досліджено можливості графічного дизайну, як інструменту соціальної комунікації. Головною метою було створити серію плакатів, які б не лише інформували аудиторію про проблеми психічного здоров'я в умовах війни, а й викликали емоційний відгук, сформувати емпатію та привернути увагу до необхідності психологічної підтримки.

У першому розділі було розглянуто теоретичні аспекти дизайну соціальних плакатів та візуалізації психологічних станів. Було проаналізовано наукові джерела присвячені психологічним наслідкам війни, включаючи такі стани, як депресія, посттравматичний стресовий розлад, тривожність, емоційне оніміння та втрата особистості. У ході досліджень було виявлено, що війна має глибокий і тривалий вплив на людську психіку, який часто непомітний для оточення, у висновку суспільству важко зрозуміти та прийняти ці психологічні стани. Саме тому є важливим пошук візуальних засобів, що здатні передати ці стани через образ, колір, композицію та символіку.

Також у першому розділі було визначено специфіку соціального плакату, як засобу візуальної комунікації. Виявилось, що соціальні плакат відрізняється від комерційного дизайну своєю спрямованістю на суспільно важливу проблему, емоційний вплив та формування певних установок у глядача. Особливу увагу було приділено ролі кольору, типографіки, композиції, метафори, символіки та деформації образу у передачі психологічних станів. Це дало змогу сформувати теоретичну базу для подальшої розробки авторської серії плакатів.

Другий розділ був присвячений аналізу вихідних даних. У ньому було детально розглянуто психологічні стани, що стали основою для п'яти плакатів: депресія, посттравматичний стресовий розлад, тривожність, емоційне оніміння

та втрата ідентичності. Аналіз кожного стану дав можливість використати його основні емоційні та візуальні характеристики, які були використані в практичній частині роботи. Зокрема було встановлено, що для передачі настільки складних станів доцільно використовувати не буквальні, а метафоричні та символічні образи, які здатні викликати у аудиторії асоціативне та емоційне сприйняття.

У цьому ж розділі було проведено аналіз аналогів соціальних плакатів на теми психічного здоров'я, війни, травми та внутрішнього людського досвіду. Проведене дослідження дозволило виявити ефективні прийоми сучасного соціального плакату, такі як: використання портретного образу, фрагментації, контрастної типографіки, приглушених кольорів та візуальних метафор. Одночасно з цим було визначено цільову аудиторію проєкту, до якої належить як молодь, так і дорослі, які прямо чи опосередковано стикаються з психологічними наслідками війни. Врахування особливостей цієї аудиторії дозволило сформулювати певні принципи майбутнього дизайнерського рішення, такі як емоційна експресивність, легкість розуміння, зорова напруга та здатність викликати співпереживання.

На основі проведеного аналізу другого розділу було сформовано концепцію серії плакатів, основою стало використання людського обличчя як центрального візуального образу. Воно обрано як універсальний носій емоцій, ідентичності та внутрішнього стану людини. Його деформація, накладання, фрагментація чи перекриття додатковими елементами дозволило наочно передати психологічні порушення, спричинені війною. Приглушена жовто-сіра та чорна колірна палітра, типографіка з червоними вставками, контрастно-зміщений ефект дублювання тексту та QR-код із посиланнями на ресурси психологічної допомоги стали важливим елементом концепції.

У третьому розділі описується практична реалізація серії соціальних плакатів. У ньому було описано процес розробки візуальної концепції, стилістики та процес розробки кожного окремого плакату. Було розроблено п'ять унікальних робіт кожна з яких має власний візуальний прийом відповідно

до конкретного психологічного стану. Плакат «DEPRESSION» зображує цей психологічний стан шляхом накладання двох напівпрозорих обличь із різними емоційними проявами, що символізує розрив між зовнішністю людини та її внутрішнім «я». Плакат «PTSD» візуалізує посттравматичний стресовий розлад через фрагментацію обличчя та поєднання військового та цивільної людини, підкреслюючи внутрішній конфлікт між минулим досвідом і поточним життям.

Плакат «ANXIETY» передає тривогу множинністю очей, створюючи відчуття постійного спостереження, напруги та втрати контролю. Плакат «NUMBNESS» візуалізує емоційне оніміння, розділяючи обличчя на зміщені геометричні частини, що символізує втрату цілісності та емоційну відстороненість. Плакат «LOST IDENTITY» розкриває тему втрати ідентичності шляхом накладення на обличчя абстрактних форм, схожих на тест Роршаха, що ускладнює розпізнавання образу та підсилює ідею розмитості власного «я».

У практичній частині особливу увагу було приділено типографіці та композиції. Усі плакати мають єдину структуру: у верхній частині текстовий блок із назвою та описом психічного стану, центральний портретний образ та нижній текстовий блок, який підсилює емоційний зміст. Така структура забезпечує візуальну цілісність серії та сприяє послідовному сприйняттю глядачами інформації. Червона типографіка та її напівпрозоре дублювання створюють ефект тривожного зсуву, що підсилює загальне відчуття психологічної нестабільності.

Ключовими елементами кожного плакату є плашка з QR-код та написом англійською мовою «Asking for help is strength». Цей елемент розширює функціональність плаката, перетворюючи його не лише на засіб емоційного впливу, а й на практичний інструмент соціальної взаємодії. QR-код веде до ресурсу психологічної допомоги, який допомагає глядачам перейти від усвідомлення проблеми до конкретних дій. Таким чином, серія плакатів має не лише художнє значення, а й соціальне та практичне значення.

Художньо-графічна презентація серії дозволила демонструвати плакати, як

готовий дизайнерський продукт, придатний для використання як у друкованих, так і в цифрових середовищах. Серія може бути представлена в громадських просторах, освітніх установах, центрах психологічної підтримки, соціальних мережах та в межах інформаційних кампаній, спрямованих на підтримку психологічного здоров'я. Завдяки єдиному стилю, композиційній структурі та соціальному контексту плакати сприймаються як єдина видима система.

У результаті викання кваліфікаційної роботи, було досягнуто поставленої мети – розроблено серію соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни», що візуалізує складні психологічні стани людини засобами графічного дизайну. Робота поєднує послідовний теоретичний аналіз, дослідження візуальних аналогів, визначення цільової аудиторії та практичну реалізацію авторської концепції. Створена серія плакатів є актуальною в умовах сучасної України, оскільки привертає увагу до проблеми психологічного здоров'я та викликає співчуття до людей, які переживають наслідки війни, та підкреслює важливість звернення по психологічну допомогу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Herman J. L. Trauma and Recovery: The Aftermath of Violence — from Domestic Abuse to Political Terror. New York : Basic Books, 2022. URL: <https://www.basicbooks.com/titles/judith-lewis-herman-md/trauma-and-recovery/9781541602953/> (дата звернення: 01.04.2026).
2. Van der Kolk B. The Body Keeps the Score: Mind, Brain and Body in the Transformation of Trauma. London : Penguin Books, 2015. 560 p. URL: <https://www.penguin.co.uk/books/259420/the-body-keeps-the-score-by-kolk-bessel-van-der/9780141978611> (дата звернення: 06.04.2026).
3. Meggs P. B., Purvis A. W. Meggs' History of Graphic Design. 6th ed. Hoboken : Wiley, 2016. 704 p. URL: <https://www.wiley.com/en-us/Meggs%27%2BHistory%2Bof%2BGraphic%2BDesign%2C%2B6th%2BEdition-p-x000709087> (дата звернення: 05.04.2026).
4. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students. 3rd ed. New York : Princeton Architectural Press, 2024. 256 p. URL: <https://ellenlupton.com/Thinking-with-Type> (дата звернення: 11.04.2026).
5. Lupton E., Phillips J. C. Graphic Design: The New Basics. 2nd ed. New York : Princeton Architectural Press, 2015. 264 p. URL: <https://ellenlupton.com/Graphic-Design-The-New-Basics> (дата звернення: 02.04.2026).
6. Barnard M. Graphic Design as Communication. London ; New York : Routledge, 2005. 208 p. URL: <https://www.routledge.com/Graphic-Design-as-Communication/Barnard/p/book/9780415278133> (дата звернення: 07.04.2026).
7. Crow D. Visible Signs: An Introduction to Semiotics in the Visual Arts. 4th ed. London : Bloomsbury Visual Arts, 2022. 192 p. URL: <https://www.bloomsbury.com/uk/visible-signs-9781350164932/> (дата звернення: 13.04.2026).
8. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. 3rd ed. London ; New York : Routledge, 2023. 328 p. URL: <https://www.routledge.com/An-Introduction-to->

- [Visual-Culture/Mirzoeff/p/book/9780367235345](https://www.visual-culture.com/mirzoeff/p/book/9780367235345) (дата звернення: 04.04.2026).
9. Lester P. M. Visual Communication: Images with Messages. 6th ed. Boston : Cengage Learning, 2013. 448 p. URL: https://books.google.com/books/about/Visual_Communication_Images_with_Message.html?id=jWkJjNq7ZMC (дата звернення: 13.04.2026).
 10. Armstrong H. Graphic Design Theory: Readings from the Field. New York : Princeton Architectural Press, 2009. 151 p. URL: <https://archive.org/details/graphicdesignthe0000unse> (дата звернення: 21.04.2026).
 11. Stone T. L., Adams S., Morioka N. Color Design Workbook: A Real-World Guide to Using Color in Graphic Design. Gloucester : Rockport Publishers, 2006. 240 p. URL: https://books.google.com/books/about/Color_Design_Workbook.html?id=a3CKuAAACAAM (дата звернення: 09.04.2026).
 12. Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років. Київ : Родовід, 2019. 480 с. URL: <https://rodovid.net/product/252/ukrayinska-identychnist-u-hrafichnomu-dyzajjni-19451989-rokiv/> (дата звернення: 14.04.2026).
 13. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ХХ століття: національний та глобалізаційний аспекти : дис. д-ра мистецтвознавства. Харків, 2006. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/2439> (дата звернення: 15.04.2026).
 14. World Health Organization. Mental health in emergencies. WHO, 2025. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-in-emergencies> (дата звернення: 09.04.2026).
 15. World Health Organization. Strengthening National Capacity for Mental Health and Psychosocial Support During the War: WHO support to Ukraine in 2022. WHO, 2023. URL: <https://cdn.who.int/media/docs/default-source/mental-health/special-initiative/who-mhpss-support-to->

- [ukraine feb 2023.pdf](#) (дата звернення: 11.04.2026).
16. World Health Organization. WHO Special Initiative for Mental Health: Ukraine. WHO. URL: <https://www.who.int/initiatives/who-special-initiative-for-mental-health/ukraine> (дата звернення: 18.04.2026).
 17. Inter-Agency Standing Committee. IASC Guidelines on Mental Health and Psychosocial Support in Emergency Settings. IASC, 2007. URL: <https://www.who.int/publications/i/item/iasc-guidelines-for-mental-health-and-psychosocial-support-in-emergency-settings> (дата звернення: 18.04.2026).
 18. American Psychiatric Association. Posttraumatic Stress Disorder: DSM-5-TR Fact Sheet. APA, 2022. URL: <https://www.psychiatry.org/getmedia/eacace92-3964-4350-a0bd-e42fc03e806a/APA-DSM5TR-PTSD.pdf> (дата звернення: 18.04.2026).
 19. American Psychological Association. Clinical Practice Guideline for the Treatment of Posttraumatic Stress Disorder (PTSD) in Adults. APA, 2017. URL: <https://www.apa.org/ptsd-guideline> (дата звернення: 19.04.2026).
 20. National Center for PTSD. PTSD and DSM-5. U.S. Department of Veterans Affairs. URL: https://www.ptsd.va.gov/professional/treat/essentials/dsm5_ptsd.asp (дата звернення: 19.04.2026).
 21. World Health Organization. ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics. WHO. URL: <https://icd.who.int/browse11> (дата звернення: 16.04.2026).
 22. National Institute of Mental Health. Depression. NIMH. URL: <https://www.nimh.nih.gov/health/topics/depression> (дата звернення: 17.04.2026).
 23. National Institute of Mental Health. Anxiety Disorders. NIMH. URL: <https://www.nimh.nih.gov/health/topics/anxiety-disorders> (дата звернення: 19.04.2026).
 24. World Health Organization. Depressive disorder (depression). WHO, 2025. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression> (дата звернення: 19.04.2026).

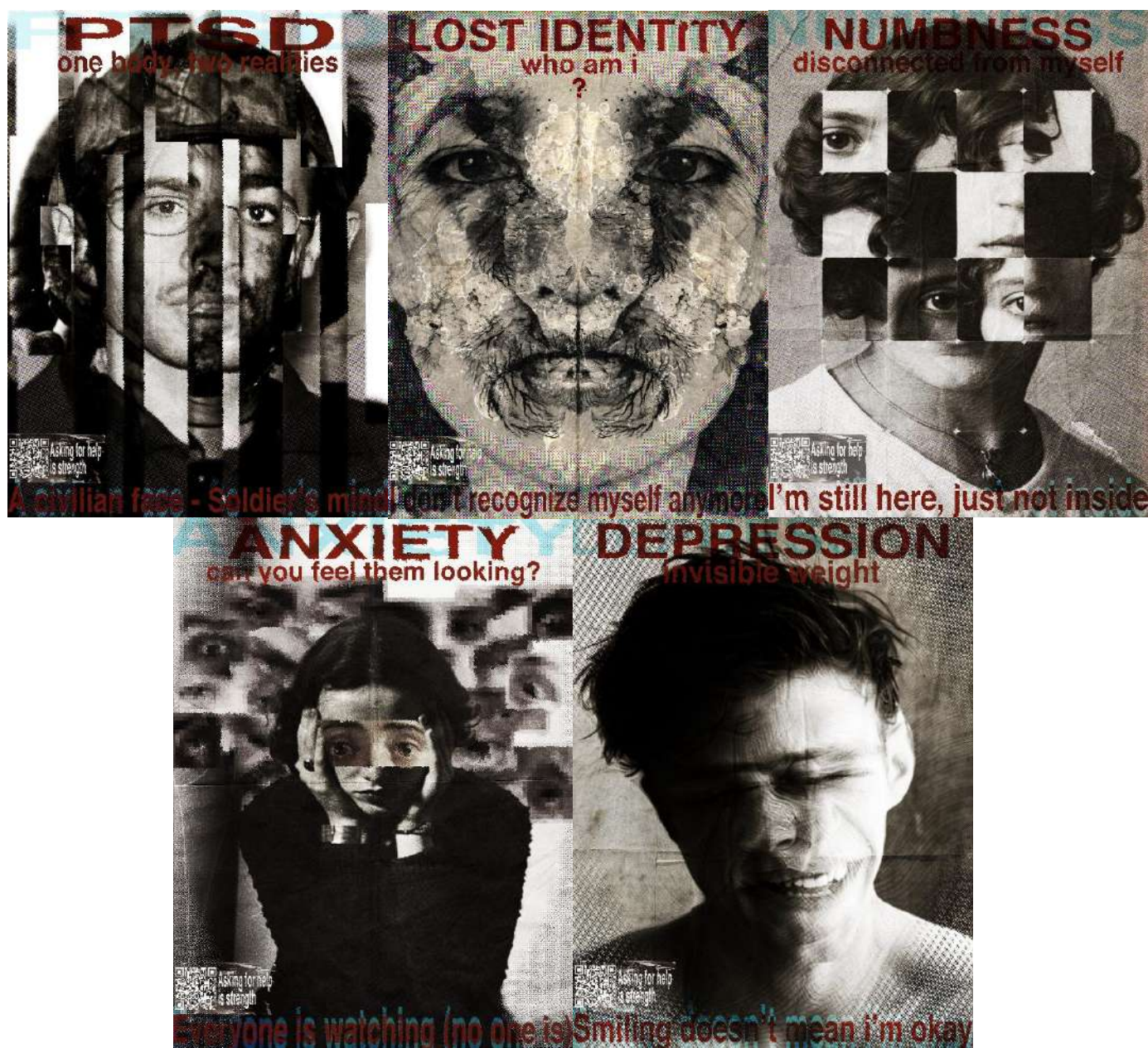
25. Charlson F., van Ommeren M., Flaxman A., Cornett J., Whiteford H., Saxena S. New WHO prevalence estimates of mental disorders in conflict settings: a systematic review and meta-analysis. *The Lancet*. 2019. Vol. 394, Issue 10194. P. 240–248. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31200992/> (дата звернення: 17.04.2026).
26. UNICEF Ukraine. Mental Health and Psychosocial Support. UNICEF, 2025. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/en/documents/mental-health-and-psychosocial-support-0> (дата звернення: 18.04.2026).
27. International Organization for Migration. Mental Health and Psychosocial Support (MHPSS). IOM Ukraine. URL: <https://ukraine.iom.int/mental-health-and-psychosocial-support-mhpss> (дата звернення: 21.04.2026).
28. Всеукраїнська програма ментального здоров'я «Ти як?». Про програму. URL: <https://howareu.com/pro-prohramu> (дата звернення: 18.04.2026).
29. Mental Help. Безкоштовна професійна психологічна допомога українцям онлайн. URL: <https://mentalhelp.com.ua/> (дата звернення: 21.04.2026).
30. Voloshyn Gallery. Промінь входить у ґрунт: персональна виставка Нікіти Кадана. Київ, 2024. URL: <https://voloshyngallery.art/uk/exhibitions/10-the-ray-penetrates-the-soil/> (дата звернення: 18.04.2026).
31. Радіо Свобода. «Росія для мене ворог»: художник Андрій Єрмоленко створив серію плакатів до Чемпіонату світу з футболу 2018 у Росії. 2018. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29278730.html> (дата звернення: 22.04.2026).
32. PEN Ukraine. Художник Андрій Єрмоленко створив жорсткі плакати до ЧС з футболу у Росії. 2018. URL: <https://pen.org.ua/hudozhnyk-andrij-ermolenko-stvoryv-zhorstki-plakaty-do-chs-z-futbolu-u-rosiyi> (дата звернення: 25.04.2026).
33. Gifty. Колекція Олександра Грехова “Тримаймося”. URL: <https://giftы.in.ua/collection/kolekciya-oleksandra-grehova> (дата звернення: 28.04.2026).
34. Тиктор медіа. Художник Олександр Грехов: “Не треба боятися класики”. URL: <https://tyktor.media/portret/oleksandr-hrekhov/> (дата

звернення: 04.05.2026).

35. Coordination Center for Mental Health of the Cabinet of Ministers of Ukraine. System of Mental Health and Psychosocial Support in Ukraine: Targeted Model 3.0. 2026. URL: https://howareu.com/static-objects/howareu/media/PDF/TargetModel_3.0_eng.pdf (дата звернення: 03.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А



Серія соціальних плакатів «Психологічні наслідки війни»

Додаток Б

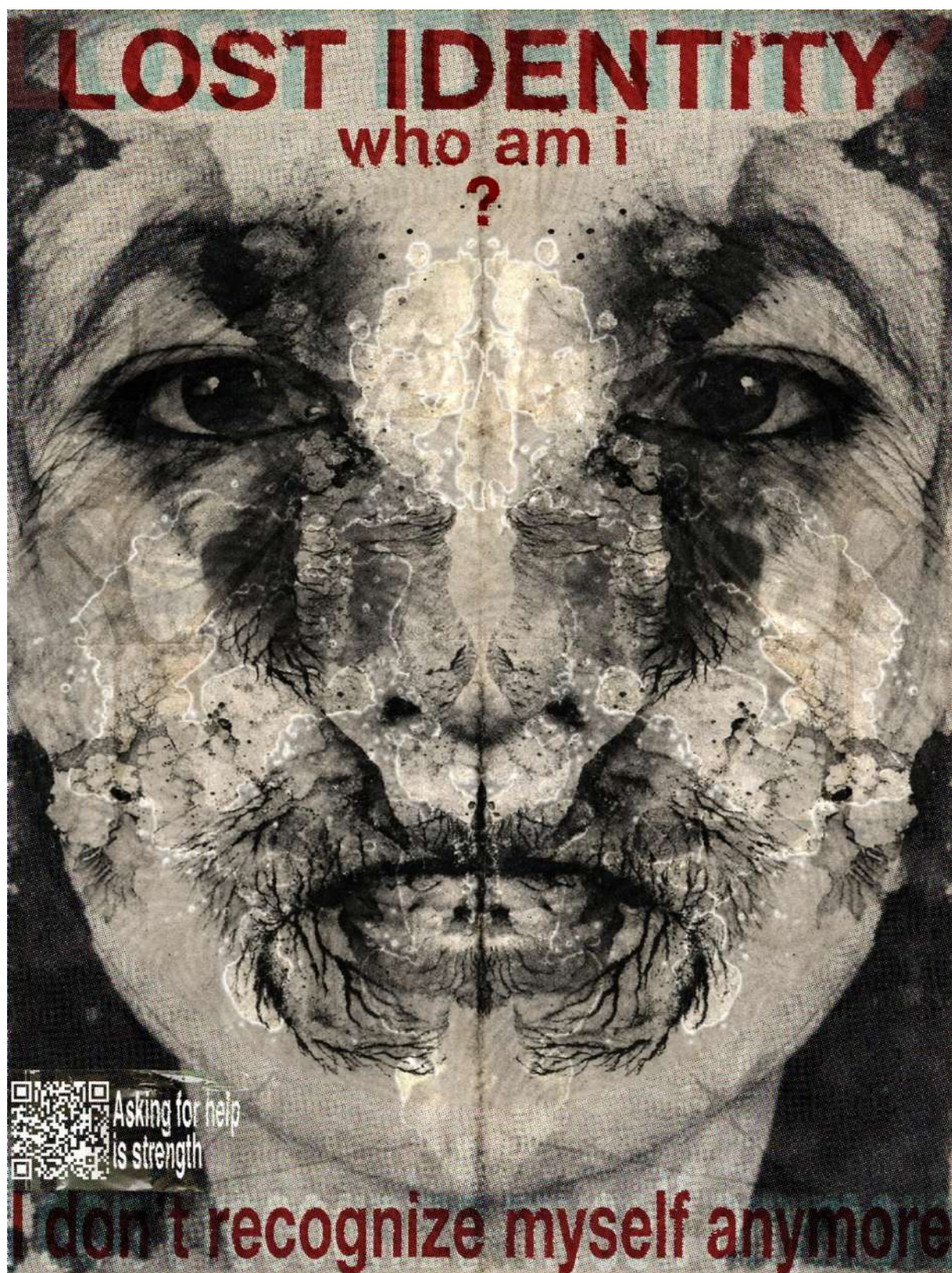


Рис. Б. 1. Плакат присвячений втраті ідентичності «LOST IDENTITY»



Рис. Б. 2. Плакат присвятний тривожності «ANXIETY»

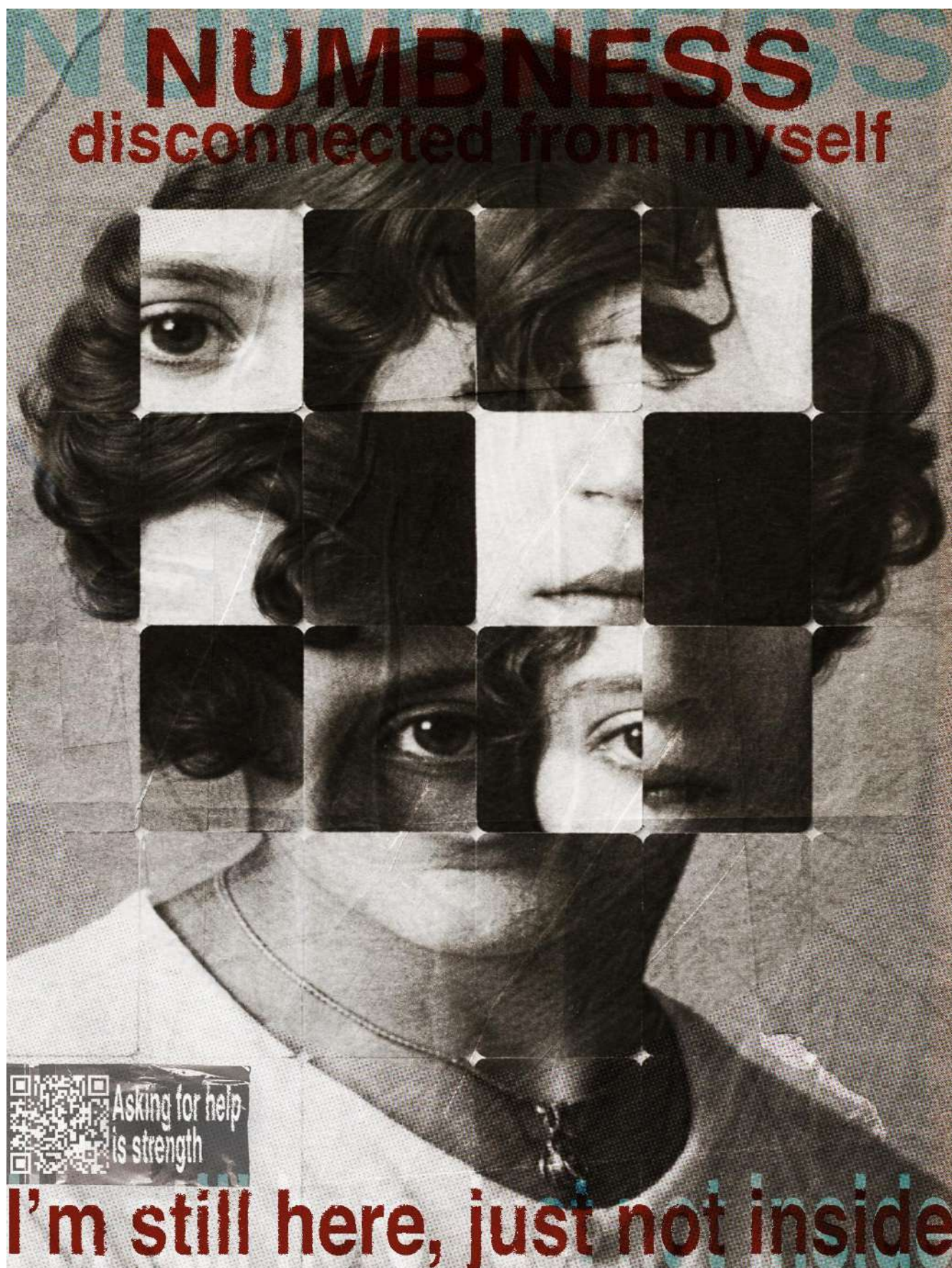


Рис. Б. 3. Плакат присвячений емоційному онімінню «NUMBNESS»

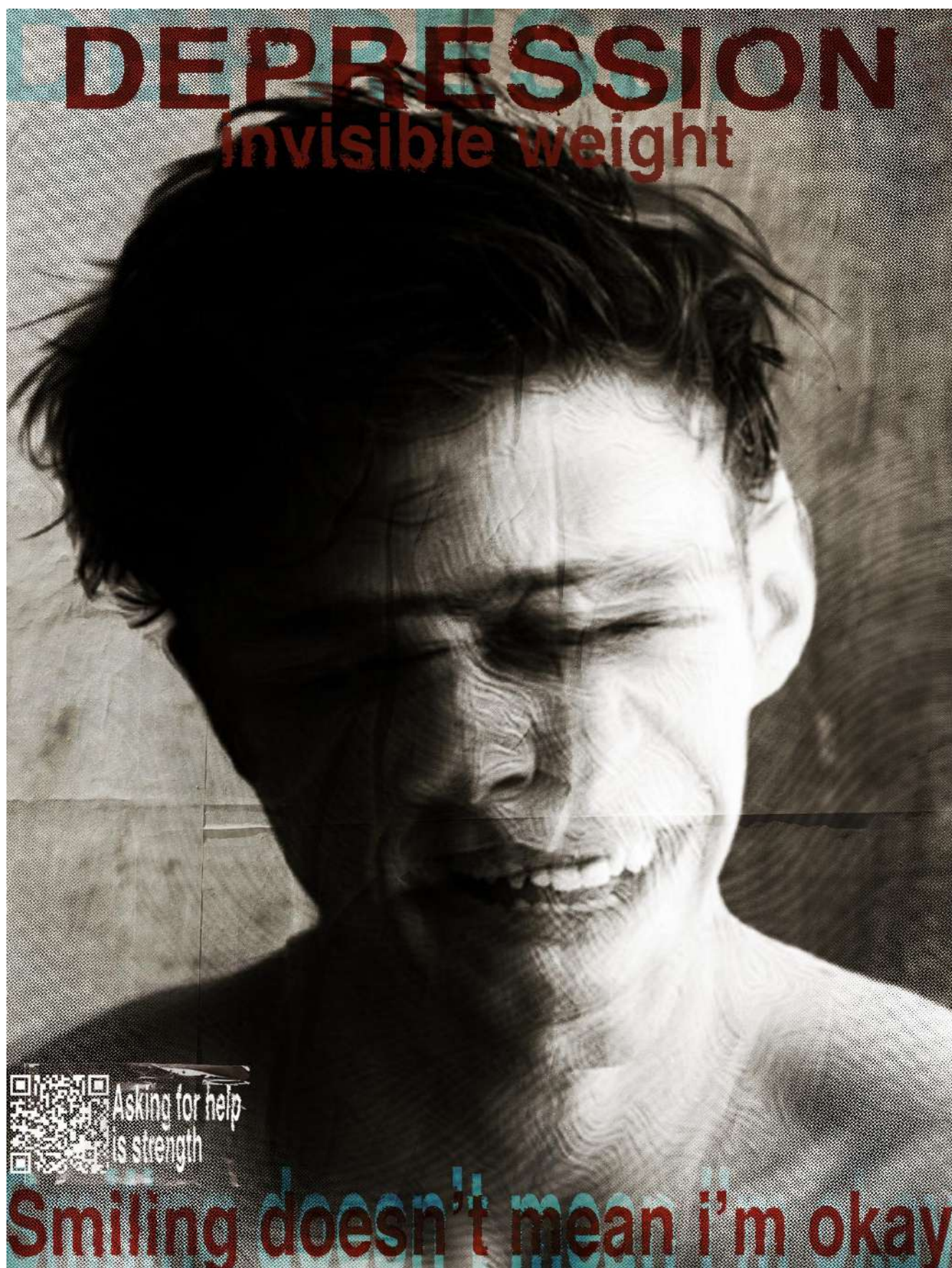


Рис. Б. 4. Плакат присвячений депресії «DEPRESSION»

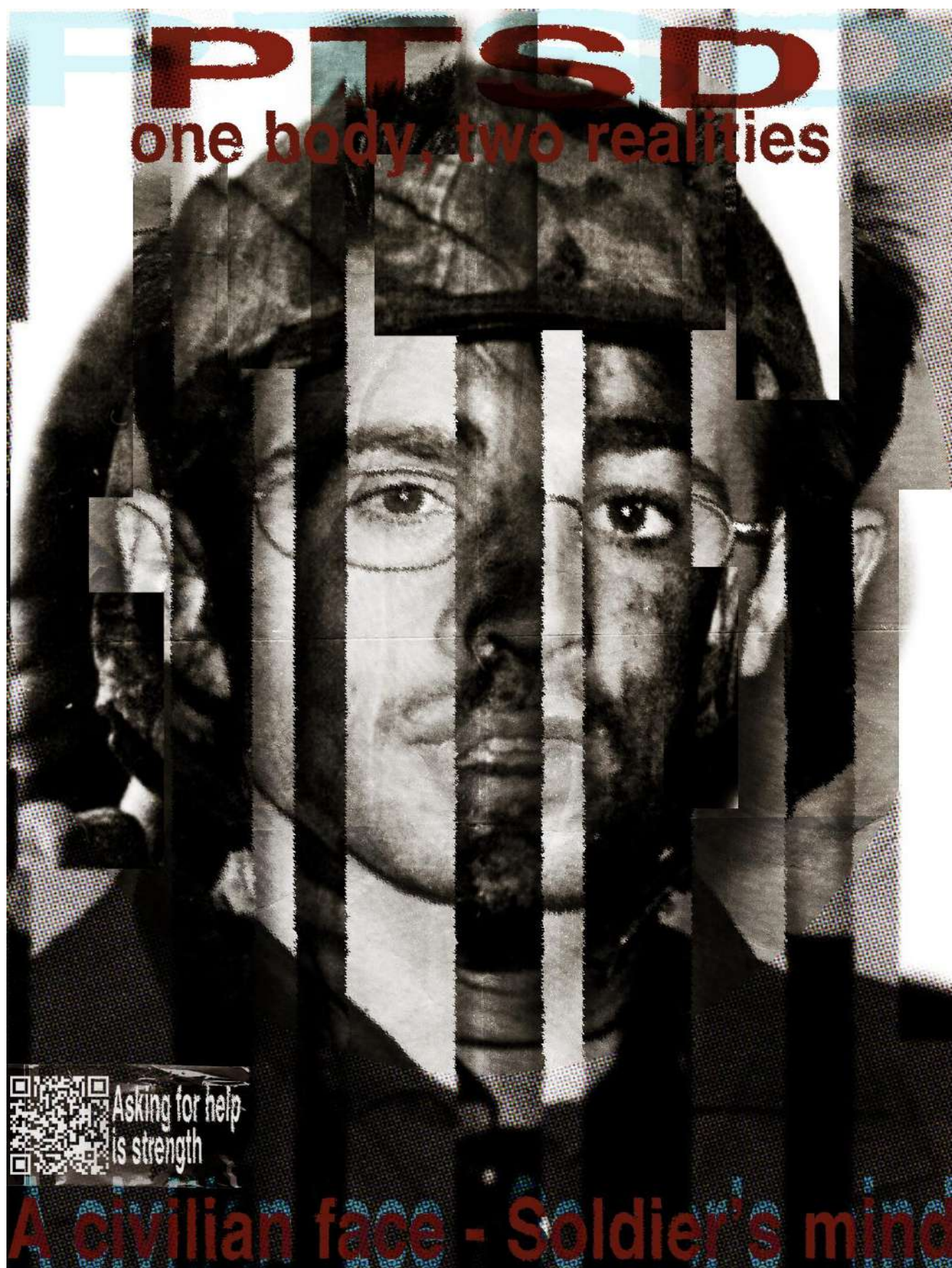


Рис. Б. 5. Плакат посвященный ПТСР «PTSD»

Додаток В



Рис. В. 1. Художньо-графічна презентація



Рис. В. 2. Мокап серії плакатів «Психологічні наслідки війни»



Рис. В. 3. Мокап плакату «ANXIETY»

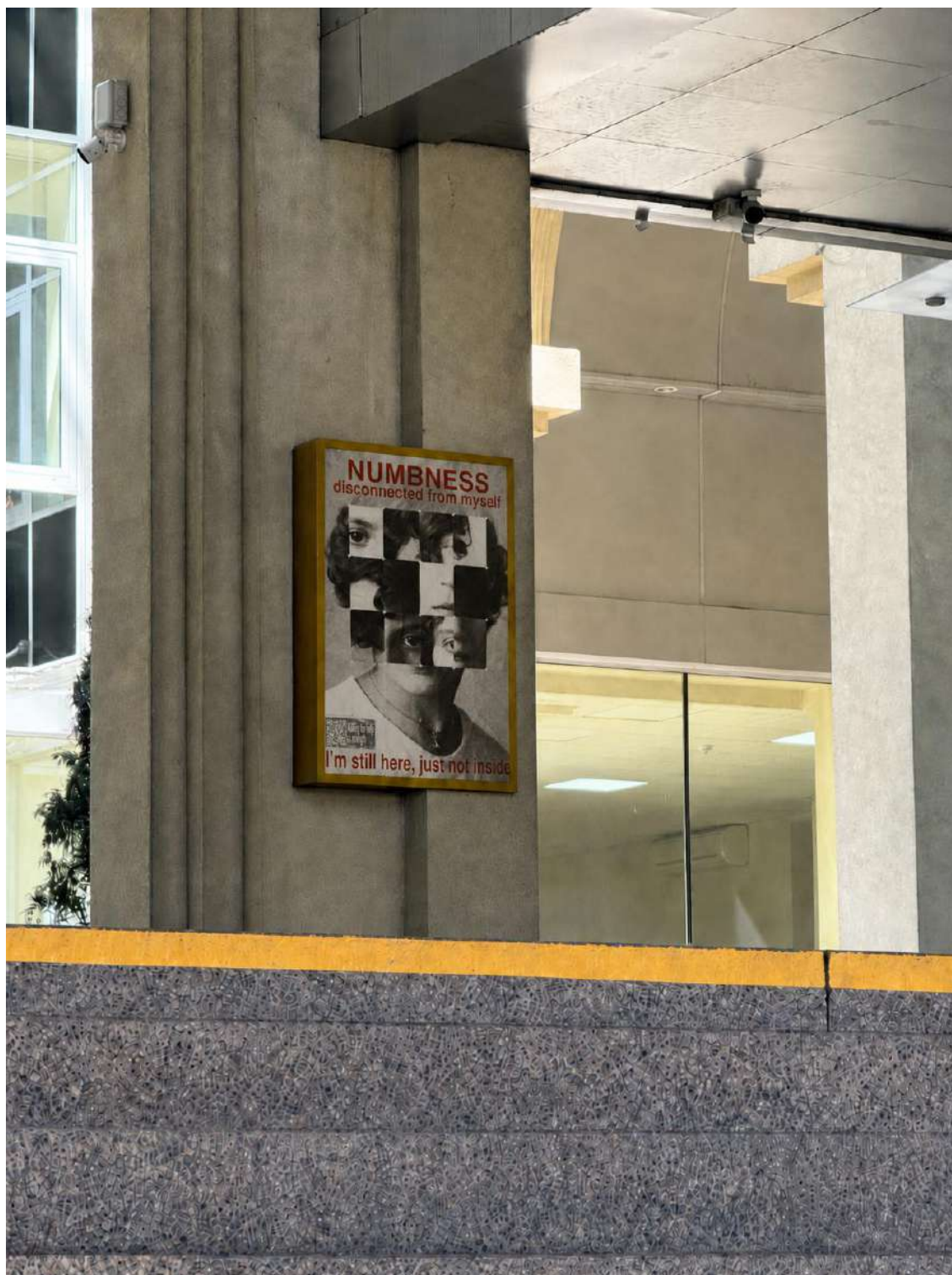


Рис. В. 4. Мокап плаката «NUMBNESS»



Рис. В. 5. Мокап для трьох плакатів «PTSD», «DEPRESSION», «LOST IDENTITY»