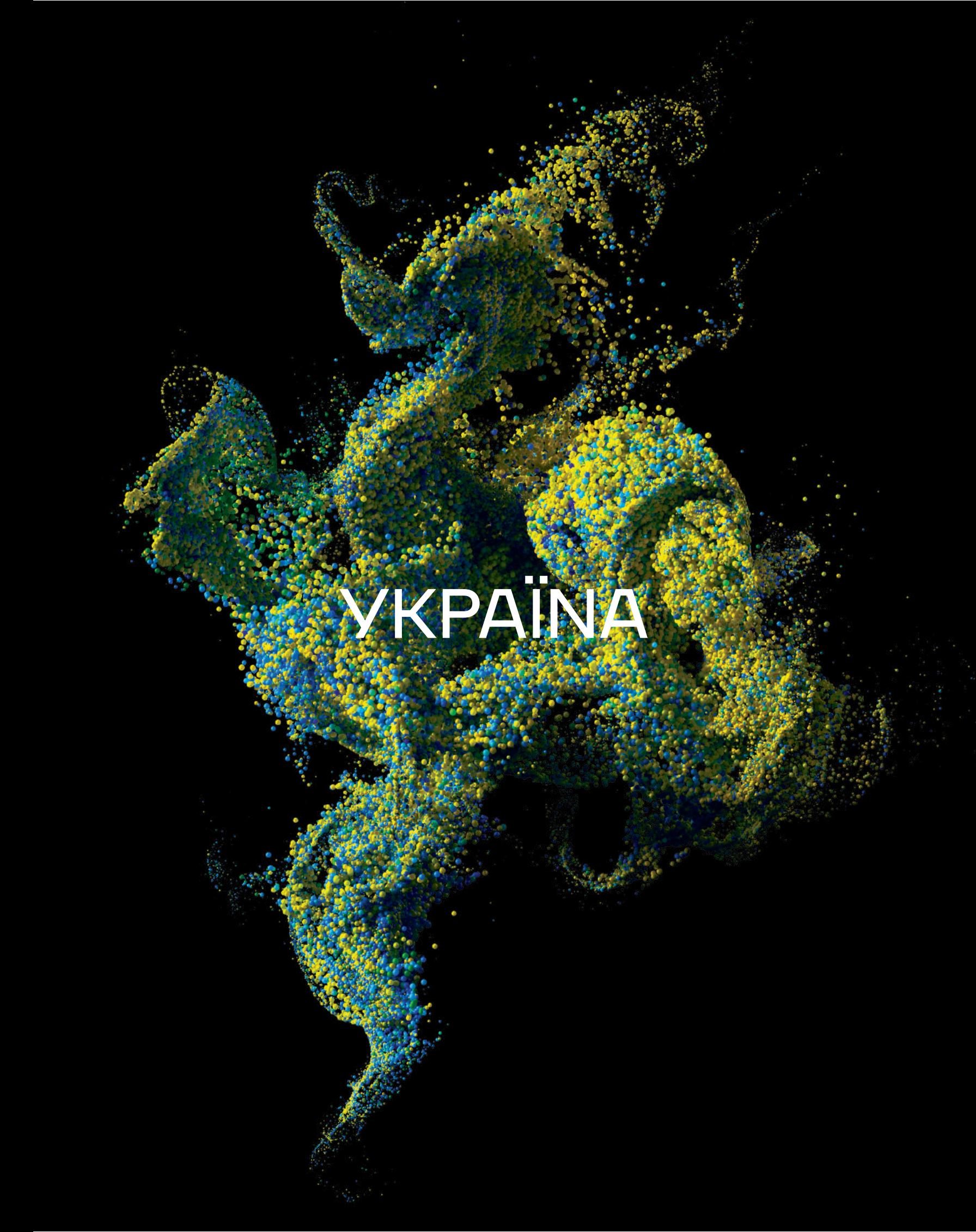


telegRAF.

A stylized map of Ukraine is formed by a dense collection of small, semi-transparent dots in yellow and blue, set against a solid black background. The dots are more concentrated in the central and eastern parts of the map, creating a textured, pixelated effect. The word "UKRAÏNA" is centered over the map in a white, sans-serif font.

UKRAÏNA

A large, billowing cloud of white smoke or steam against a black background. The smoke is thick and textured, with many swirling and billowing shapes. It appears to be rising from the bottom and spreading outwards. The lighting is dramatic, with the smoke being very bright white against the solid black background.

24.02.22
05:00



КРЕАТИВ

05:04

ВУВІС

→ 24 ЛЮТОГО РОСІЯ ПОЧАЛА ПОВНОМАСШТАБНЕ ВТОРГНЕННЯ В УКРАЇНУ ПО ВСІЙ ДОВЖИНІ СПІЛЬНОГО КОРДОНУ І З ТЕРИТОРІЇ БІЛОРУСІ. МІЛЬЙОНИ УКРАЇНЦІВ ПРОКИНУЛИСЯ ВІД ЗВУКІВ ВИБУХІВ О 5:00 РАНКУ: ВСЯ КРАЇНА ЗАЗНАЛА РАКЕТНИХ УДАРІВ. РОСІЙСЬКІ ВІЙСЬКА ПОРУШИЛИ УКРАЇНСЬКІ КОРДОНИ, ЗАВДАЛИ УДАРІВ З ПОВІТРЯ. РОЗПОЧАВСЯ РУХ ТАНКОВИХ КОЛОН І ЖИВОЇ СИЛИ. РОСІЯ ІГНОРУЄ ПРАВИЛА ВЕДЕННЯ ВІЙНИ ТА МАСОВО ВЧИНЯЄ ВОЄННІ ЗЛОЧИНИ. УКРАЇНЦІ СТАЛИ ДО ЗАПЕКЛОЇ БОРОТЬБИ.

INTRO

05:14 Від редактора



05:16 Слово видавця

05:18 Про дизайн

THE SIGHT OF WAR

05:22 **ГРАФІКА** Візуальні образи війни

05:50 Досить малювати голубів

05:56 «Поза політикою» не буває

IT IS PERSONAL

05:06 **ФОТО** Ми всі Україна.
Мітинги підтримки у Берліні,
Турині, Нью-Йорку



05:14 Інструкція: як зробити
ефективний плакат у часи війни

05:18 **ІСТОРІЯ** Ми вирвалися з окупації

05:38 В Україні є багато цінного,
чого не вистачає Європі



05:38 «Підійміть мені повіки»: дизайн-
процес антипропаганди



Підтримати українських
жінок, які втікли від
війни, у боротьбі за
нове майбутнє

FIGHT FOR YOUR LIGHT

05:52 **ДОПОВНЮЄТЬСЯ** Дизайнер,
що пішов служити в ЗСУ



05:58 **ФОТО, ГРАФІКА** Війна в тилу

LEGACY

07:22 **ФОТО** Громадянська позиція
об'єдналася з позицією
художника



07:30 Все у нашому голосі: історія
пропагандистського плаката
в Україні

07:42 Виклики перед
українським дизайном



ГД РЕДАКТОРА



Останній день зими був п'ятим днем війни.

Київ щоранку обростав новими блокпостами, і майже щогодини замирав у повітряній тривозі. Звуки роботи ППО вже не лякали, гортання новинної стрічки вже закріпилося як рефлексний ритуал.

На п'ятий день я спекла святковий пиріг. «Різдвяний» кекс із темними родзинками, сушеними вишнями у цукрі, мигдалем і краплинкою рому. Не краплинкою, звісно, а добрячим таким надлишком у рецептурі.

Той пиріг був святом життя й свободи від страху. То був останній день зими, і ми святкували нашу перемогу.

Впевнена, в кожного українця був свій такий момент. Момент усвідомлення невідворотності перемоги. І я сподіваюся, ніхто цього моменту не соромиться і не сумнівається в ньому.

Я не віддам ворогові своїх днів. Вони всі — мої. Я не дозволю викрасти своє життя, видалити себе з нього. Я буду жити, а не чекати, коли «це все» закінчиться.

Ця віра і стійкість, готовність боротися, щедро розлиті по Україні, — єдине пояснення, чому ми, українці, досі існуємо.

Ви тримаєте в руках номер про візуальну рефлексію воєнного часу. Про змінену реальність, в якій креатив — це зброя проти агресора, і кожна графічна фраза — не лише символ, а й інструмент опору.

Ми зібрали особисті історії: ілюстраторів, які втекли з окупації, дизайнерів, котрі пішли служити на фронт, артдиректорів, які закуповували рації та чистили картоплю для ЗСУ. Зібрали дужі проекти, які допомагають світлу перемагати темряву на інформаційному полі бою. Символи, які підтримують козацький дух та знищують ворожу брехню. Зібрали, бо це все варто зафіксувати, запам'ятати.

Цей наш журнал про найгірше, що могло статися, але про найкраще, що ми змогли в цьому знайти. Наш журнал — про сміливість жити серед смерті. Про силу віри та відвагу. Про перемогу.

→ Анна Карнаух,
головна редактор Telegraf.Design



СЛОВО ВИДАВЦЯ



О 5-й ранку мені подзвонила мама і сказала: «Саша, почалось». Вона схильна перебільшувати, тож я вже приготувався відповісти щось за-спокійливе. А за мить почув звуки вибухів.

Про війну напередодні говорили всі. Мусолили, перебільшували, при-меншували. Війна була на столі, та мало хто вірив, що вона справді почнеться. Ми відчували себе на пороховій бочці, але думали, що по-рох сирий.

Оте «почалось» все змінило.

До війни легше звикнути, ніж до неї приготуватися. Наспів зібрані речі і прописані плани «Б» — слабке заспокійливе.

Плани, очікування, кар'єра, безпека, стабільність — в одну мить все підважилось і втратило сенс. Інфляція майбутнього відбулась миттє-во. Ми застигли в «тут і зараз».

Опинившись усередині торнадо, люди, раніше об'єднані професійни-ми інтересами, об'єдналися характером і волею.

Ми побачили колег, з якими зустрічались на конференціях, під окупа-цією. Тих, хто пішов на фронт, змінивши планшет на джавелін. Тих, хто відклав справи і направив всі сили на волонтерство. Тих, хто презентував проекти з бомбосховищ. Ми побачили різне — справжню ни-цість і справжній героїзм.

Війна показала, скільки може зробити людина, яка перестала боятись.

Як в жерлі вулкана під час війни народжується нове українське мис-тецтво — зле, чесне, сміливе. Новий дизайн, що більше не хоче бути схожим на інших. Нові креативні проекти, що живляться непоступли-вою енергією волі.

Ми побачили, якими можемо бути, та відчули, що іншими бути не тре-ба. Ми втратили чимало ілюзій, та знайшли нових себе.

З того ранкового «почалось», розпочався і новий творчий імпульс української культури.

Другий випуск Телеграфа присвячений рефлексії творчості під час війни. Людям, які опинилися в епіцентрі історії, вижили, перевідкрили себе і стали сильнішими.

Цей випуск присвячується креативникам з усього світу, котрі відсто-яли Україну.

→ Саша Трегуб,
дизайнер, видавець Telegraf.Design, CEO Projector Institute



ПРО
ДИЗАЙН

О 22:50 я закінчив гортати стрічку новин і погасив світло у всій квартирі — світломаскування. Єдиним джерелом освітлення лишився приглушений монітор ноутбука, який я залишив на рендер ілюстрацій для цього випуску. Приблизно за 30 хвилин пролунали сирени повітряної тривоги. Вкотре проклявши всю русню, ми обережно, щоб не розбудити, підняли сина і перебралися в укриття.

Більшість представників креативної сфери зустріли й проводять війну як цивільні. А це — переміщення між областями, волонтерство, затори на блокпостах, нескінченне гортання новин, вибухи, повітряні тривоги, сирени, тривожна валіза, евакуація, спроби бути корисним, «як ти?» з перших годин повномасштабного вторгнення, комендантська година, зуми з рідними, обійми на вокзалах, сльози зустрічей і втрат, донати, невичерпна віра в ЗСУ (ще донати), сміх від буденних дрібниць, які розділяєш з близькими, бомбосховища, підтримка рідних, звичка завжди тримати при собі телефон, здача крові, мітинги, меми як розрада і багато іншого.

З перших днів українська креативна спільнота перейшла в новий режим роботи: одночасне професійне та цивільне волонтерство, комунікаційні кампанії, інформаційний фронт, переформатування бізнесів і проєктів, згортання одних та створення інших. Кожен почав робити те, що міг, вмів та у що вірив. Кожен зірвався зі свого місця, щоб працювати на перемогу.

Дизайн видання, яке ви тримаєте в руках, — це спроба фіксації того досвіду війни, який переживають цивільні. Вибухи та дим стали й інформаційним, і візуальним лейт-мотивом. Дим — це метафорична завіса, яка має розсіятися і явити те, що вона огортала весь цей час. У журналі ви знайдете чимало атрибутів цієї війни. Перетини блокпостів між розділами. Час, який з 05:00 24 лютого почав відлічувати нові сторінки для всієї країни. Повітряні тривоги, світломаскування, шрифт, що вказує стрілочкою, де укриття. Поруч із війною знайдете й образ української креативної спільноти, яка поступово повертається до свого звичного стану і складається у сукупний портрет.

Час від часу вам буде фізично незручно читати журнал. Війна — це взагалі «незручно», це не норма, а цей випуск є її певним відображенням. Але ми котрий місяць/рік/століття чинимо опір ворогові, тож труднощі з комфортним прочитанням журналу — досить символічні.

Слава Україні!

→ Гліб Капоріков,
дизайнер, креативний директор Telegraf.Design

THE SIGHT

ДОСИПЬ
МАЛЮВАТИ
ГОЛУБІВ

О

T OF WAR

«ПОЗА
ПОЛІТИКОЮ»
НЕ БУВАЄ

ВІЗУАЛЬНІ БРАСЛАВІЙЦІ

The background is a dark, atmospheric composition. Large, billowing clouds of grey smoke or mist dominate the center and left side. Scattered throughout the scene are numerous small, glowing spheres in shades of yellow, blue, and red. Some of these spheres are concentrated in specific areas, creating a sense of depth and movement. On the far left edge, there is a vertical strip of red and black rectangular blocks. Four red circles are positioned at the corners of the image, and faint red lines and shapes are visible in the upper right quadrant.

ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ ВІЙНИ

→ КОЖНА ВІЙНА ПОРОДЖУЄ СВІЙ ФОЛЬКЛОР ТА НАБІР ОБРАЗІВ, ЯКІ ВИНИКАЮТЬ ПІД ВПЛИВОМ РЕАЛЬНИХ СИТУАЦІЙ, МІФІВ ТА СПРИЙНЯТТЯ ЦИХ ВІЙН.

Дядько Сем — персоніфікований образ США, наприклад, виник ще під час англо-американської війни 1812 року, та саме він потім закликав американських добровольців на Першу та Другу світові війни. Або ж сатирична пісня «Марш ріки Квай», що її співали британські солдати під час Другої світової та з якої можна було дізнатися, що в Гітлера лише одне яєчко, а у Геббельса їх немає зовсім.

Проте саме російсько-українська війна стала першою великою війною, яка триває в епоху соцмереж. Хтось може скептично ставитися до виразу «інформаційний фронт», але він існує та працює. Саме на інформаційному фронті волонтери збирають необхідну для армії допомогу. В соцмережах можна за лічені години зібрати кошти на безпілотник, за три дні — на байрактар, а ще знайти бронешилети, тепловізори, автомобілі для військових тощо. На цьому ж фронті працюють і дизайнери. Креативи, які вони створюють, допомагають чинити потужний інформаційний спротив, доносити важливі меседжі та розповідати про війну й українській, й іноземній аудиторії. За перші місяці війни на інформаційному фронті виникли потужні візуальні образи, символи боротьби, які дуже цікаво дослідити.

«Русский военный корабль, иди на ***!»

24 лютого 2022, у перший день повномасштабної війни, російський крейсер — флагман ворожого флоту «Москва» — закликав українських прикордонників на острові Зміїний здатися. Один із них відповів вже легендарним сьогодні висловом: «Русский военный корабль, иди на ***!».

Відтоді все змінилося: крейсер затонув від ударів українських ракет «Нептун», а військовослужбовець повернувся додому після півтора місяця російського полону. Проте вислів — залишився та став першим символом цієї війни. Тепер його можна побачити на стінах будівель, на плакатах мітингарів у всьому світі, на рекламних щитах, на одязі й автішках.

У перші дні повномасштабної війни дизайнери та художники надали вислову візуального виміру. Нікіта Тітов здогадався, що під кораблем можна мати на увазі всю росію. Дмитро Симонов зробив лаконічну графіку, яка швидко перейшла на шеврони українських бійців.

Укрпошта випустила на цю тему марку з роботою художника Бориса Гроха, чий ескіз переміг з-по-

між понад 500 робіт інших претендентів. Марка стала справжнім бестселером: черга за нею була безпрецедентною для Головноштамту, а платформа, де її продавали онлайн, на кілька годин «лягла», бо не впоралася з навантаженням — такою була кількість користувачів, які бажали її придбати.

Після випуску марки «народної» творчості про «руський военный корабль» стало менше, але ілюстратори перемкнули свою увагу на тему загибелі самого крейсера «Москва», який став символом майбутньої поразки росії в усій війні. Максим Паленко символічно поєднав корабель та обличчя путіна.