

[https://doi.org/10.31516/2410-5333.066.04¹](https://doi.org/10.31516/2410-5333.066.04<sup>1</sup)

УДК 316.77:7.097.9+008

Ю. О. Сосницький

кандидат мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну, факультет архітектури, дизайну та образотворчого мистецтва, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна
soyual@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-2463-6903>

ПРИНЦИПИ ВИРАЗНОСТІ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТАХ: ВІЗУАЛЬНА МОВА ЧАСУ ЗМІН

У статті досліджено принципи виразності в сучасних українських соціальних плакатах, які виступають ефективним інструментом комунікації в умовах соціальних і культурних трансформацій. Особливу увагу приділено аналізу візуальної мови плакатів, що дозволяє ефективно передавати суспільно значущі меседжі. Розглядаються ключові принципи, такі як лаконічність, символізм, емоційна насиченість та культурна відповідність, які забезпечують високий рівень впливу на глядача. У статті акцентується на сучасних викликах для українського соціального плаката, зокрема на потребі адаптації до глобальних тенденцій та локальних реалій. Проаналізовано приклади візуальних рішень, які досягають когнітивного й емоційного впливу завдяки гармонійному поєднанню графічних елементів та смислового наповнення. Дослідження підкреслює важливість візуальної чіткості й змістовної однозначності для підвищення ефективності соціального плаката як засобу впливу.

Ключові слова: *соціальний плакат, принципи дизайну, візуальна комунікація, український дизайн, національна ідентичність, сучасне мистецтво, культурні трансформації.*

Yu. Sosnytskyi

Candidate of Art Criticism, Associate Professor, Associate Professor of the Fine Arts and Design Department, Faculty of Architecture, Design and Fine Arts of O. M. Beketov Kharkiv National University of Urban Economy, Kharkiv, Ukraine

PRINCIPLES OF EXPRESSIVENESS IN MODERN UKRAINIAN SOCIAL POSTERS: THE VISUAL LANGUAGE OF AN ERA OF CHANGE

The article studies the principles of expressiveness in modern Ukrainian social posters, which serve as a powerful communication tool amidst social and cultural transformations. Special attention is paid to analyzing the visual language of posters that effectively convey socially significant messages. Key principles, such as conciseness, symbolism, emotional intensity, and cultural relevance, are examined, highlighting their role in achieving a high impact on the audience. The article addresses contemporary challenges for Ukrainian social posters, including the need to adapt to global trends and local realities. Examples of visual solutions are analyzed, demonstrating cognitive and emotional effectiveness through a harmonious combination of graphic elements and meaningful content. The study emphasizes the importance of visual clarity and

1 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

semantic unambiguity in enhancing the effectiveness of social posters as tools of influence.

The purpose of the article is to analyze the implementation of the principles of unambiguity, visual conciseness, and synchronicity in modern Ukrainian social posters, as well as to evaluate their effectiveness in achieving communication goals in the context of current social and cultural challenges.

The methodology includes a comprehensive approach. The theoretical foundation includes an analysis of academic literature and prior studies concerning the principles of unambiguity, visual conciseness, and synchronicity in the design of social posters. A comparative analysis method was used to examine the application of these principles in modern Ukrainian social posters alongside examples from other countries and historical periods. Semiotic analysis served as a tool for studying the symbolic content of the visual and textual elements of posters, their semantic coding, and their role in message formation. Empirical methods, including case studies of Ukrainian poster artists, allowed the evaluation of the adaptation of classical principles to the contemporary social context of Ukraine. Additionally, a qualitative study involving audience surveys assessed the perception and effectiveness of social posters in shaping public opinion.

The results reveal several critical findings: 1. Ukrainian social poster art is based on the principles of unambiguity, visual conciseness, and synchronicity, making it a powerful communication tool in society. The use of a minimalist approach facilitates quick message perception, focusing attention on the core content. Visual simplicity is combined with symbolism, enabling a deeper reflection on social issues and themes. Moreover, modern posters incorporate cultural codes and national identity, emphasizing their role in shaping Ukraine's social space. 2. Symbolism is a basis of social posters, as it enables the creation of multilayered images that are comprehensible to diverse audiences through the principles of unambiguity, visual conciseness, and synchronicity. Modern social posters aim to evoke emotions—whether compassion, anxiety, or pride. The use of color, imagery, and text is meticulously selected to foster a profound emotional connection with the audience. 3. Social posters play a unique role in modern society as instruments for influencing public opinion, educating, and shaping values. They draw attention to global issues such as environmental preservation, human rights protection, war resistance, and support for national culture. Additionally, posters serve as vital mechanisms for transmitting ideas across generations, fostering a sense of unity and solidarity. Their ability to respond quickly to social challenges ensures relevance in addressing Today, social posters are not only a communication medium but also an artistic phenomenon that contributes to the development of Ukrainian culture, preserving its uniqueness and national traditions.

The scientific novelty. The scientific novelty of the study lies in the comprehensive analysis of the implementation of the principles of unambiguity, visual conciseness, and synchronicity in modern Ukrainian social posters within the current socio-cultural context. The work systematizes and compares traditional design principles of social posters with their adaptation to modern Ukrainian visual communication. It also analyzes the transformation of semiotic codes in Ukrainian social posters, reflecting the specifics of wartime and cultural self-identification. The research contributes to the development of social poster design theory, taking into account the specifics of the Ukrainian socio-cultural environment and contemporary challenges.

The practical significance of the article. The article provides practical value by offering a detailed analysis of the principles of unambiguity, visual conciseness, and synchronicity in modern Ukrainian social posters, serving as a guide for designers to

create impactful visual communication. The insights into the integration of symbolism, cultural codes, and emotional intensity can be directly applied to enhance the effectiveness of social posters in addressing pressing social issues. By exploring case studies and audience perceptions, the research highlights actionable strategies for using posters as tools for public influence, education, and cultural preservation, especially in the context of Ukraine's contemporary socio-cultural challenges.

Keywords: *social poster, design principles, visual communication, Ukrainian design, national identity, contemporary art, cultural transformations.*

Актуальність теми дослідження. У сучасному українському суспільстві соціальні плакати відіграють важливу роль у приверненні уваги до нагальних проблем, формуванні цінностей та стимулюванні громадської активності. Зміни, що відбуваються в соціокультурному контексті України, зокрема в умовах війни, трансформують способи комунікації, зокрема візуальні. У зв'язку із цим принципи дизайну, такі як однозначність, візуальна лаконічність і синхронність, набувають нового значення. Вивчення того, як ці принципи реалізуються в сучасних соціальних плакатах, дозволяє оцінити їхню адаптацію до українських реалій та ефективність у досягненні комунікативних цілей.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі реалізації принципів однозначності, візуальної лаконічності та синхронності в сучасних українських соціальних плакатах в умовах актуального соціокультурного контексту. У розвідці здійснено систематизацію та порівняння традиційних принципів дизайну соціальних плакатів із їх адаптацією до сучасної української візуальної комунікації; проведено аналіз трансформації семіотичних кодів в українських соціальних плакатах, що відображають специфіку воєнного часу та культурну самоідентифікацію. Дослідження робить внесок у розвиток теорії дизайну соціальних плакатів, враховуючи специфіку українського соціокультурного середовища та сучасних викликів.

Постановка проблеми. Принципи однозначності, візуальної лаконічності та синхронності, визначені раніше в дизайні соціальних плакатів, є універсальними для створення ефективної візуальної комунікації. Однак у сучасному українському контексті вони набувають нових інтерпретацій, враховуючи актуальні соціальні виклики, зокрема війну, суспільну мобілізацію та культурну самоідентифікацію. Проблема полягає в недостатньому аналізі того, як саме ці принципи втілюються в сучасних українських соціальних плакатах, а також їхньої ефективності у формуванні суспільної свідомості.

Мета статті — аналіз реалізації принципів однозначності, візуальної лаконічності та синхронності в сучасних українських соціальних плакатах, а також оцінка їхньої ефективності в досягненні комунікативних завдань у контексті актуальних соціальних і культурних викликів.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження застосовано комплексний підхід. Теоретичну основу становить аналіз наукової літератури й попередніх досліджень, що стосуються принципів однозначності, візуальної лаконічності та синхронності в дизайні соціальних плакатів. Використано метод порівняльного аналізу, який дозволив зіставити реалізацію цих принципів у сучасних українських соціальних плакатах із прикладами з інших країн та історичних періодів. Семіотичний аналіз став інструментом для вивчення символічного навантаження візуальних і текстових елементів плакатів, їхнього змістового кодування та ролі у формуванні повідомлення. Емпіричні методи, зокрема вивчення реальних кейсів українських плакатистів, дозволили оцінити адаптацію класичних принципів до сучасного соціального контексту України. Також було проведено якісне дослідження за допомогою опитування серед глядачів, яке допомогло оцінити сприйняття та ефективність соціальних плакатів у формуванні громадської думки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасне українське плакатне мистецтво є багатогранним феноменом, що відображає історичну тяглість, національну самоідентичність та актуальні виклики глобалізованого світу. Воно перебуває на перетині культурних традицій, соціальних інновацій та новітніх технологій. Попри значний обсяг наукових публікацій, спрямованих на аналіз історії, стилістики й типології українського плаката, аспекти застосування принципів виразності залишаються фрагментарно висвітленими. Це зумовлює перспективи для глибшого дослідження, зокрема стосовно важливості таких принципів, як однозначність, лаконічність та синхронність, у контексті сучасного плакатного мистецтва.

У розглянутих наукових публікаціях наявний акцент на періодизацію історії українського плаката (Храмова-Баранова, 2006; Северіна, 2010; Патон, 2011; Станкевич, 2012; Яковлев, 2012) та його стилістичні й тематичні аспекти (Сбітнева, 2008; Гладун, 2018). Так, дослідники часто приділяють увагу визначенню ключових етапів розвитку плаката: від модерністських експериментів початку ХХ ст. до інноваційного використання комп'ютерного дизайну й віртуальних середовищ у ХХІ ст. Ці праці створюють загальний історичний контекст, однак вони достатньою мірою не розкривають, яким чином принципи виразності забезпечують емоційний вплив та комунікативну ефективність плакатів, особливо в сучасних умовах.

Окремої уваги заслуговує концепція синтезу національних традицій та європейських тенденцій, запропонована О. Лагутенком (2008), яка окреслює плакат як феномен, що функціонує на перетині культур. Водночас недостатньо розкрито, як саме національні символи та коди втілюються в сучасних плакатах за допомогою мінімалістичної чи авангардної візуальної мови.

Наприклад, дослідження М. Гюней (Güney, 2021) та К. Амант (Amant, 2016) свідчать, що адаптація культурних символів до соціальних реалій сприяє створенню більш емоційно насичених і впливових плакатів. Проте ці теоретичні положення ще не набули належного практичного аналізу в українському контексті.

Варто також відзначити внесок у розуміння ключових принципів виразності плаката, зроблений західними дослідниками. Ж. Шере (Геллер, 2019), Г. Дженкінс (Jenkins, 1992) та А. Фрутігер (Frutiger, 2008) акцентували на важливості мінімалізму та символічної однозначності як засобів досягнення миттєвого емоційного відгуку. У сучасних дослідженнях С. Прищенко (2018), М. Колосніченко (2023) звертається увага на адаптацію класичних принципів до нових соціальних і політичних реалій. Водночас в українському контексті недостатньо досліджено, як саме українські автори пристосовують ці принципи у своїх соціальних плакатах, зокрема в умовах сучасних викликів, таких як війна та глобалізація. Дослідження у сфері культурної комунікації підкреслює важливість однозначності в зображеннях, що знижує ризик неправильного тлумачення й допомагає глядачам швидко зрозуміти соціальний меседж (Clarkson, 2015; Amant, 2016). Сучасні дослідження виразності соціальних плакатів також підтверджують важливість інтеграції культурних та соціальних символів, які сприяють формуванню емоційного відгуку (Güney, 2021).

Недослідженими є питання застосування принципів однозначності, лаконічності та синхронності в сучасному українському плакатному мистецтві. Питання ефективності цих принципів у новітніх працях українських авторів залишаються малодослідженими. Таким чином, аналіз принципів виразності в сучасному українському плакатному мистецтві потребує окремого комплексного підходу. Необхідно інтегрувати теоретичні концепції із західної наукової літератури та провести емпіричний аналіз сучасних українських плакатів для виявлення їхньої відповідності принципам однозначності, лаконічності й синхронності. Це дозволить поглибити розуміння ефективності візуальної мови плаката та її ролі в соціальній комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Українське соціальне плакатне мистецтво є ефективним засобом комунікації, що інтегрує символіку, естетику та соціальну відповідальність. У процесі його еволюції особливого значення набули три принципи: однозначність, лаконічність та синхронність. Вони відображають прагнення досягнути максимальної чіткості, ефективності й відповідності сучасним реаліям. Ці принципи стали ключовими у створенні візуальних образів, які не лише інформують, а й мобілізують до дій. Рекламні кампанії на теми війни, соціальних проблем чи культурного самовизначення демонструють, як дизайнери майстерно поєднують ідею та візуальну мову, роблячи повідомлення емоційно насиченим,

актуальним і чітким. Далі розглянемо, як ці принципи формують сучасне українське плакатне мистецтво, зокрема в умовах війни, соціальних викликів та культурного переосмислення.

Принцип однозначності потребує чіткого тлумачення створеного образу для ефективного розуміння рекламного повідомлення та досягнення максимального комунікативного ефекту. Принцип однозначності орієнтований на досягнення чіткості повідомлення. У цьому випадку важливо, щоб візуальний дизайн не залишав місця для різних непорозумінь. Однозначність передбачає, що кожен елемент композиції має бути інтерпретований однаково й не має викликати сумнівів у сприйнятті його значення. Цей принцип акцентує на забезпеченні єдиного чіткого трактування повідомлення, що найкраще в ситуаціях, коли необхідно передати конкретну, беззаперечну інформацію або емоцію. Однозначність прагне усунути будь-які варіанти інтерпретацій, які можуть бути досягнуті в результаті застосування зрозумілих і виразних візуальних засобів, які не підлягають сумнівам.

У цьому контексті важливо, щоб реклама була чітка, зрозуміла та ефективна в спонуканні до змін. Дизайн та зміст слід узгоджувати, щоб передати потужний соціальний зміст та стимулювати реакцію цільової аудиторії. Це трактування можна розглядати як переосмислення сучасного підходу до соціального плаката, який базується на прямоті, зрозумілості та ефективності в спонуканні до поведінкових змін. Його відмінність від попередніх поглядів полягає в новому розумінні ролі плаката як інструменту, що не лише інформує, а й активно впливає на свідомість глядача, спонукаючи до дій.

Сучасний підхід зосереджений на синергії між дизайном та змістом, яка забезпечує чіткість і лаконічність передання ідеї. На відміну від попередніх епох, де нерідко використовувалися складні метафори, багатозначність образів або надмірна текстовість, сучасний плакат прагне досягти однозначного сприйняття повідомлення широкою аудиторією. Засоби виражальності, такі як контрастні візуальні образи, емоційно насичені слогани та акцент на дихотомії «добре — погано», дозволяють не лише привернути увагу, а й викликати емоційний відгук, необхідний для мобілізації глядача до змін. Таким чином, переосмислення зосереджує увагу на інтегрованому підході, де дизайн та ідея працюють як єдине ціле, максимально спрощуючи сприйняття й посилюючи вплив. Це свідчить про те, що сучасне розуміння соціального плаката еволюціонувало до інструменту, що впливає не лише на раціональне, а й на емоційне сприйняття, переводячи комунікацію на новий рівень ефективності.

Принцип однозначності найкраще проявляється в плакатах, де кожен елемент чітко передає конкретне повідомлення, виключаючи можливість різних трактувань. Це мобілізаційні плакати часів війни в Україні, плакати

під час COVID-19 (див. рисунок 1.1), агітація до вакцинації (див. рисунок 1.2), протидія булінгу (див. рисунок 1.3), антиалкогольні та антинаркотичні кампанії, історичні агітаційні плакати, дорожні плакати (див. рисунок 1.4).

З 2023 р. в містах України проводяться соціальні акції на підтримку українських військових, які перебувають у полоні, — «Не мовчи! Полон вбиває!» (див. рисунок 2). Візуальна складова цих плакатів відображає трагічність та гостроту проблеми. Три постаті із заплющеними й закритими долонями очима, приставленим до губ пальцем символізують мовчання, байдужість та пасивність. Червоні смуги на обличчях підкреслюють насильство, страх і невідомість проблеми в суспільстві. Використання рваних країв викликає відчуття руйнування, що додатково наголошує на драматичності ситуації. Чорний фон, який переважає в композиції, лише контрастує з основним текстом, але є й інші асоціації з трагедією, небезпекою та серйозністю. Червоний колір акцентів підсилює відчуття напруження. Можна відзначити, що типографія плаката гармонійно узгоджується з його концепцією та підтримує загальний візуал.

Соціальна реклама традиційно прагне мобілізувати громадськість до конкретних дій. У таких плакатах реалізовано принцип однозначності, який досягає чіткого передання ідеї, унеможливаючи багатозначність чи різноманітні інтерпретації. Засоби виражальності, зокрема контраст між текстовими й візуальними елементами, сприяють формуванню емоційного зв'язку між аудиторією та темою. Образи, представлені на плакатах, виступають метафорами замовчування, загальної пасивності, що апелює до соціальної відповіді. Загалом такі плакати демонструють поєднання лаконічності дизайну, символічної насиченості та високої емоційної виразності, що робить їх ефективним інструментом комунікації в соціальній сфері. Вони відображають сучасний підхід до створення соціального плаката, де ключовою є взаємодія тексту, зображення та символіки для досягнення максимальної комунікативної ефективності.

Чим чіткіша ідея плаката, чим переконливіші й зрозуміліші його образи, тим сильніше він впливає на психологію аудиторії. Лаконічність мови плаката зумовлена його «символічною» природою, яка, своєю чергою, відображається в символізмі його мови. Це твердження українських дослідників дозволяє перейти до другого важливого принципу створення виразного соціального плаката — «принципу візуальної лаконічності». Він стосується візуально-графічного втілення ідеї та доповнює розглянутий вище «принцип однозначності», який стосується концептуальної складової проєкту.

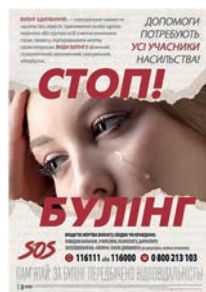
Принцип візуальної лаконічності акцентує на використанні на плакатах лише простої графіки, яка легко сприймається, досягаючи цього за допомогою композиційних засобів. Сучасний ритм життя потребує чітких та яскравих зображень, коротких і запам'ятних фраз, які можна сприйняти за



1.1



1.2



1.3



1.4

Рис. 1. Приклади використання принципу однозначності в сучасному

українському плакаті: 1.1. Плакат під час COVID-19. Фото з архіву автора.

1.2. Серія плакатів загальнонаціональної інформаційної кампанії «Шануйся, піклуйся, вакцинуйся». <https://mcdc.mk.ua/news/shanujsya-piklujsya-vakczinujtsya/>.

1.3. Плакат «Стон! Булінг». <https://hosting-test.net/skazhemo-bulinhu-ni/>.

1.4. Серія плакатів Дорожньо-патрульної служби Вінницької області.

Фото із сайту <https://vn.20minut.ua/Avto/dpsniki-zrobili-shokuyuchi-plakati-dlya-vodiyiv-lihachiv-tebe-hovati-n-10561559.html>

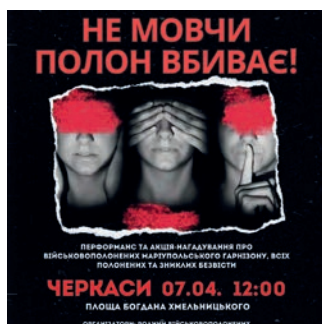


Рис. 2. Плакати соціальної акції «Не мовчи! Полон вбиває!»

у м. Черкаси, 2024 р. Фото з офіційного порталу міської ради

<https://chmr.gov.ua/ua/newsread.php?view=23613&s=1&s1=17>

кілька секунд. Щоб творчі зусилля дизайнера не були марні, важливо ознайомитися із сучасними ергономічними стандартами візуального сприйняття графічних об'єктів зовнішньої реклами. Соціальний плакат, як правило, не є довготривалим, мобільним та оперативним; він повинен бути актуальним не лише за темою, а й за візуальним втіленням. Однак соціальна проблематика може потребувати використання історичних елементів через зв'язок з минулим країни або культурною спадщиною. У таких випадках плакат має залишатися актуальним та сучасним для глядача, але деякі його частини можуть мати історичне забарвлення.

Український графічний дизайнер М. Коваленко створює постери на підтримку України, яка обороняється від російської агресії (див. рисунок 3). У його роботах принцип візуальної лаконічності виникає у створенні композиції, яка передає ідею за допомогою мінімальної кількості графічних і текстових елементів. У плакаті "Prosperous and strong. Ukraine will live" цей принцип реалізовано на високому рівні. Він демонструє мінімалізм за допомогою використання простого фону, одного центрального об'єкта та чіткого текстового блоку. Композиція збалансована, із чітким фокусом на ключове повідомлення, що дозволяє глядачеві миттєво сприйняти ідею. Контраст між головним зображенням, текстом і фоном підсилює вплив, забезпечуючи легке сприйняття. Типографіка також гармонійно доповнює загальний дизайн, не перевантажуючи його, а посилення на основну ідею надається коротко й зрозуміло. Загалом серія плакатів М. Коваленка відповідає принципу лаконічності та демонструє високу ефективність.

Принцип лаконічності має на меті донести ідею за допомогою мінімальної кількості видимих елементів. Це означає, що дизайнерам слід уникати зайвих деталей і надзвичайного насичення інформації. Образ є першочерговим. Лаконічність створює композицію, яка є простою, але водночас такою, що ефективно передає основну ідею. Такий підхід дозволяє зосередити увагу на головному, не перевантажуючи сприйняття, а це важливо для швидкого та ефективного сприймання повідомлення. Лаконічний дизайн, хоча й мінімізований, не завжди прагне до абсолютної однозначності. Визначальна особливість лаконічності — використання спрощених образів, які можуть залишити простір для різних інтерпретацій, проте це не повинно заважати донесенню основної ідеї.

Основною відмінністю між лаконічністю та однозначністю є те, що перший принцип передбачає певний рівень інтерпретації, оскільки головний акцент робиться на скорочених візуальних елементах і забезпечує їм максимальну ефективність при збереженні їхнього змісту. Лаконічний дизайн не завжди прагне до єдиного трактування, а радше до спрощеного, але багатозначного вираження. Водночас однозначність потребує, щоб повідомлення було зняте з можливих трактувань і чітко визначено таким, що не залишає



Рис. 3. Принцип візуальної лаконічності в плакатах М. Коваленка (dnkstudio). Фото з <https://birdinflight.com/nathnennya-2/20220418-mykola-kovalenko-placards.html>

місця для іншого сприйняття. У цьому контексті однозначний дизайн працює на те, щоб створити максимально зрозуміле повідомлення без двозначностей.

Принцип синхронності є ключовим у створенні візуальних повідомлень, які відповідають актуальним стилевим, соціальним і культурним контекстам. Він виникає з прагнення забезпечити гармонійний зв'язок між естетичними характеристиками плаката та сучасними тенденціями візуальної культури. Основна ідея цього принципу полягає у створенні зображень, які зрозумілі та близькі аудиторії конкретного часу. Синхронність у дизайні передбачає використання стилістичних елементів, що співзвучні з актуальними художніми течіями, технологічними можливостями та соціальними запитамі. Наприклад, у сучасному українському плакатному мистецтві часто спостерігається використання стилізацій, характерних для певних історичних періодів, зокрема радянської епохи, що дозволяє інтегрувати знайомі образи в новий змістовний контекст. Це створює своєрідний міст між минулим і сьогоденням, дозволяючи аудиторії легше сприймати повідомлення завдяки впізнаваності та емоційному зв'язку. Принцип синхронності також передбачає врахування особливостей візуального сприйняття сучасної масової культури. Це означає, що автори плакатів мають орієнтуватися на зрозумілу й водночас яскраву мову зображень, яка здатна швидко привернути увагу та викликати інтерес. У цьому контексті важливе значення мають актуальні технічні можливості: цифровий друк, динамічні кольори, інтеграція елементів мультимедіа тощо. Важливо також враховувати стилеві вподобання аудиторії, які можуть варіюватися залежно від вікової, культурної чи соціальної групи.

Основною відмінністю принципу синхронності від інших є його орієнтація на відповідність часу. Це не просто адаптація під масову культуру чи

стилізація, а створення такого художнього образу, який резонує з потребами та очікуваннями сучасності. Синхронність дозволяє плакатам стати не лише виразними, а й актуальними, забезпечуючи їх упізнаваність і ефективність у комунікації з аудиторією. У результаті плакат стає інструментом, який не просто інформує, а й формує частину сучасного культурного простору.

Принцип синхронності яскраво проявляється в сучасному українському плакатному мистецтві, особливо в контексті актуальних подій. Наприклад, роботи Н. Тітова є взірцем того, як мінімалістичні форми та сильні символи резонують із теперішнім суспільним настроєм (див. рисунок 4). Його плакати «Добровольці» із силуетами захисників точно відповідає духу часу, передаючи одночасно простоту й глибину емоцій. Подібним чином А. Єрмоленко у своїх плакатах вдало поєднує традиційні мотиви, такі як образ козака, із сучасними темами, що підкреслюють незламність українців під час війни (див. рисунок 5).



Рис. 4. Принцип синхронності в плакатах Н. Тітова.

<https://shotam.info/ne-mozhu-zalyshatysia-ostoron-istoriia-khudozhnyka-nikitytitova-chyi-roboty-staly-symvolom-borotby-za-ukrainu/>



Рис. 5. Принцип синхронності в плакатах А. Єрмоленка.

https://www.reddit.com/r/Ukraine_UA/comments/v0i037/всі_на_захист_києва_андрій_єрмоленко_створив/

Історія українського плаката також містить приклади синхронності. У ХХ ст. плакати, створені в епоху українського авангарду, наприклад роботи С. Семенов-Менеса, Б. Фрідкіна, А. Каплана, О. Хвостенко-Хвостова, Н. Ширшова, гармонійно відображали стильові тенденції модернізму та прагнення до національної ідентичності. Водночас доба соціалістичного реалізму також демонструє застосування цього принципу: плакати того періоду відповідали політичним та ідеологічним вимогам часу, створюючи чіткий зв'язок із тодішньою реальністю. Проте нині, у зв'язку з війною з Росією та активною відмовою від усього радянського, спостерігається чітка дистанція від використання радянських гасел і символів. Візуальна мова, яка раніше могла апелювати до ностальгічних спогадів чи викликати емоційний відгук, тепер асоціюється з імперською ідеологією, що намагалася знищити українську ідентичність. Сучасні плакати дедалі частіше звертаються до автентичних українських символів, таких як тризуб, орнаменти, історичні образи, переосмислені через призму актуальних подій. Таким чином, естетика плакатного мистецтва спрямована не лише на сучасність, а й на утвердження культурної та національної самобутності, уникаючи будь-яких візуальних елементів, пов'язаних із радянським минулим.

Під час Революції Гідності принцип синхронності став основою для створення плакатів, які поєднували традиційні національні символи, такі як тризуб, із сучасними стилістичними прийомами, зокрема попартотом (див. рисунок 6). Ці роботи не лише відображали протестний дух, а й стали частиною глобальної культурної дискусії, резонуючи далеко за межами України.

Сучасні українські плакати також активно використовують синхронність для комунікації з міжнародною аудиторією. Наприклад, роботи, створені для кампаній на підтримку України під час війни, застосовують впізнавану синьо-жовту кольорову гаму та універсальні символи миру й свободи. Це дозволяє легко привертати увагу глядачів і викликати емоційний відгук, навіть якщо реципієнти не знайомі з деталями української культури.

Таким чином, принцип синхронності в українському плакатному мистецтві проявляється в результаті поєднання актуальних стильових течій, соціальних запитів і культурної спадщини. Він робить плакати впізнаваними, емоційно сильними та зрозумілими для аудиторії свого часу, забезпечуючи їхню ефективність як засобу візуальної комунікації.



Рис. 6. Принцип синхронності. Плакати до Революції Гідності українського вуличного художника Sociopath «Ікони Революції» згодом видалили з фасаду будинку на вул. Грушевського, 4. Фото з Fb-сторінки Sociopath



7.1



7.2



7.3

Рис. 7. Приклади використання принципу синхронності: 7.1. Р. Рябенко. Плакат «Боріться — поборете». Офіційний інформаційний портал Кабінету Міністрів України <https://covid19.gov.ua/> with UploadWizard. 7.2. О. Ком'яхов. День пам'яті Героїв Небесної Сотні. <https://koda.gov.ua/20-lyutogo-den-pamyati-geroyiv-nebesnoyi-sotni/>. 7.3. Плакат для комунікації з міжнародною аудиторією із серії плакатів на підтримку України. Харків, 2023 р. Фото з архіву автора.

Висновки.

1. Українське соціальне плакатне мистецтво базується на принципах односторонності, візуальної лаконічності, синхронності, що робить його ефективним засобом комунікації в суспільстві. Використання мінімалістичного підходу сприяє швидкому сприйняттю повідомлення, зосереджуючи увагу на ключовому змісті. Візуальна простота поєднується із символізмом, що дозволяє глибше відобразити соціальні теми та проблеми. Крім того, сучасний плакат враховує культурні коди та національну ідентичність, що підкреслює його роль у формуванні українського соціального простору.

Особливості композиції, гармонія кольорів, типографіка та стиль виконання створюють унікальний стиль, який не лише привертає увагу, а й викликає естетичну насолоду глядача.

2. Символіка є основою соціального плаката, адже саме вона дозволяє створювати багатозначні образи, зрозумілі різним аудиторіям за допомогою зазначених принципів: однозначності, візуальної лаконічності, синхронності. Сучасний соціальний плакат спрямований на виклик емоцій — співчуття, тривоги, гордості. Використання кольору, зображень та тексту ретельно підбирається для формування глибокого емоційного контакту з глядачем. Емоційна складова плаката може не лише привертати увагу до важливих проблем, а й стимулювати певні дії, наприклад участь у благодійних ініціативах чи соціальних проєктах. Здатність символів адаптуватися до сучасних реалій робить соціальний плакат універсальним інструментом комунікації.

3. Соціальний плакат відіграє унікальну роль у сучасному суспільстві, будучи інструментом впливу на громадську думку, виховання та формування цінностей. Він дозволяє привертати увагу до глобальних проблем, таких як збереження довкілля, захист прав людини, боротьба з війною та підтримка національної культури. Також плакат є важливим механізмом передання ідей між різними поколіннями, формуючи відчуття спільності та єдності. Його здатність швидко реагувати на соціальні виклики забезпечує актуальність у вирішенні нагальних проблем. Нині соціальний плакат є не лише засобом комунікації, а й мистецьким явищем, яке сприяє розвитку української культури, зберігаючи її унікальність і національні традиції.

Перспективи подальших досліджень у межах докторської дисертації зосереджені на аналізі використання сучасних цифрових інструментів, таких як штучний інтелект (AI), віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) у створенні соціальних плакатів. Ці технології здатні значно розширити візуальні та інтерактивні можливості плакатів, підвищуючи їхній вплив на аудиторію. Перспективним є аналіз психологічних реакцій на різні стилі соціальних плакатів у контексті культурних відмінностей, що сприяло б адаптації комунікативних стратегій для мультикультурних аудиторій. Планується дослідити застосування AI-технологій для створення персоналізованих соціальних плакатів, які б автоматично адаптували стиль і зміст до конкретної аудиторії, зокрема молоді та людей похилого віку, враховуючи специфічні вимоги цих груп до візуальної інформації.

Список посилань

Геллер, С., & Кваст, С. (2019). *Графічні стилі: від вікторіанства до хінстерства*. ArtHuss. (Оригінальна назва: *Graphic Style: From Victorian to New Century*). О. Журавльова, Д. Пінчук (Переклад). ISBN 978-617-7799-09-1.

- Гладун, О. (2018). Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. *Сучасне мистецтво*, (14), 115–122. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.13.2018.152212>
- Колосніченко, М. В. (Ред.). (2023). *Адаптивна роль плакату в контексті розвитку сучасного мистецтва* [колективна монографія]. КНУТД.
- Лагутенко, О. А. (2008). *Українська графіка першої третини ХХ століття: загальноєвропейські тенденції та національні особливості розвитку* [Автореферат дисертації доктора, Національна академія образотворчого мистецтва та архітектури]. Національна академія образотворчого мистецтва та архітектури. <http://www.disslib.org/ukrayinska-hrafika-pershoyi-tretyny-khkh-stolitija-zahalnoyevropejski-tendentsiyi-ta.html>
- Патон, Б. Є. (Ред.). (2011). *Історія української культури: у 5 т.* (Т. 5. Книга 1: Українська культура ХХ — початку ХХІ століть). Наукова думка.
- Прищенко, С. (2018). *Художньо-образна система рекламної графіки* [монографія]. НАКККіМ.
- Сбітнева, Н. Ф (2008). Графічний дизайн: до історії становлення. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, (2), 96–105. http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2008_2_13
- Северіна, О. М. (2010). *Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами Міжнародних трієнале «4-й Блок»)* [Автореферат дисертації кандидата, Харківська державна академія дизайну і мистецтв]. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. <http://search.nbuv.gov.ua/publ/REF-0000280775>
- Станкевич, М. (2012). Протодизайн, концепції і морфологія дизайну. У М. І. Яковлева (Ред.), *Нариси з історії українського дизайну ХХ століття: Зб. статей* (сс. 122–131). Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України, Фенікс.
- Храмова-Баранова, О. Л. (2006). Деякі сторінки історії розвитку графічного дизайну в Україні у ХХ ст. та його періодизація. *Наукові праці: науково-методичний журнал*, (35), Т. 48. Історія, 131–134. <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/48-35-25.pdf>
- Яковлев, М. І. (2012). Передмова до зб. статей. У М. І. Яковлева (Ред.), *Нариси з історії українського дизайну ХХ століття: Зб. статей* (сс. 3–5). Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України, Фенікс.
- Clarkson, M. (2015, January 30). Elements of Visual Communication [Association]. *Procomm IEEE*. <https://procomm.ieee.org/elements-of-visual-communication/>
- Frutiger, A. (1980). *Type, Sign, Symbol*. ABC.
- Frutiger, A. (2008). *Symbole: Geheimnisvolle Bilder-Schriften, Zeichen, Signale, Labyrinth, Heraldik*. Haupt.
- Günay, M. (2021). Design in visual communication. *Art and Design Review*, 9, 109–122. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.92010>
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.

St. Amant, K. (2016). Cultural considerations for communication design. *Communication Design Quarterly Review*, 4 (1), 6–22. <https://doi.org/10.1145/2875501.2875502>

References

- Heller, S., & Chwast, S. (2019). *Graphic Style: From Victorian age to New Century*. (Graphichni styli: vid viktorianstva do hipsterstva. ArtHuss). O. Zhuravlova, D. Pinchuk (Trans.). ISBN 978-617-7799-09-1. [In Ukrainian].
- Hladun, O. (2018). Ukrainian poster: stages of development of visual and plastic language. *Suchasne mystetstvo*, (14), 115–122. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.13.2018.152212>. [In Ukrainian].
- Kolosnichenko, M. V. (Ed.) (2023). *The adaptive role of the poster in the context of the development of contemporary art* [collective monograph]. Kyiv National University of Technology and Design. [In Ukrainian].
- Lahutenko, O. A. (2008). *Ukrainian Graphic Arts of the First Third of the XX Century: European Trends and National Peculiarities of Development* [Doctoral dissertation, National Academy of Fine Arts and Architecture]. National Academy of Fine Arts and Architecture. <http://www.disslib.org/ukrayinska-hrafika-pershoyi-tretyny-khkh-stolittja-zahalnoyevropejski-tendentsiyi-ta.html> [In Ukrainian].
- Paton, B. E. (Ed.) (2011). *History of Ukrainian culture: in 5 volumes* (Vol. 5. Book 1: Ukrainian culture of the XX — early XXI centuries). Naukova dumka. [In Ukrainian].
- Pryshchenko, S. (2018). *Artistic and figurative system of advertising graphics* [monograph]. National Academy of Management Personnel of Culture and Arts. [In Ukrainian].
- Sbitnieva, N. F. (2008). Graphic design: to the history of formation. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*, (2), 96–105. http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2008_2_13. [In Ukrainian].
- Severina, O. M. (2010). *Ecological poster: formation and development (based on the materials of the International Triennial “4th Block”)* [Candidate’s thesis, Kharkiv State Academy of Design and Arts]. Kharkiv State Academy of Design and Arts. <http://search.nbuv.gov.ua/publ/REF-0000280775>. [In Ukrainian].
- Stankevych, M. (2012). Protodesign, concepts and morphology of design. In M. I. Yakovlieva (Ed.), *Narysy z istorii ukrainskoho dyzainu XX stolittia: Collection of articles* (pp. 122–131). Institute of Contemporary Art Problems of the National Academy of Arts of Ukraine, Phoenix. [In Ukrainian].
- Khramova-Baranova, O. L. (2006). Some pages of the history of graphic design development in Ukraine in the twentieth century and its periodization. *Naukovi pratsi: naukovo-metodychnyi zhurnal*, (35), Vol. 48. History, 131–134. <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/48-35-25.pdf>. [In Ukrainian].
- Yakovliev, M. I. (2012). Preface to the collection of articles. In M. I. Yakovlieva (Ed.), *Narysy z istorii ukrainskoho dyzainu XX stolittia: A collection of articles*

- (pp. 3–5). Institute of Contemporary Art Problems of the National Academy of Arts of Ukraine, Phoenix. [In Ukrainian].
- Clarkson, M. (2015, January 30). Elements of Visual Communication [Association]. *Procomm IEEE*. <https://procomm.ieee.org/elements-of-visual-communication/>. [In English].
- Frutiger, A. (1980). *Type, Sign, Symbol*. ABC. [In English].
- Frutiger, A. (2008). *Symbole: Geheimnisvolle Bilder-Schriften, Zeichen, Signale, Labyrinthe, Heraldik*. Haupt. [In English].
- Günay, M. (2021). Design in visual communication. *Art and Design Review*, 9, 109–122. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.92010>. [In English].
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge. [In English].
- St. Amant, K. (2016). Cultural considerations for communication design. *Communication Design Quarterly Review*, 4 (1), 6–22. <https://doi.org/10.1145/2875501.2875502>. [In English].

Надійшла до редколегії 07.10.2024