

УДК 766:76.02+37.504

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/62-1-6>

**Богданна БАБКІНА,**  
*orcid.org/0000-0002-5342-8540*  
студентка II курсу магістерського рівня  
Інституту архітектури та дизайну  
Національного університету «Львівська політехніка»  
(Львів, Україна) *babkina\_b@ukr.net*

**Майя БАБКІНА,**  
*orcid.org/0000-0002-6403-2226*  
кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов  
Інституту гуманітарних і соціальних наук  
Національного університету «Львівська політехніка»  
(Львів, Україна) *babkina\_m@ukr.net*

## СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ ЯК ЗАСІБ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ

У статті досліджено особливості соціального плаката як засобу емоційного впливу на формування екологічної свідомості людини. Розглянуто екологічну проблему вирубки лісів та знищення зелених масивів у дизайні соціального плаката, розкрито суспільну проблему через емоційне сприйняття зорових і вербальних образів.

Відповідно до мети проаналізовано наукові дослідження й публікації, у яких висвітлено функції плаката як жанру візуальної комунікації. Встановлено на основі сучасних досліджень, що соціальний плакат є ефективним засобом передачі візуальної інформації, реклами, носієм культурних трендів, способом впливу на свідомість особистості та її мотивацію до активної діяльності.

Наведено та охарактеризовано приклади соціального плаката екологічного спрямування українських та зарубіжних авторів, в яких розглядається проблема знищення дерев.

З'ясовано, що створюючи графічні зображення, дизайнеру необхідно враховувати емоційне сприйняття глядачем певних проблем. Емоції як широка сфера почуттів і переживань людини впливають на всю її діяльність, мають соціальний характер, що свідчить про ставлення людини до різних явищ суспільного життя. Через емоції людина усвідомлює певну проблему, її аналізує, досліджує, дає свою оцінку та шукає шляхи вирішення. Дизайнеру необхідно знати як відбувається сприйняття образів глядачами і вміти влучно донести до аудиторії суспільну проблему.

Акцентовано, що плакат потребує сучасних дизайнерських рішень, поєднуючи традиційні та інноваційні підходи, повинен мати чітку візуальну комунікативну формулу, спрямовану на розкриття певної проблеми та стимулювання до діяльності. Створення плаката передбачає дотримання принципів: чіткість подачі, зрозумілість образу, графічна виразність, лаконічність у розкритті змісту, спрямованість на сучасного глядача. Зазначено, що завданням дизайнера є пошук нових форм, ефективних методів, інноваційних підходів до створення екологічних плакатів, щоб привернути увагу громадськості до вирішення проблем захисту навколишнього середовища.

**Ключові слова:** соціальний плакат, емоційний вплив, екологічна проблема, вирубка дерев, екологічна свідомість.

**Bohdanna BABKINA,**  
*orcid.org/0000-0002-5342-8540*  
Second-year Master's student  
Institute of Architecture and Design of Lviv Polytechnic National University  
(Lviv, Ukraine) *babkina\_b@ukr.net*

**Maiya BABKINA,**  
*orcid.org/0000-0002-6403-2226*  
Candidate of Pedagogical Sciences,  
Associate Professor at the Foreign Languages Department  
Institute of Humanities and Social Sciences of Lviv Polytechnic National University  
(Lviv, Ukraine) *babkina\_m@ukr.net*

## SOCIAL POSTER AS A MEANS OF EMOTIONAL INFLUENCE ON THE FORMATION OF ENVIRONMENTAL AWARENESS

*The article examines the peculiarities of the social poster as a means of emotional influence on the formation of a person's environmental consciousness. The ecological problem of deforestation and the destruction of green massifs in the design of the social poster is considered, and the social problem is revealed through the emotional perception of visual and verbal images.*

*According to the goal, scientific studies and publications are analysed, which highlighted the functions of the poster as a genre of visual communication. It is established on the basis of modern research that the social poster is an effective means of transmitting visual information, advertising, a carrier of cultural trends, a way of influencing the consciousness of an individual and his motivation for activities.*

*Examples of ecologically oriented social posters by Ukrainian and foreign authors are presented and characterized, in which the problem of tree destruction is considered.*

*It is found that when creating graphic images, the designer needs to take into account the viewer's emotional perception of certain problems. Emotions, as a broad sphere of human feelings and experiences, affect all of his activities, have a social character, which indicates a person's attitude to various phenomena of social life. Through emotions, a person becomes aware of a certain problem, analyses it, investigates it, gives his assessment and looks for solutions. For this, the designer needs to know how the audience perceives images and be able to accurately communicate a social problem to the audience.*

*It is emphasized that the poster needs modern design solutions, combining traditional and innovative approaches, must have a clear visual communicative formula aimed at revealing a certain problem and stimulating activity. The creation of a poster requires compliance with the following principles: clarity of presentation, clarity of the image, graphic expressiveness, brevity in revealing the content, targeting the modern viewer. It is noted that the task of the designer is to find new forms, effective methods, innovative approaches to creating ecological posters in order to draw public attention to the solution of environmental protection problems.*

**Key words:** social poster, emotional impact, environmental problem, cutting down trees, environmental awareness.

**Постановка проблеми.** Сучасні проблеми захисту довкілля вимагають формування екологічної свідомості людини, усвідомлення необхідності її взаємодії з природним середовищем та вміння раціонального природокористування. Популяризація свідомого ставлення людини до природи передбачає пошук різних засобів впливу на її спосіб мислення, погляди, емоції, поведінку, активізацію процесів емпатії, рефлексії, співпереживання. Одним із засобів впливу на емоційний стан людини та її свідомість є соціальний плакат. Як жанр візуальної комунікації він має різноманітні інформаційні та виховні можливості.

**Аналіз досліджень.** Значна кількість сучасних досліджень присвячені жанру візуальної комунікації, яким є соціальний плакат як носій культурних трендів, засіб реклами, спосіб впливу на громадянську свідомість і мотивацію особистості до активної діяльності тощо.

У культурному вимірі плакат має бути естетичним і нестандартним, мати графічну варіативність, зберігати символічні значення, бути цікавим для цільової аудиторії (Прищенко, 2020).

Ефективність дії плаката як інструмента й ефективного засобу передачі візуальної інформації полягає у створенні вдалої інформаційної концепції, що забезпечує результативне сприйняття, знаходиться під впливом мас-медіа та віддзеркалює дух часу (Залевська, 2019).

У соціальному плакаті значну роль відіграє застосування влучних метафор, які посилюють

враження від задуманого образу та додають глибинного змісту розуміння проблем. На основі цього у плакатному мистецтві формується візуальний ряд соціальних повідомлень (Олешко, Петровська, Палій, 2019).

Важливе значення у створенні плаката має мотиваційний аспект. Точні змістові цитати й графічні образи з психологічною складовою мотивують глядача до вирішення певних проблем (Гуменюк, 2021).

При створенні плаката як засобу рекламного повідомлення соціального змісту необхідно враховувати ціннісні орієнтації, погляди, принципи, інтереси і потреби споживачів, що сприятиме правильному графічному оформленню соціальної реклами, організації її інформаційного змісту та ефективному його поданню різним цільовим аудиторіям (Москаленко, Іванова, 2007).

У сфері екологічної пропаганди плакат посідає вагомe місце у формуванні екологічно орієнтованого образу мислення в суспільстві (Бернат, 2017).

У нашому дослідженні розглядаємо екологічну проблему вирубки лісів і знищення зелених масивів у дизайні соціального плаката, його візуальне сприйняття та вплив на емоційний стан і формування екологічної свідомості людини.

**Мета статті** – дослідити особливості соціального плаката як засобу емоційного впливу на формування екологічної свідомості людини.

**Виклад основного матеріалу.** Успішне вирішення екологічних проблем потребує нової ідео-

логії життя й формування екологічної свідомості особистості. Пріоритетна роль у цьому процесі належить екологічній освіті, яка здатна створити передумови для виховання екологічно зорієнтованих фахівців найрізноманітніших професій. Екологічно зорієнтований дизайнер, створюючи соціальний плакат, може висвітлювати найактуальніші екологічні проблеми, сучасний стан довкілля, забезпечення населення водою, стан лісових ресурсів, ґрунтів, використання корисних копалин, забруднення повітря тощо.

Для цього дизайнеру необхідно знати як відбувається сприйняття образів глядачами та вміння влучно донести до аудиторії суспільну проблему. У дизайні соціального плаката потрібно брати до уваги емоційне сприйняття глядачем проблеми, оскільки почуття, переживання здатні впливати на всю діяльність і активність людини. Через емоції, які виконують різні функції (аналіз, оцінювання, стимулювання, регулювання), людина усвідомлює проблему, її аналізує, досліджує, оцінює та шукає шляхи вирішення. Таким чином, у соціальному плакаті як одному із жанрів графічного дизайну висвітлюється суспільна проблема через емоційне сприйняття зорових і вербальних образів.

В умовах глобалізації та соціокультурних трансформацій, як зазначає С. Прищенко, змінилася візуальна мова, відображаючи кардинальні зміни ціннісних орієнтацій та естетичних смаків суспільства. На думку науковця, візуальні потоки переважають над вербальними, виникає фрагментарне, «кліпове» мислення, засноване на емоціях, побудоване на візуальності та сприйнятті великої кількості різних елементів (Прищенко, 2020: 101-102).

Отже, графічні зображення сприймаються краще і мають більший емоційний вплив, ніж вербальний текст. Тому соціальний плакат як витвір графічного мистецтва, цілісний інформаційний продукт, рекламний носій візуалізації соціальної проблеми, засіб пропаганди суспільних цінностей, реалізатор естетичних смаків повинен мати не лише змістове навантаження, а й емоційно впливати на споживача, формуючи його світогляд.

Створення плаката, що висвітлює соціальну проблему, потребує сучасних дизайнерських рішень. Як носій масової інформації соціальний плакат повинен мати чітку візуальну комунікативну формулу, спрямовану на розкриття певної проблеми й стимулювання до діяльності; виконувати комунікаційні функції (інформаційну, експресивну, мотиваційну); відповідати певним принципам, що спрямовані на глядача (графічна виразність, лаконічність у розкритті змісту, чіткість подачі, зрозумілість образу); поєднувати

в собі взаємодію різних складових частин (ілюстративні зображення, колірну гаму, шрифтові композиції, орнаменти, фотографії, символічні значення, художні метафори, фірмові константи, слогани, гасла тощо). Формат плаката може бути різним, а за композиційними особливостями поділятися на візуальний, текстовий, або мати графічне і вербальне поєднання.

До художньо образних засобів створення плаката належать фотографіка, мальоване або цифрове зображення, нарративні та ненаративні засоби (цитування, метафора, алегорія, іронія, парадокс, гротеск, гіпербола, колаж), що направлені на образне та емоційне сприйняття інформації, поданої в плакаті. Використання ремінісценції, алюзії, мозаїчності, пастишу, палімпсесту, подвійного кодування та різноманітних стилістичних запозичень визначають належність візуальної інформації до тексту в плакаті (Залевська, 2019).

На сьогодні однією з соціальних проблем, яка висвітлюється в плакаті, є екологічна пропаганда. Через загострення екологічних проблем плакат стає емоційнішим, лаконічнішим, частіше застосовуються метафори та символи (Бернат, 2017: 179). Екологічна складова є характерною для постмодерністського освоєння світу. Українському плакату на екологічну тематику притаманні занепокоєння на рівні змісту та толерантність візуальної мови на рівні форми (Залевська, 2019).

До однієї з найбільших екологічних проблем, які висвітлює соціальний плакат, належить неконтрольована вирубка лісів, знищення дерев. Вирубання лісів, втрата зеленого масиву в містах сягає критичного рівня в Україні. Знищується фотосинтезуюча фітомаса, що виконує важливі екологічні функції, погіршується газовий склад атмосфери, зникає багато рослинних видів тощо. Територія, вільна від дерев, перетворюється в бідний ландшафт, стає непридатною для життя. Ця проблема викликає занепокоєння не лише в екологів, а й у дизайнерів.

За допомогою соціального плаката дизайнер має змогу привернути увагу суспільства до цієї проблеми. Як продукт візуальної комунікації плакат повинен розміщуватися в масових місцях, формуючи екологічно спрямовану суспільну думку в громадськості. Як стверджує Л. Бернат, екологічний плакат є активним учасником суспільного життя, який не тільки доносить до співгромадян думку про екологічні проблеми, їх причини та наслідки, а й намічає шляхи їх вирішення (Бернат, 2017: 182).

У XXI столітті екологічна проблема збереження дерев набуває значної популярності та

спонукає до реалізації різноманітних проєктів: організуються виставки й конкурси плакатів, постери використовуються для обкладинок книг, розміщуються на вулицях міст, а також у соціальних мережах і на головних сторінках вебсайтів. У сучасних екологічних плакатах висвітлюється проблема вирубки дерев. Своє бачення руйнівної діяльності щодо знищення дерев дизайнери передають, використовуючи засоби емоційного впливу.

Прикладом плаката, який трактує нераціональне використання паперу, є робота Я. Гранковської «Папір. Від народження до смерті», 2018 р. (рис. 1). Дизайн плаката подано в цікавому стилістичному та композиційному вирішенні, що трактує діяльність людини щодо природи. Зображено ланцюг людських дій, що призводить до нерозумного використання паперу і як наслідок – винищення дерев. Макулатура, яка не переробляється, а йде на сміття, стає причиною забруднення довкілля і вирубки дерев.



Рис. 1. Гранковська Я. «Папір. Від народження до смерті», 2018 р.

Джерело доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-guide/269799-sim-zvichok-mistyanyaki-ryatuyut-lis>

Ще одним прикладом сучасного українського плаката щодо вирубки дерев є постер А. Євтушенка «Чи вартє написано друку», 2018 р. (рис. 2). Риторичне запитання у плакаті закликає нас уникати зайвого друку на папері. Цей плакат мотивує, щоб віддавати перевагу електронному варіанту подачі інформації: використання електронних квитків, книг, листів, рекламних оголошень тощо. Дизайн плаката є мінімалістичним, проте з великим змістовим контекстом, який алегорично трактує знак електронної пошти на тлі зрубленої кори дерева.



Рис. 2. Євтушенко А. «Чи вартє написано друку», 2018 р.

Джерело доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-guide/269799-sim-zvichok-mistyanyaki-ryatuyut-lis>

У плакаті О. Музиченко «Зелене місто», 2018 р. (рис. 3) розглядається проблема озеленення міст. У сучасному світі через надмірну забудову житловими масивами та виробничими підприємствами бракує місця для посадки дерев. Озеленення міст вкрай необхідне для боротьби з надлишковими вуглецевими викидами та наповнює нашу атмосферу киснем. У дизайні плаката змальовується місто майбутнього, у якому немає місця живому дереву. Колірна гама трактує сірість забудови та хроматичний акцент штучних дерев.



Рис. 3. Музиченко О. «Зелене місто», 2018 р.

Джерело доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-guide/269799-sim-zvichok-mistyanyaki-ryatuyut-lis>

Негативний вплив урбанізації на довкілля висвітлений у плакаті «Урбанізація», рекламної агенції Leo Burnett, Німеччина, 2012 р. (рис. 4). Символіка та емоційний стан плаката трактує занепад міст, що нагадує постапокаліпсис без жодного живого місця. Драматизмом ситуації є забудова та повне зникнення зелених насаджень, що шкодить навколишньому середовищу.



Рис. 4. Agency Leo Burnett «Urbanisation», 2012 р.

Джерело доступу: [https://www.adsoftheworld.com/media/print/nabu\\_megacities\\_blue](https://www.adsoftheworld.com/media/print/nabu_megacities_blue)

Людська байдужість до навколишнього середовища передана в соціальному плакаті на екологічну тематику німецького дизайнера Клауса Штека «Із руїн зацвітає нове життя» 1970–80 рр. (рис. 5). Плакат має емоційний підтекст. Алегорично передано дерево, яке пробивається крізь зашморги бетонних магістралей. Плакат створений технікою колажу. Колірна гама магістралей є ахроматичною, а дерево хроматичним, що створює колірний та композиційний акцент.



Рис. 5. Клаус Штек «Із руїн зацвітає нове життя», 1970–80 рр.

Джерело доступу: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/taym-aut/posilannya-do-sovisti>

Рекламною агенцією AlmarBBDO було розроблено серію соціальних плакатів екологічного спрямування. У плакаті «Знищення лісів забирає з собою інші життя» (рис. 6) передані страждання зрубаних дерев. На кожному пеньку присутня графічна подача емоцій персонажів з антропоморфними та зооморфними мотивами. Передана алегорія страждань дерев в образі людей та тварин різної вікової категорії.



Рис. 6. AlmarBBDO «Знищення лісів забирає з собою інші життя», 2009 р.

Джерело доступу: <https://eco-live.com.ua/content/blogs/10-kreativnikh-plakat-v-v-d-greenpeace>

З цієї серії у постері «Зупиніть катастрофу» (рис. 7) переданий трагізм вирубки дерев. Композиція плаката трактує могутність і велич дерева на протигагу маленькій людині, яка намагається його знищити. Колірна гама є ахроматичною, що підсилює катастрофу цієї ситуації.



Рис. 7. AlmarBBDO «Знищення лісів забирає з собою інші життя», 2009 р.

Джерело доступу: <https://eco-live.com.ua/content/blogs/10-kreativnikh-plakat-v-v-d-greenpeace>



Рис. 8. Джен Кабрера «Люби нашу планету», 2013 р.

Джерело доступу: [https://www.etsy.com/listing/641961204/eco-poster?click\\_key=a3349340cfe46da1d459a51293b1e6c3ca85afb9%3A641961204&click\\_sum=c77ed706&ref=nla\\_rv-1](https://www.etsy.com/listing/641961204/eco-poster?click_key=a3349340cfe46da1d459a51293b1e6c3ca85afb9%3A641961204&click_sum=c77ed706&ref=nla_rv-1)

Прикладом плаката для екологічного виховання дітей є постер Джен Кабрера «Люби нашу планету» 2013 року (рис. 8). Головна ідея постера – формувати екологічну культуру дитини, навчити поважати та любити природу. Графічна подача трактує усміхнений образ Землі з антропоморфними мотивами, а також її густе волосся у вигляді великої кількості стилізованих дерев.

Таким чином, дизайн соціального плаката є ефективним засобом емоційного впливу на формування екологічної культури і свідомості людини. Створюючи соціальний плакат, дизайнер закликає до взаємодії людини та природи, що є важливим аспектом сучасного життя суспільства.

**Висновки.** Екопостер, візуалізуючи суспільну проблему забруднення довкілля, неконтрольованої вирубки дерев, є ефективним засобом формування екологічної свідомості людини. Через емо-

ційне сприйняття графічних зображень людина усвідомлює певну проблему, її аналізує, досліджує, дає свою оцінку та шукає шляхи вирішення.

Отже, екоплакат потребує сучасних дизайнерських рішень, поєднуючи традиційні та інноваційні підходи, пошук нових форм, ефективних методів, повинен мати чітку візуальну комунікативну формулу, спрямовану на розкриття певної проблеми та стимулювання до діяльності. Створення соціального плаката екологічного спрямування передбачає дотримання принципів: чіткість подачі, зрозумілість образу, графічна виразність, лаконічність у розкритті змісту, дотримання пропорцій щодо візуальної та вербальної подачі. Плакат повинен відповідати основним вимогам: висвітлювати актуальні соціальні проблеми, виконувати пізнавальну й виховну функції, емоційно подавати зміст, бути візуально привабливим та спрямованим на сучасного глядача.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бернат Л. А. Історія становлення та етапи розвитку екологічного плаката в Україні. *Культурна спадщина України: сталий розвиток і національна безпека* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 20 квітня 2017 р. Т. 1. К. : НАКККіМ, 2017. С. 177–183.
2. Гуменюк Б. С. Плакат як засіб мотивації сучасної молоді. Політ. Сучасні проблеми науки : тези доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Національний авіаційний університет. Київ. 2021. С. 385–387.
3. Залевська О. Ю. Проектно-художні засоби українського плаката доби постмодернізму: дисерт. на здоб. наук. ступ. канд. мистецтвознавства 17.00.07 – Дизайн. Харків. 2019. URL: <https://www.ksada.org/doc/diss-zalevska.pdf>.
4. Москаленко Л., Іванова Я. Сприйняття соціальної реклами споживачами. *Психолого-педагогічні аспекти розвитку особистості в сучасному світі* : збірник наукових праць. Полтава: Освіта. 2007. С. 64–69.
5. Олешко О. П., Петровська Ю. Р., Палій Т. Я. Екологічні проблеми у соціальному плакаті. *Інженерна геометрія і комп'ютерна графіка*. 2019. URL: <https://www.sworld.education/konferger7/18.pdf>
6. Прищенко С. В. Візуальна семантика і художня образність плаката. *Культура і сучасність*. 2020. № 1. С. 97–103.

#### REFERENCES

1. Bernat L. A. (2017). Istoriya stanovlennya ta etapy rozvytku ekolohichnoho plakata v Ukrayini. [History of formation and stages of development of ecological poster in Ukraine] *Kul'turna spadshchyna Ukrayiny: stalyy rozvytok i natsional'na bezpeka: materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi*, Kyiv, 20 kvitnia, 2017 – Cultural heritage of Ukraine: sustainable development and national security: materials of the International Scientific and Practical Conference, Kyiv, April 20, 2017. Vol. 1. 177–183. [in Ukrainian].
2. Humenyuk B. S. (2021). Plakat yak zasib motyvatsiyi suchasnoyi molodi. Polit. [The poster as a means of motivating modern youth] *Suchasni problemy nauky: tezy dopovidey KHKH Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi zdobuvachiv vyshchoyi osvity i molodykh uchenykh*. Natsional'nyy aviatsynnyy universytet. Kyiv. – Flight. Modern problems of science: theses of reports of the 21st International Scientific and Practical Conference of Graduates of Higher Education and Young Scientists. National Aviation University. Kyiv. 385–387. [in Ukrainian].
3. Zalevska O. Yu. (2019). Proektno-khudozhni zasoby ukrayins'koho plakata doby postmodernizmu: [Design and artistic means of the Ukrainian poster of the era of postmodernism] *dysert. na zdob. nauk. stup. kand. mystetstvoznavstva 17.00.07 – Dyzayn*. Kharkiv. URL: <https://www.ksada.org/doc/diss-zalevska.pdf>. [in Ukrainian].
4. Moskalenko L., Ivanova Ya. (2007). Spryynyattya sotsial'noyi reklamy spozhyvachamy. [Perception of social advertising by consumers] *Psykhologo-pedahohichni aspekty rozvytku osobystosti v suchasnomu sviti: Zbirnyk naukovykh prats'*. Poltava: Osvita. – Psychological and pedagogical aspects of personality development in the modern world: Collection of scientific papers. Poltava: Education. 64–69. [in Ukrainian].
5. Oleshko O. P., Petrovska Yu. R., Palii T. Ya. (2019). Ekolohichni problemy u sotsial'nomu plakati. [Ecological problems in the social poster] *Inzhenerna heometriya i kompyuterna hrafiyka*. – Engineering geometry and computer graphics. URL: <https://www.sworld.education/konferger7/18.pdf>. [in Ukrainian].
6. Pryshchenko S. V. (2020). Vizual'na semantyka i khudozhnya obraznist' plakata. [Visual semantics and artistic imagery of the poster] *Kul'tura i suchasnist'*. Culture and modernity, 1. 97–103. [in Ukrainian].